

---

---

# COMISIÓN DE GARANTÍAS Y CAMBIO DE ESTADOS UNIDOS

Washington, D.C. 20549

---

## Forma 20-F

---

- DECLARACIÓN DE REGISTRO EN CUMPLIMIENTO DE LA SECCIÓN 12(b) O (g) LEY DE LA BOLSA DE VALORES DE 1934

O

- REPORTE ANUAL EN CUMPLIMIENTO DE LA SECCIÓN 13 O 15(d) DE LA LEY DE LA BOLSA DE VALORES DE 1934

PARA EL AÑO FISCAL FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE, 2014

O

- REPORTE DE TRANSICIÓN EN CUMPLIMIENTO DE LA SECCIÓN 13 O 15(d) DE LA LEY DE LA BOLSA DE VALORES DE 1934

PARA EL PERIODO DE TRANSICIÓN DESDE \_\_\_\_\_ A \_\_\_\_\_

O

- REPORTE DE LA COMPAÑÍA INSTRUMENTAL O FANTASMA EN CUMPLIMIENTO DE LA SECCIÓN 13 O 15(d) DE LA LEY DE LA BOLSA DE VALORES DE 1934

Fecha del evento requiriendo este reporte de la compañía instrumental o fantasma \_\_\_\_\_

NÚMERO DE ARCHIVO DE LA COMISIÓN: 001-35575

---

## Cencosud S.A.

(Nombre exacto del Registrante como se especifica en sus estatutos)

---

N/A

(Traducción del nombre del Registrante en Inglés)

República de Chile

(Jurisdicción de creación de la organización)

Av. Kennedy 9001, Piso 6  
Las Condes, Santiago, Chile  
+56 (2) 2959-0804

(Domicilio de las oficinas ejecutivas)

María Soledad Fernández / Natalia Nacif / Ignacio Reyes

Av. Kennedy 9001 Piso 6

Email: IR@cencosud.cl / Mariasoledad.fernandez@cencosud.cl

Tel: +56229590545 / +56229590368

(Nombre, Teléfono, E-Mail y/o número de Fax y Domicilio de la Persona de Contacto de la Compañía)

**Garantías registradas o se registrarán en cumplimiento de la Sección 12(b) de la Ley:**

**Título de Cada Clase**  
**Acciones del Depositario de América**  
**Acciones Comunes, en valor nominal**

**Nombre de cada Bolsa de Valores**  
**Bolsa de Valores de Nueva York**  
**Bolsa de Valores de Nueva York**

**Garantías registradas o que serán registradas en cumplimiento de la Sección 12(g) de la Ley:**  
**Ninguna**

**Garantías para las que existen obligaciones de reportar en cumplimiento de la Sección 15(d) de la Ley:**  
**Ninguna**

---

El número de acciones pendientes de cada clase de acciones de capital al 31 de Diciembre, 2014: 2,828,723,963 Acciones Comunes, en valor nominal.

Indique por una marca si el registrante es un emisor bien conocido experimentado, como se define en la Regla 405 de la Ley de Bolsa de Valores Sí  No

Si este reporte es un reporte anual o de transición, indique con una marca si no se requiere que el registrante archive el reporte en cumplimiento a la Sección 13 o 15(d) de la Ley de Bolsa de Valores de 1934 Sí  No

Indique con una marca si el Registrante (1) ha presentado los reportes requeridos por la Ley de Bolsa de Valores de 1934 durante los precedentes 12 meses (o por periodos más cortos en que se requiere que el Registrante presente estos reportes) y (2) han sido sujetos a estos requerimientos de presentación por los últimos 90 días. Sí  No

Indique por una marca si el Registrante ha entregado electrónicamente y publicado en su sitio Web corporativo, si por cualquiera, el Archivo de Información Interactivo que se requiere sea presentado y publicado en cumplimiento de la Regla 405 de la Regulación S-T (§232.405 de este capítulo) durante los 12 meses precedentes (o por periodos más cortos en que se requiere que el Registrante presente estos reportes). Sí  No

Indique con una marca si el registrante es un gran declarante acelerado, un declarante acelerado o un declarante no acelerado. Ver definición de “declarante acelerado y gran declarante acelerado” en Regla 12b-2 de la Ley de Bolsa de Valores. (Marque uno):

Gran declarante acelerado  Declarante acelerado  Declarante no acelerado

Indique con una marca que bases de contabilidad han sido usadas para preparar los estados financieros en esta declaración:

U.S. GAAP  Estándares de Reportes Financieros Internacionales como emitidos por la Junta de Estándares Internacionales de Contabilidad  Otros

Si se marcó “Otros” como respuesta a la pregunta anterior, indique con una marca que ítem de los estados financieros del Registrante han sido elegidos como se establece a continuación: Ítem 17  Ítem 18

Si este reporte anual, indique con una marca si el registrante es una compañía instrumental (como lo define la Regla 12b-2 de la Ley de Bolsa de Valores). Sí  No

---

---

## TABLA DE CONTENIDOS

	Página
Declaraciones a Futuro	1
Presentación de Información Financiera y Otros	2
Ítem 1. Identidad de los Directores, Gerencia Senior y Consejeros	9
Ítem 2. Estadísticas Ofrecidas y Programa Esperado	9
Ítem 3. Información Clave	9
A. Información financiera seleccionada	9
B. Capitalización y endeudamiento	19
C. Razones para la oferta y uso de procedimientos	19
D. Factores de riesgos	19
Ítem 4. Información de la Compañía	47
A. Historia y desarrollo de la compañía	47
B. Apreciación Global del negocio	50
C. Estructura organizacional	97
D. Propiedad, plantas y equipos	99
Ítem 4A. Comentarios del Personal no Resueltos	99
Ítem 5. Apreciación Global Operativa y Financiera y Prospectos	99
A. Resultados operativos	99
B. Liquidez y recursos de capital	124
C. Investigación y desarrollo, patentes y licencias, etc.	132
D. Información de tendencia	132
E. Arreglos fuera de balance	132
F. Revelación tabular de obligaciones contractuales	133
Puerto Seguro	133
Ítem 6. Directores, Gerencia Senior y Empleados	133
A. Directores y gerencia senior	133
B. Compensación	136
C. Prácticas de la Junta	137
D. Empleados	138
E. Propiedad compartida	139
Ítem 7. Accionistas Mayoritarios y Transacciones de Partes Relacionadas	139
A. Accionistas Mayoritarios	139
B. Transacciones de Partes Relacionadas	141
C. Interés de expertos y consejeros	143
Ítem 8. Información financiera	143
A. Estados consolidados y otra información financiera	143
B. Cambios significativos	144
Ítem 9. La Oferta y Catalogación	144
A. Detalles de oferta y catalogación	144
B. Plan de distribución	144
C. Mercados	144
D. Accionistas vendedores	146
E. Disolución	146
F. Gastos en el asunto	146
Ítem 10. Información Adicional	146
A. Capital social	146
B. Memorándum y artículos de asociación	147
C. Contratos materiales	152
D. Controles de intercambio	152
E. Tributación	158
F. Dividendos y agentes pagadores	164
G. Estados por expertos	164
H. Documentos en exhibición	164

	Página
I. Información subsidiaria	164
Ítem 11. Revelaciones Cuantitativas y Cualitativas Respecto Riesgo de Mercado	164
Ítem 12. Descripción de Otras Garantías y Garantías de Equidad	167
A. Garantías de Deudas	167
B. Garantías y Derechos	167
C. Otras Garantías	167
D. Acciones de Depositario Americano	167
Ítem 13. No Pagos, Arreglos respecto Dividendos y Morosidad	174
Ítem 14. Modificaciones Materiales a Derechos de Tenedores de Valores y Uso de Ingresos	174
Ítem 15. Controles e Ingresos	174
A. Revelación de Controles e Ingresos	174
B. Reporte Anual de Gerencia respecto Control Financiero Interno	174
C. Reporte de Certificación del Registro Público de la Firma Contable	174
D. Cambios en Reporte de Control Financiero Interno	175
Ítem 16A. Comité Audito Financiero Experto	175
Ítem 16B. Código de Ética	175
Ítem 16C. Honorarios y Servicios de Contado Principal	175
Ítem 16D. Excepciones de Normas de Cotización para Comités Auditores	176
Ítem 16E. Compras de Títulos de Equidad del Emisor y Compradores Afiliados	176
Ítem 16F. Cambio en Contado Certificado del Registrante	176
Ítem 16G. Gobierno Corporativo	176
Ítem 16H. Revelación de Seguridad de Minas	178
Ítem 17. Estados Financieros	178
Ítem 18. Estados Financieros	178
Ítem 19. Anexos	178

## DECLARACIONES A FUTURO

Este reporte anual contiene declaraciones a futuro basadas en nuestras expectativas, conjeturas, estimados y proyecciones actuales respecto a nosotros y nuestra industria. Estas declaraciones a futuro pueden ser identificadas por palabras o frases tales como “anticipar”, “creer”, “continuar”, “estimar”, “esperar”, “pretender”, “intentar”, “es probable”, “puede”, “planea”, “debería”, “podrí”, u otras expresiones similares. Estas declaraciones a futuro incluyen en este reporte anual, entre otras:

- Cambios en las condiciones generales económicas, de negocios o políticas en Chile, Argentina, Brasil, Perú, Colombia u otro país de Latinoamérica o mercados globales;
- Cambios en mercados de capital generales que puedan afectar políticas o aptitudes para la inversión en Chile, Argentina, Brasil, Perú, Colombia o garantías emitidas por compañías de estos países;
- Las políticas de la tasa de interés y monetaria del Banco Central de Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia; o en otro país de Latinoamérica o mercados globales.
- Altos niveles de inflación o deflación;
- Aumentos no anticipados en costos financieros u otros o nuestra inhabilidad para obtener deudas adicionales o financiamiento de equidad en términos atractivos;
- Movimientos en interés y/o tasas de cambio extranjeras, y movimientos en precios de equidad u otras tasas o precios;
- Cambios en, o incumplimiento con, regulaciones aplicables, o cambios en impuestos;
- Pérdida de presencia en mercado o cambios en la competencia y ambientes de precios en las industrias en que operamos;
- Dificultades en integrar exitosamente recientes y futuras adquisiciones a nuestras operaciones;
- Nuestra inhabilidad para cubrir ciertos riesgos económicos;
- Cambios en el consumo y hábitos de ahorro;
- Implementación de nuevas tecnologías;
- Limitaciones a nuestra habilidad para abrir nuevas tiendas y operarlas provechosamente;
- Dificultades en el cumplimiento de aperturas de tiendas, expansiones o remodelaciones propuestas;
- Dificultades en la adquisición y desarrollo de suelo en Chile, Argentina, Brasil, Perú o Colombia, y restricciones en apertura de grandes almacenes en cualquiera de estos países; y
- Los factores discutidos en esta sección titulados “Factores de Riesgo” en este reporte anual así como los riesgos incluidos en otras declaraciones y cumplimientos ante la Comisión de Mercados y Valores de Estados Unidos.

Estas declaraciones a futuro involucran varios riesgos e incertidumbres. Pese a que creemos que las expectativas expresadas en estas declaraciones a futura son razonables, nuestras expectativas pueden resultar incorrectas. Nuestros resultados reales podrían ser materialmente diversos a nuestras expectativas. En vista de los riesgos e incertidumbres ya descritas, los estimados y declaraciones a futuro discutidas en este reporte anual podrían no ocurrir, y nuestros resultados futuros y desempeño podrían variar materialmente de aquellos expresados en estas declaraciones a futuro debido, incluyendo, pero no limitado a, los factores anteriormente mencionados. Debido a estas incertidumbres, no debería tomar decisiones de inversión basándose en estos estimados y declaraciones a futuro.

Las declaraciones a futuro realizadas en este reporte anual se encuentran relacionadas no sólo a eventos o información a la fecha en que se realizaron estas declaraciones. No tenemos obligación alguna de actualizar estas declaraciones a futuro para reflejar eventos o circunstancias luego de la fecha en que se realizaron estas declaraciones o reflejar la ocurrencia de eventos no anticipados.

## PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA Y OTRA

### General

En este reporte anual, a menos que se especifique de otra forma o si el contexto lo requiera:

- Referencias a los términos “Cencosud S.A.,” “nosotros,” “nuestro/s,” y “nuestra compañía” se refieren al registrante, Cencosud S.A., sociedad organizada como *sociedad anónima* de acuerdo a las leyes de Chile, y sus subsidiarias consolidadas, a menos que se indique lo contrario.
- Referencias a “\$,” “U.S.\$,” “U.S. dólares,” “dólares” y “USD” son U.S. dólares.
- Referencias a “Pesos Chilenos” o “Ch\$” son pesos chilenos, la moneda oficial de Chile.
- Referencias a “Pesos Argentinos” o “Ar\$” son Pesos Argentinos, la moneda oficial de Argentina.
- Referencias a “Real Brasileiro,” “Real,” “Reais” o “R\$” son el Real Brasileiro, la moneda oficial de Brasil.
- Referencias a “Nuevo Sol,” “Nuevos Soles” o “S/.” son nuevos soles Peruanos, la moneda oficial de Perú.
- Referencias a “Pesos Colombianos” o “Col\$” son pesos colombianos, la moneda oficial de Colombia.
- Referencias a “UF” son *Unidades de Fomento*. La UF es una unidad monetaria chilena indexada por la inflación con un valor en pesos chilenos que se ajusta diariamente para reflejar los cambios en el Índice de Precios al Consumidor (“IPC”) del *Instituto Nacional de Estadísticas*. La UF se ajusta en ciclos mensuales. Cada día en el periodo a principios del décimo día del mes hasta el noveno día del mes siguiente, el valor peso nominal de la UF se indexa hacia arriba (o bajo en caso de deflación) para reflejar un monto proporcionado del cambio del índice de precios al consumidor durante el previo mes calendario. Al 31 de Diciembre, 2014, UF1.00 era equivalente a U.S.\$40.58 y Ch\$24,627.101, en cada caso basado en la tasa de cambio observada reportada por el Banco Central de Chile.

Este reporte anual contiene traducciones de ciertos montos de pesos chilenos a dólares U.S. a tasas de cambio específicas para la conveniencia del lector. Estas traducciones no deberían ser consideradas como representaciones de montos de pesos chilenos que efectivamente representen este monto en dólares U.S. o podrían ser convertidas a dólares U.S. a las tasas indicadas, a una tasa en particular o de cualquier forma. A menos que se indique lo contrario, la tasa de cambio utilizada en la conversión de pesos chilenos en dólares por montos presentados a fines del año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, en base a la tasa de cambio observada (*dólar observado*) reportada por el para el 31 de Diciembre, 2014, lo que era Ch\$606.75 por U.S.\$1.00. Las tasas reportadas por el Banco Central de Chile para el 31 de Diciembre, 2014 se basan en la tasa de cambio observada y publicada por el Banco Central de Chile en el primer día laboral siguiente al respectivo periodo. El Banco de la Reserva Federal de Nueva York no reporta una tasa de venta en la tarde por pesos chilenos.

### Estados Financieros

La información financiera contenida en este reporte anual incluye nuestros estados financieros auditados consolidados al 31 de Diciembre, 2014 y 2013 y para los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2014, 2013 y 2012 junto a las notas aquí preparadas de acuerdo a los Estándares de Reporte Financiero Internacionales (“IFRS”) emitidos por la Junta de Estándares Internacionales de Contabilidad (la “IASB”), a los que nos referimos en este reporte anual como “Estados Financieros Auditados Consolidados.” Nuestra fecha de adopción de IFRS fue el 01 de Enero, 2010.

Nuestros Estados Financieros Auditados Consolidados fueron auditados por PricewaterhouseCoopers *Consultores, Auditores y Compañía Limitada*, una firma de contabilidad independiente registrada, cuyo reporte en nuestros Estados Financieros Auditados Consolidados aparece en otra parte de este reporte anual. Mantenemos nuestros libros y registros en pesos chilenos y preparamos estados financieros consolidados en cumplimiento con IFRS.

A menos que se exprese lo contrario, la información financiera presentada aquí como y para cada de uno los cinco años finalizados el 31 de Diciembre, 2014 se encuentra establecida en pesos chilenos, nuestra moneda funcional y de reporte.

Nuestros estados financieros consolidados han sido preparados en base en la contabilidad con los valores devengados, salvo por estos ítems justificados a valor justo (*fair value*) (por ejemplo, propiedades de inversión y ciertos activos financieros, como opciones e instrumentos financieros derivativos), e incluye en las cuentas de la Compañía y sus subsidiarias, incluyendo Banco Paris. Todos los balances y transacciones inter-compañía relevantes han sido eliminados en la consolidación.

Los estados financieros al año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 presentados en esta forma 20-F difieren de los estados financieros locales al año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 publicados el 28 de Marzo, 2014 y suministrados a la SEC en forma 6K el 31 de Marzo, 2014, debido a la inclusión en este reporte de una provisión de una demanda por Ch\$20,000 millones relacionada a la sentencia del 24 de Abril, 2013 de la Corte Suprema Chilena en la acción de Clase presentada por el *Servicio Nacional del Consumido* contra Cencos Administradora de Tarjetas S.A. (“CAT”). Para Mayo información respecto a este asunto, por favor ver “Ítem 8. Información Financiera—A. Estados Consolidados y Otra Información Financiera—Procedimientos Legales y Administrativos” en este Reporte Anual. Estados financieros presentados en este reporte anual también difieren debido a la inclusión del efecto en las responsabilidades por el impuesto a la renta diferidas de la reforma tributaria chilena que se llevó a cabo en el año 2014 como efecto en la equidad para los estados financieros presentarlos con nuestro regulado en Chile de acuerdo con la Circular 856 emitida por el regulado de fecha 17 de Octubre, 2014. El efecto de la reforma tributaria chilena en los estados financieros incluido aquí fue contraria a los resultados de la compañía de acuerdo con IAS 12. Por favor ver Nota 2 de los Estados Financieros.

El 20 de Junio, 2014, Cencosud, junto a sus subsidiarias Cencosud Retail S.A. e Easy S.A., celebraron un acuerdo marco (el “Acuerdo Marco Joint Venture”) con el Banco Bank de Nova Scotia (“BNS”) y su subsidiaria de la que es completamente dueño Scotiabank Chile, para desarrollar en bases conjuntas, la financiación del negocio de retail en Chile (de ahora en adelante, el “Negocio”). El Acuerdo Marco Joan Venture provee que el Negocio será operado a través (i) Cencos Administradora de Tarjetas S.A. (“CAT”), una subsidiaria de Cencos que está en el negocio de la emisión de tarjetas de crédito, y (ii) Cencos Administradora de Procesos S.A., Cencos Servicios Integrales S.A. y Cencos Corredores de Seguros y Servicios Ltda., u otras compañías que sean establecidas por Cencos con el fin del Acuerdo Marco Joan Venture, para asistir en el desarrollo del Negocio, incluyendo procesamiento de información y recolección de actividades relacionadas aquí (junto a CAT, de ahora en adelante “Compañías Sujeto”). Como parte del acuerdo Scotiabank Chile adquirirá un cincuenta y un por ciento (51%) controlando el interés de cada Compañía Sujeto, con Cencosud reteniendo el cuarenta y nueve por ciento (49%) restante interés no controlado de cada Compañía Sujeto. Este Acuerdo Marco tiene una vida útil de 15 años.

Cencosud prepara y reporte sus estados financieros de acuerdo a IFRS. Según IFRS Estándar N 5 (“IFRS 5”), “Disposición de subsidiarias, negocios y activos no-actuales”, las Compañías Sujeto, que comprometen la porción chilena de nuestro segmentos de servicios financieros, se consideran al 20 de Junio, 2014 como “Activos mantenidos para la venta” como resultado del compromiso de Cencos para vender un interés controlado a una parte no relacionada bajo el Acuerdo Marco Joint Venture, la ocurrencia de que reciba la aprobación de la regulación chilena para su completa ejecución el 13 de Abril, 2015. Esperamos la completa ejecución de Acuerdo Marco a principios de Mayo 2015.

IFRS 5 requiere que (a) activos que cumplan los criterios para ser clasificados como mantenidos para venta sean medidos al valor contable más bajo y *valor justo (fair value)* menos *costos para vender*, y depreciación en estos activos finalizará; y (b) activos que cumplan los criterios para ser clasificados como mantenidos para venta se presentarán separadamente en la posición en los estados financieros y los resultados de operaciones no continuadas, neto de impuesto, y será presentada separadamente en el estado que comprende el ingreso, flujos de caja netos atribuibles a actividades operativas, de inversión y financieras de operaciones no continuadas se requiere sean presentadas en las notas de los estados financieros o en los estados financieros mismos. IFRS 5 requiere que la compañía “re-presente” sus revelaciones financieras de operaciones no continuadas para todos los periodos previos presentados en los estados financieros para que las revelaciones relacionadas a todas las operaciones que hayan sido no continuadas a fines del periodo de reporte para el último periodo presentado.

### **Nota Especial Respecto Medidas Financieras No-IFRS**

Este reporte anual se refiere a ciertas medidas no-IFRS, llamadas EBIT, EBITDA y EBITDA Ajustado de operaciones continuadas. Estas medidas no-IFRS no son reconocidas como medidas de acuerdo a IFRS, no tienen un significado estandarizado establecido por IFRS y por lo tanto normalmente no son comparables a medidas similares presentadas por otras compañías. Más bien, estas medidas son presentadas como información adicional para complementar medidas IFRS al proveer Mayo entendimiento de los resultados de la Compañía de operaciones desde la perspectiva de la gerencia. De acuerdo a esto, no deberían considerar de manera aislada ni como sustituto del análisis de nuestra información financiera reportada según IFRS.

EBIT representa ganancias atribuibles a accionistas controladores previo a gastos de interés neto e impuestos a la renta. EBITDA representa EBIT más gastos por depreciación y amortización. EBITDA Ajustado representa EBITDA como Mayormente ajustado para reflejar ítems establecidos en la tabla a continuación. Hemos incluido EBIT, EBITDA y EBITDA Ajustado para entregar a inversores medidas suplementarias de nuestro desarrollo operativo.

Creemos que EBIT, EBITDA y EBITDA Ajustado son medidas suplementarias importantes para el desarrollo operativo, ya que eliminan ítems que tienen meno relación con nuestro desarrollo operativo y por lo tanto resaltan tendencias en nuestro negocio base que de otra forma podrían no ser aparentes al basarse únicamente en medidas financieras IFRS. También creemos que el análisis de

garantías, inversionistas y otras partes interesadas frecuentemente usará EBITDA en la evaluación de emisores, muchos de los cuales presentaron EBITDA cuando reportaron sus resultados.

Nuestra gerencia también utiliza EBITDA y EBITDA Ajustado para facilitar comparaciones del desempeño operativo compara de periodo a periodo, prepara presupuestos operativos anuales, evalúa nuestras habilidades para cumplir nuestros servicios futuros de deuda, gastos de capital y requisitos de capital de trabajo, y evalúa nuestra habilidad para pagar dividendos en nuestro capital de acciones.

EBIT, EBITDA y EBITDA Ajustado tienen importantes limitaciones como instrumentos analíticos. por ejemplo ni EBIT, EBITDA ni EBITDA Ajustado reflejan (a) nuestros gastos de caja, o futuros requerimientos de capital o compromisos contractuales; (b) cambios en, o requerimientos de caja para, nuestras necesidades de capital de trabajo; (c) el gasto en interés significativo, o los requerimientos de caja necesarios para servir el interés o pagos principales, en nuestras deudas; y (d) pagos de impuestos o distribuciones a nuestra compañía matriz para realizar pagos respecto a impuestos atribuibles a nosotros que representan una reducción en la caja disponible para nosotros. Pese a que consideramos estos ítems excluidos en el cálculo de medidas no-IFRS como menos relevantes para evaluar nuestro desempeño, algunos de estos ítems puede que continúen teniendo lugar y respectivamente puedan reducir la caja disponible para nosotros.

Creemos que la presentación de las medidas no-IFRS descritas anteriormente es apropiada. Pero, estas medidas no-IFRS tienen importantes limitaciones como instrumentos analíticos, y no deberían considerarse de manera apartada o como sustitutos del análisis de nuestros resultados como se reportó bajo IFRS. Porque debido a estas limitaciones, nosotros principalmente nos basamos en los resultados acordes al IFRS y el uso de EBIT, EBITDA y EBITDA Ajustado sólo suplementariamente. Adicionalmente debido a que otras compañías pueden calcular EBITDA y EBITDA Ajustado de manera diferente a cómo nosotros lo hacemos, EBITDA puede no ser, y EBITDA Ajustado como se presenta en este reporte no es comparable a medidas tituladas similares reportadas por otras compañías.

Una reconciliación de nuestras ganancias (pérdidas) atribuibles a los accionistas controladores, la medida financiera de IFRS más comparable, al EBITDA y al EBITDA se menciona a continuación:

	Año Finalizado 31 de Diciembre,					
	2014 (en millones de US\$)	2014	2013	2012 (en millones de Ch\$)	2011	2010
Ganancias atribuibles a accionistas controladores	251	152,233	241,408	216,911	241,329	258,384
Ganancias atribuibles a accionistas no controladores	(1)	(748)	166	2,851	10,559	10,220
<b>Ganancias de Operaciones Continuas</b>	<b>250</b>	<b>151,485</b>	<b>241,573</b>	<b>219,762</b>	<b>251,888</b>	<b>268,604</b>
Gastos Financieros (netos)	355	(215,456)	(217,857)	(170,399)	(105,054)	(59,680)
Impuesto a la Renta	(208)	(125,932)	(94,068)	(92,226)	(111,305)	(67,361)
<b>EBIT de Operaciones Continuas</b>	<b>812</b>	<b>492,872</b>	<b>553,498</b>	<b>482,387</b>	<b>468,247</b>	<b>395,645</b>
Depreciación y amortización	(330)	(200,043)	(189,038)	(138,941)	(117,498)	(162,995)
<b>EBITDA de Operaciones Continuas</b>	<b>1,142</b>	<b>692,915</b>	<b>742,536</b>	<b>713,553</b>	<b>585,745</b>	<b>558,639</b>
Diferencias de Tipos de Cambio	(39)	(23,643)	(25,054)	(12,053)	(1,577)	(2,051)
Aumento en revaluación de inversiones en propiedades <sup>(1)</sup>	166	100,773	95,110	98,633	72,798	37,573
Pérdidas de indexación	(65)	(39,576)	(18,885)	(23,538)	(27,641)	(16,705)
<b>EBITDA Ajustado de Operaciones Continuas</b>	<b>1,080</b>	<b>655,361</b>	<b>691,365</b>	<b>650,510</b>	<b>539,011</b>	<b>502,310</b>
Como % de ganancias Ganancias de Operaciones Continuas	<b>1.4%</b>	<b>1.4%</b>	<b>2.4%</b>	<b>2.5%</b>	<b>3.3%</b>	<b>4.3%</b>
Ingreso financiero (gastos)	(2.0)%	(2.0)%	(2.1)%	(1.9)%	(1.4)%	(1.0)%
Impuesto a la renta	(1.2)%	(1.2)%	(0.9)%	(1.0)%	(1.5)%	(1.1)%
<b>EBIT de Operaciones Continuas</b>	<b>4.6%</b>	<b>4.6%</b>	<b>5.5%</b>	<b>5.4%</b>	<b>6.2%</b>	<b>6.6%</b>

**Año Finalizado 31 de Diciembre,**

	<u>2014</u>	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>
	<u>(en millones de US\$)</u>		<u>(en millones de Ch\$)</u>			
Depreciación y amortización	(1.9)%	(1.9)%	(1.9)%	(1.6)%	(1.5)%	(2.7)%
<b>EBITDA de Operaciones</b>						
<b>Continuadas</b>	<b>6.5%</b>	<b>6.5%</b>	<b>7.3%</b>	<b>8.0%</b>	<b>7.7%</b>	<b>9.3%</b>
Diferencias de Tipo de Cambio	(0.2)%	(0.2)%	(0.2)%	(0.1)%	(0.0)%	(0.0)%
Aumento en revaluación de inversiones en propiedades <sup>(1)</sup>	0.9%	0.9%	0.9%	1.1%	1.0%	0.6%
Pérdidas de indexación	(0.4)%	(0.4)%	(0.2)%	(0.3)%	(0.4)%	(0.3)%
<b>EBITDA Ajustado de Operaciones Continuadas</b>	<b>6.1%</b>	<b>6.1%</b>	<b>6.8%</b>	<b>7.3%</b>	<b>7.1%</b>	<b>8.3%</b>

(1) Representa el reajuste del valor justo (fair value) de propiedades de inversión, como se calcula usando el método de valoración de los flujos de caja no continuados.

Una reconciliación de nuestras ganancias (pérdidas) atribuibles a los accionistas controladores, la medida financiera de IFRS más comparable, al EBITDA de operaciones continuadas y al EBITDA Ajustado de operaciones continuadas por segmentos de negocios es incluido a continuación:

<u>Información por segmentos</u>	<u>Supermercados</u>	<u>Shopping centers</u>	<u>Tiendas de Mejoramiento del Hogar</u>	<u>Grandes Almacenes</u>	<u>Servicios Financieros</u>	<u>Otros</u>	<u>Total Consolidado</u>
					<u>Operaciones Continuadas</u>		<u>Operaciones Continuadas</u>
<b>Año finalizado 31 de Diciembre, 2014 (en millones de Ch\$)</b>							
Ganancias (pérdidas) atribuibles a accionistas controladores	289,603	259,362	98,786	(4,575)	36,100	(527,042)	152,233
Ganancias atribuibles a accionistas no controladores	—	—	—	—	—	(748)	(748)
<b>Ganancias de Operaciones Continuadas</b>	<b>289,603</b>	<b>259,362</b>	<b>98,786</b>	<b>(4,575)</b>	<b>36,100</b>	<b>(527,790)</b>	<b>151,485</b>
Gastos financieros (neto)						(215,456)	(215,456)
Impuesto a la Renta						(125,932)	(125,932)
<b>EBIT de Operaciones Continuadas</b>	<b>289,603</b>	<b>259,362</b>	<b>98,786</b>	<b>(4,575)</b>	<b>36,100</b>	<b>(186,403)</b>	<b>492,872</b>
Depreciación y amortización	(134,505)	(5,488)	(20,363)	(26,429)	(1,942)	(11,316)	(200,043)
<b>EBITDA de Operaciones Continuadas</b>	<b>424,108</b>	<b>264,849</b>	<b>119,148</b>	<b>21,854</b>	<b>38,042</b>	<b>(175,087)</b>	<b>692,915</b>
Diferencias de Tasas de Cambio						(23,643)	(23,643)
Aumento en revaluación en propiedades de inversión <sup>(1)</sup>		114,438					114,438
Pérdidas por indexación						(39,576)	(39,576)
<b>EBITDA Ajustado de Operaciones Continuadas</b>	<b>424,108</b>	<b>150,412</b>	<b>119,148</b>	<b>21,854</b>	<b>38,042</b>	<b>(111,868)</b>	<b>641,696</b>
Como % de ingresos	5.2%	70.0%	9.8%	2.2%	32.3%	N.A.	6.0%

(1) Representa el reajuste del valor justo (fair value) de propiedades de inversión, como se calcula usando el método de valoración de los flujos de caja no continuados.

Información por segmentos	Supermercados	Shopping centers	Tiendas de Mejoramiento del Hogar	Grandes Almacenes	Servicios Financieros	Otros	Total Consolidado
					Operaciones Continuas		Operaciones Continuas
<b>Año finalizado 31 de Diciembre, 2013 (en millones de Ch\$)</b>							
Ganancias (pérdidas) atribuibles a accionistas controladores	304,654	247,586	80,042	24,754	40,046	(455,510)	241,573
Ganancias atribuibles a accionistas no controladores	—	—	—	—	—	(165)	(165)
<b>Ganancias de Operaciones Continuas</b>	<b>304,654</b>	<b>247,586</b>	<b>80,042</b>	<b>24,754</b>	<b>40,046</b>	<b>(455,675)</b>	<b>241,408</b>
Gastos financieros (neto)	—	—	—	—	—	(217,857)	(217,857)
Impuesto a la Renta	—	—	—	—	—	(94,068)	(94,068)
<b>EBIT de Operaciones Continuas</b>	<b>304,654</b>	<b>247,586</b>	<b>80,042</b>	<b>24,754</b>	<b>40,046</b>	<b>(143,750)</b>	<b>553,333</b>
Depreciación y amortización	(130,205)	(3,950)	(19,481)	(24,610)	(4,238)	(6,554)	(189,038)
<b>EBITDA de Operaciones Continuas</b>	<b>434,859</b>	<b>251,536</b>	<b>99,523</b>	<b>49,364</b>	<b>44,284</b>	<b>(137,196)</b>	<b>742,371</b>
Diferencias de Tasas de Cambio	—	—	—	—	—	(25,054)	(25,054)
Aumento en revaluación en propiedades de inversión <sup>(1)</sup>	—	95,110	—	—	—	—	95,110
Pérdidas por indexación	—	—	—	—	—	(18,885)	(18,885)
<b>EBITDA Ajustado de Operaciones Continuas</b>	<b>434,859</b>	<b>156,426</b>	<b>99,523</b>	<b>49,364</b>	<b>44,284</b>	<b>(93,257)</b>	<b>691,200</b>
Como % de ingresos	5.7%	76.2%	8.5%	5.1%	54.2%	N.A.	6.8%

(1) Representa el reajuste del valor justo (fair value) de propiedades de inversión, como se calcula usando el método de valoración de los flujos de caja no continuados.

Información por segmentos	Supermercados	Centros Comerciales	Tiendas de Mejoramiento del Hogar	Grandes Almacenes	Servicios Financieros	Otros	Total Consolidado
					Operaciones Continuas		Operaciones Continuas
<b>Año finalizado el 31 de Diciembre, 2012 (en millones de Ch\$)</b>							
Ganancias (pérdidas) atribuibles a accionistas controladores	314,538	222,701	73,646	20,231	(9,431)	(404,773)	216,911
Ganancias atribuibles a accionistas no controladores	—	—	—	—	—	2,851	2,851
<b>Ganancias de Operaciones Continuas</b>	<b>314,538</b>	<b>222,701</b>	<b>73,646</b>	<b>20,231</b>	<b>(9,431)</b>	<b>(401,923)</b>	<b>219,762</b>
Gastos financieros (netos)	—	—	—	—	—	(170,399)	(170,399)
Impuesto sobre la renta	—	—	—	—	—	(92,226)	(92,226)
<b>EBIT de operaciones continuadas</b>	<b>314,538</b>	<b>222,701</b>	<b>73,646</b>	<b>20,231</b>	<b>(9,431)</b>	<b>(139,298)</b>	<b>482,387</b>
Depreciación y amortización	(89,454)	(2,606)	(17,740)	(22,896)	(955)	(5,290)	(138,941)
<b>EBITDA de operaciones continuadas</b>	<b>403,992</b>	<b>225,307</b>	<b>91,386</b>	<b>43,127</b>	<b>(8,476)</b>	<b>(134,008)</b>	<b>621,328</b>
Diferencias de cambio	—	—	—	—	—	(12,053)	(12,053)
Aumento en revaluación de inversión en propiedades <sup>(1)</sup>	—	98,633	—	—	—	—	98,633

<u>Información por segmentos</u>	<u>Supermercados</u>	<u>Centros Comerciales</u>	<u>Tiendas de Mejoramiento del Hogar</u>	<u>Grandes Almacenes</u>	<u>Servicios Financieros Operaciones Continuas</u>	<u>Otros</u>	<u>Total Consolidado Operaciones Continuas</u>
<b>Año finalizado el 31 de Diciembre, 2012 (en millones de Ch\$)</b>							
Pérdidas por indexación	—	—	—	—	—	(23,538)	(23,538)
<b>EBITDA Ajustado de operaciones continuadas</b>	<b>403,992</b>	<b>126,674</b>	<b>91,386</b>	<b>43,127</b>	<b>(8,476)</b>	<b>(98,418)</b>	<b>558,285</b>
Como % de ingresos	6.0%	73.6%	8.6%	4.9%	(14.5)%	N/A	6.3%

(1) Representa el reajuste del valor justo (fair value) de propiedades de inversión, como se calcula usando el método de valoración de los flujos de caja no continuados.

<u>Información por segmentos</u>	<u>Supermercados</u>	<u>Shopping centers</u>	<u>Tiendas de Mejoramiento del Hogar</u>	<u>Grandes Almacenes</u>	<u>Servicios Financieros Operaciones Continuas</u>	<u>Otros</u>	<u>Total Consolidado Operaciones Continuas</u>
<b>Año finalizado 31 de Diciembre, 2011 (en millones de Ch\$)</b>							
Ganancias (pérdidas) atribuibles a accionistas controladores	299,605	170,391	67,291	29,698	6,964	(332,621)	241,329
Ganancias atribuibles a accionistas no controladores	—	—	—	—	—	10,559	10,559
<b>Ganancias de Operaciones Continuas</b>	<b>299,605</b>	<b>170,391</b>	<b>67,291</b>	<b>29,698</b>	<b>6,964</b>	<b>(322,062)</b>	<b>251,888</b>
Gastos financieros (neto)	—	—	—	—	—	(105,054)	(105,054)
Impuesto a la Renta	—	—	—	—	—	(111,305)	(111,305)
<b>EBIT de Operaciones Continuas</b>	<b>299,605</b>	<b>170,391</b>	<b>67,291</b>	<b>29,698</b>	<b>6,964</b>	<b>(105,703)</b>	<b>468,247</b>
Depreciación y amortización	(76,559)	(2,344)	(16,501)	(17,292)	(261)	(4,541)	(117,498)
<b>EBITDA de Operaciones Continuas</b>	<b>376,164</b>	<b>172,735</b>	<b>83,792</b>	<b>46,990</b>	<b>7,225</b>	<b>(101,162)</b>	<b>585,745</b>
Diferencias de Tasas de Cambio	—	—	—	—	—	(1,577)	(1,577)
Aumento en revaluación en propiedades de inversión <sup>(1)</sup>	—	72,798	—	—	—	—	72,798
	—	—	—	—	—	(27,641)	(27,641)
<b>EBITDA Ajustado de Operaciones Continuas</b>	<b>376,164</b>	<b>99,937</b>	<b>83,792</b>	<b>46,990</b>	<b>7,225</b>	<b>(75,097)</b>	<b>539,011</b>
Como % de ingresos	6.8%	77.0%	8.8%	6.8%	2.7%	N/A	7.1%

(1) Representa el reajuste del valor justo (fair value) de propiedades de inversión, como se calcula usando el método de valoración de los flujos de caja no continuados.

<u>Información por segmentos</u>	<u>Supermercados</u>	<u>Shopping centers</u>	<u>Tiendas de Mejoramiento del Hogar</u>	<u>Grandes Almacenes</u>	<u>Servicios Financieros Operaciones Continuas</u>	<u>Otros</u>	<u>Total Consolidado Operaciones Continuas</u>
<b>Año finalizado 31 de Diciembre, 2010 (en millones de Ch\$)</b>							
Ganancias (pérdidas) atribuibles a accionistas controladores	249,364	122,349	53,352	24,584	36,162	(227,427)	258,384
Ganancias atribuibles a accionistas no controladores	—	—	—	—	—	10,220	10,220
<b>Ingreso Neto</b>	<b>249,364</b>	<b>122,349</b>	<b>53,352</b>	<b>24,584</b>	<b>36,162</b>	<b>(217,207)</b>	<b>268,604</b>
Gastos financieros (neto)	—	—	—	—	—	(59,680)	(59,680)

<b>Información por segmentos</b>	<b>Supermercados</b>	<b>Shopping centers</b>	<b>Tiendas de Mejoramiento del Hogar</b>	<b>Grandes Almacenes</b>	<b>Servicios Financieros Operaciones Continuas</b>	<b>Otros</b>	<b>Total Consolidado Operaciones Continuas</b>
<b>Año finalizado 31 de Diciembre, 2010 (en millones de Ch\$)</b>							
Impuesto a la renta						(67,361)	(67,361)
<b>EBIT de Operaciones Continuas</b>	<b>249,364</b>	<b>122,349</b>	<b>53,352</b>	<b>24,584</b>	<b>36,162</b>	<b>(90,166)</b>	<b>395,645</b>
Depreciación y amortización	(58,347)	(4,300)	(16,435)	(16,211)	(181)	(67,520)	(162,995)
<b>EBITDA de Operaciones Continuas</b>	<b>307,711</b>	<b>126,649</b>	<b>69,787</b>	<b>40,795</b>	<b>36,343</b>	<b>(22,646)</b>	<b>558,639</b>
Diferencias de Tasas de Cambio	—	—	—	—	—	(2,051)	(2,051)
Aumento en revaluación en propiedades de inversión <sup>(1)</sup>	—	37,573	—	—	—	—	37,573
Pérdidas por indexación	—	—	—	—	—	(16,705)	(16,705)
<b>EBITDA Ajustado de Operaciones Continuas</b>	<b>307,711</b>	<b>89,076</b>	<b>69,787</b>	<b>40,795</b>	<b>36,343</b>	<b>(41,402)</b>	<b>502,310</b>
Como % de ingresos	6.9%	76.1%	8.5%	6.6%	170.8%	N/A	8.3%

(1) Representa el reajuste del valor justo (fair value) de propiedades de inversión, como se calcula usando el método de valoración de los flujos de caja no continuados.

### Redondeo

Ciertas figuras incluidas en este reporte anual y en nuestros estados financieros han sido redondeadas para facilidad de presentación. Figuras de porcentaje en este reporte anual no han sido en todo los casos calculadas en base a figuras redondeadas, sino en base a montos previos al redondeo. Por esta razón, montos de porcentaje en este reporte anual pueden variar de aquellos obtenidos al realizar los mismos cálculos usando las figuras en nuestros estados financieros. Ciertos otros montos que aparecen en este reporte anual pueden no sumar debido al redondeo.

### Información Operativa

Cálculos de ingresos de actividades ordinarias para nuestros Centros Comerciales presentados en este reporte anual excluyen pagos de arriendo inter-compañía a nuestros centros comerciales de nuestra propiedad. A menos que se establezca lo contrario, cálculos de áreas arrendables brutas para nuestros Centros Comerciales no incluyen los metros cuadrados ocupados por nuestras tiendas.

Como se ha usado aquí, el término “ventas mismas-tiendas” refleja las ventas de nuestras tiendas operativas a través de los mismos meses de ambos periodos financieros comparados. Si una tienda no operó por un mes completo de sea los periodos financieros siendo comparados, nosotros excluimos sus ventas para este mes de ambos periodos financieros. Por ejemplo, si una nueva tienda abrió el 01 de Julio, 2012 y operó durante los últimos Ver meses del 2012, (i) nuestra información de “ventas mismas-tiendas” incluiría las ventas de esta tienda por los últimos Ver meses del 2012 y los últimos Ver meses del 2013 y (ii) nosotros presentaríamos por las ventas de las nuevas tiendas durante los primeros Ver meses del 2013 como ventas de una nueva tienda abierta. Nuestros cálculos de ventas mismas-tiendas pueden diferir de los mismos cálculos de ventas mismas-tiendas de otros retailers. A menos que se exprese lo contrario, hemos presentado cálculos de ventas mismas-tiendas en moneda nominal local.

## **Información de la Industria y Mercado**

Ni el gobierno argentino, brasilero, chileno, peruano o colombiano publicó información definitiva respecto las industrias de supermercados, Tiendas de Mejoramiento del Hogar, grandes almacenes, Centros Comerciales o servicios financieros.

### ***General***

Este reporte anual contiene información relacionada a las condiciones económicas en el mercado en que operamos. A menos que se indique lo contrario, la información en este reporte anual respecto a condiciones económicas se basa en la información públicamente disponible de fuentes de terceras partes que creemos razonables. Las condiciones económicas en los mercados en los que operamos pueden deteriorarse, y aquellas economías pueden no crecer a las tasas proyectadas por la información de mercado. El deterioro de las condiciones económicas en los mercados en los que operamos puede tener efecto material adverso en nuestro negocio, resultados de nuestras operaciones, condiciones financieras y el precio de mercado de nuestras acciones de capital común y Acciones del Depositario Americano (“ADSs”).

### ***Chile***

Información de mercado y otra información de estadísticas (que no sea aquella respecto a nuestros resultados y desempeño financiero) usado en este reporte anual se basan en publicaciones de industria independiente, publicaciones del gobierno, reportes por firmas de investigación del mercado y otros recursos independiente publicados, como el *Instituto Nacional de Estadísticas* (el “INE”), una agencia del gobierno que publica información basada en su información independiente, la *Asociación Gremial de Supermercados de Chile* (o “ASACH”), que público cierta información respecto a supermercados en Chile, y A.C. Nielsen Chile S.A., , que público información respecto a la industria de los supermercados en Chile. Ciertas otras estadísticas de Centros Comerciales para Argentina son publicadas por el Consejo Internacional para Centros Comerciales.

### ***Argentina***

Información de mercado y otra información de estadísticas (que no sea aquella respecto a nuestros resultados y desempeño financiero) usado en este reporte anual se basan en publicaciones de industria independiente, publicaciones del gobierno, reportes por firmas de investigación del mercado y otros recursos independiente publicados, como el *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*, una agencia del gobierno que público información basada en su información independiente, y A.C. Nielsen Argentina, que público información respecto a la industria de los supermercados en Argentina. Adicionalmente, la *Cámara Argentina de Centros Comerciales* (“CASC”) actualmente publica información del mercado de acciones respecto a Centros Comerciales en Argentina. Ciertas otras estadísticas de Centros Comerciales para Argentina son publicadas por el Consejo Internacional para Centros Comerciales.

### ***Brasil***

Hemos incluido cierta información respecto a Brasil basada en reportes preparados por fuentes públicas establecidas, como el Banco Central de Brasil, el *Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística* (o “IBGE”), el *Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada* (o “IPEA”), la *Associação Brasileira de Supermercados* (o “ABRAS”), y la *Fundação Getúlio Vargas* (La Fundación de Getúlio Vargas). A menos que se indique lo contrario, toda la información macroeconómica relacionada a Brasil fue obtenida del Banco Central de Brasil, IBGE y la Fundación de Getúlio Vargas.

### ***Perú***

Información macroeconómica de Perú incluida en este reporte anual deriva de entidades públicas, como el Banco Central de Perú, el *Instituto Nacional de Estadísticas e Informática* (o “INEI”), *Corporación de Compañías de Research* (o “CCR”) o por Consultora Apoyo. Alguna información también se basa en nuestros estimados, que derivan de nuestra revisión de análisis internos así como de fuentes independientes. Pese a que consideramos las fuentes como confiables, no hemos independientemente verificado la información entregada por terceros. Adicionalmente, estas fuentes pueden utilizar diferentes definiciones a los mercados relevantes que aquellos que presentamos. Información respecto nuestra industria se busca entregue una guía general, pero es inherentemente imprecisa.

### ***Colombia***

Cierta información de mercado y otra relacionada a Colombia usada en este reporte anual fue obtenida de nuestras propias investigaciones, análisis o estudios llevados a cabo por terceras partes e industria o publicaciones generales y otras fuentes públicas disponibles. Publicaciones generales y de la industria y análisis generalmente establecen que ellos han obtenido información de fuentes que se entienden como confiables, pero no garantizan la seguridad y plenitud de esta información. Cierta información se basa en información publicada que fue disponible por el gobierno de Colombia y sus agencias, como el *Departamento Administrativo Nacional de Estadística* (o “DANE”) y el *Banco de la República*. Pese a todo creemos que estas fuentes son confiables, pero no garantizamos la exactitud de esta información.

## Otra Información

De acuerdo a ASACH, “hipermercados” se definen como tiendas de retail con más de 10,000 metros cuadrados de espacio de ventas, ofreciendo más de 25,000 productos y teniendo más de 40 cajeros. ASACH define “supermercados” como tiendas de retail teniendo hasta 6,000 metros cuadrados de espacio de ventas, entre 400 y 10,000 productos y de 10 a 25 cajeros. Consolidamos los resultados de nuestros supermercados e hipermercados bajo los segmentos “supermercados”. Por esto a menos que se exprese lo contrario, nuestras discusiones de “supermercados” en este reporte anual incluyen nuestros supermercados *Santa Isabel*, hipermercados *Jumbo* y supermercados en Chile, *Disco* y supermercados *Super Vea* e hipermercados *Jumbo* y supermercados en Argentina, *Bretas*, *GBarbosa*, *Mercantil Rodríguez*, *Perini* y *Prezunic* supermercados en Brasil, *Jumbo* y *Metro* supermercados en Colombia y *Wong* y *Metro* supermercados e hipermercados en Perú. Por “Tiendas de Mejoramiento del Hogar” queremos decir establecimientos de retail que venden una amplia serie de materiales de construcción y mejora del hogar y productos de jardín y patio y proveen ciertos servicios relacionados. Nuestras “Tiendas de Mejoramiento del Hogar” se refieren a las Tiendas de Mejoramiento del Hogar operadas bajo los nombres de marca *Easy* y *Blaisten*, incluyendo nuestras tiendas *Easy* en Chile, Argentina y Colombia. Por “grandes almacenes” queremos decir establecimientos de retail que venden una variedad de bienes de indumentaria, electrónicas y del hogar. Estas tiendas actualmente operan en Chile y Perú bajo nuestras marcas *París* y *Johnson*. Referencias a “tiendas” se refiere colectivamente a nuestros hipermercados, supermercados, grandes almacenes y Tiendas de Mejoramiento del Hogar.

Un metro quiere decir aproximadamente 3.3 pies o 1.1 yardas y un metro cuadrado corresponde a aproximadamente 10.8 metros cuadrados.

Somos dueños o tenemos derecho a usar las marcas, servicio de marca y nombre comercial que usamos en conjunción con la operación de nuestro negocio. Algunas de las más importantes marcas que tenemos o sobre las que tenemos derechos que aparecen en este reporte anual incluyen: *Jumbo*®, *Jumbo Más*®, *Easy*®, *Más Easy*®, *Santa Isabel*®, *Disco*®, *Vea*®, *Super Vea*®, *Blaisten*®, *Johnson*®, *París*®, *Más París*®, *Seguros Cencosud*®, *Banco París*®, *Circulo Más*®, *Wong*®, *Metro*®, *GBarbosa*®, *Perini*®, *Bretas*®, *Mercantil Rodríguez*®, *Nectar*®, reemplazado por la marca *Cencosud Puntos*® como nuestro programa de lealtad al 31 de Marzo, 2014 en Chile y Colombia), *Tarjeta Cencosud*®, *Banco Cencosud*®, *Costanera Center*®, *Vive Chevere*® y *Prezunic*®, cada una de las cuales pueden estar registradas o marcas en cualquiera de las jurisdicciones de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú u otras. Sólo por conveniencia podemos referirnos a nuestras marcas, servicio de marca y nombre comercial en este reporte anual son los símbolos de <sup>TM</sup> y <sup>®</sup>, pero estas referencias no buscan indicar, en manera alguna, que no impongan a la máxima extensión permitida por la ley aplicable nuestros derechos sobre las marcas, servicio de marca y nombre comercial. Cada marca, servicio de marca y nombre comercial de cualquier compañía que aparece en este reporte anual, a nuestro conocimiento, de propiedad de estas compañías.

## PARTE I

### Ítem 1. Identidad de Directores, Gerencia Senior y Consejeros

No aplicable.

### Ítem 2. Estadísticas Ofrecidas y Programa Esperado

No aplicable.

### Ítem 3. Información Clave

#### A. INFORMACIÓN FINANCIERA SELECCIONADA

##### Información Financiera y Operativa Seleccionada

Las siguientes tablas establecen nuestro resumen de información financiera consolidada bajo IFRS. Debería leer la información contenida en estas tablas en conjunción con el “Ítem 5. Revisión y Prospectos Operativos y Financieros,” “Ítem 8. Información Financiera,” “Ítem 18. Estados Financieros.” y los estados financieros consolidados y las notas que acompañen incluidas en este reporte anual.

La información financiera al 31 de Diciembre, 2014 y 2013 y por los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012 ha derivado de nuestros Estados Financieros Auditados Consolidados incluidos en este reporte anual. La información de operaciones seleccionada respecto al año fiscal finalizado el 31 de Diciembre, 2011 y 2010 y la información de balance seleccionada al 31 de Diciembre, 2012 han derivado de los Estados Financieros Consolidados de nuestra Compañía, no incluidos aquí. Mantenemos nuestros libros y registros en pesos chilenos y preparamos nuestros Estados Financieros Consolidados de acuerdo a IFRS. Nuestra fecha de adopción de IFRS fue el 01 de Enero, 2010. La siguiente información operativa y financiera debería ser leída junto a, y es calificada en su plenitud por referencia a, nuestros Estados Financieros Auditados Consolidados incluidos en este reporte anual.

A menos que se exprese lo contrario, los montos en U.S. dólares han sido traducidos de pesos chilenos en base al *dólar observado*, o tasa de cambio de Ch\$606.75 por U.S.\$1.00 al 31 de Diciembre, 2014, como reportó el Banco Central Chile N° No hacemos ninguna representación del peso chileno o de montos de U.S. dólares aquí mencionados que efectivamente representen, podrían haber sido podrían ser convertidos en U.S. dólares o pesos chilenos, según corresponda, a las tasas indicadas, a una tasa particular o a cualquiera.

En nuestra opinión, el resumen de información financiera consolidada presentado en las tablas a continuación incluyen todos los ajustes necesarios para presentar justamente en todo el material nuestras condiciones y resultados financieros a la fecha de los periodos presentados. Los resultados de operaciones presentados a continuación no necesariamente indican un futuro desempeño.

<b>Información de estado de ingresos:</b>	<b>2014</b>		<b>Año finalizado 31 de Diciembre,</b>		<b>2011</b>	<b>2010</b>
	<b>(en millones de U.S.\$)</b>		<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>(en millones de Ch\$)</b>	
<b>Ingresos de actividades ordinarias, operaciones continuadas:</b>						
Supermercados	13,447	8,159,237	7,682,993	6,733,610	5,556,271	4,452,759
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	2,019	1,225,616	1,176,890	1,063,086	948,641	819,838
Grandes Almacenes	1,634	991,442	970,360	886,075	690,772	622,719
Centros Comerciales	354	214,850	205,332	172,104	129,727	116,991
Servicios Financieros	194	117,679	81,651	58,454	267,874	21,283
Otros <sup>(1)</sup>	4	2,205	16,932	12,022	11,520	3,657
Ingresos totales de actividades ordinarias	<u>17,653</u>	<u>10,711,029</u>	<u>10,134,158</u>	<u>8,925,351</u>	<u>7,604,806</u>	<u>6,236,974</u>

<b>Información de estado de ingresos:</b>	<b>2014</b>		<b>Año finalizado 31 de Diciembre,</b>		<b>2011</b>	<b>2010</b>
	<b>(en millones de U.S.\$)</b>		<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>(en millones de Ch\$)</b>	
<b>Costos de ventas:</b>						
Supermercados	(10,225)	(6,204,110)	(5,782,590)	(5,057,477)	(4,177,664)	(3,355,796)
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	(1,319)	(800,342)	(787,402)	(711,500)	(647,337)	(561,006)
Grandes Almacenes	(1,222)	(741,279)	(701,530)	(644,668)	(499,413)	(446,769)
Centros Comerciales	(46)	(28,029)	(23,341)	(27,213)	(19,448)	(17,858)
Servicios Financieros	(64)	(39,046)	(25,938)	(21,082)	(14,028)	(6,102)
Otros <sup>(1)</sup>	(3)	(1,967)	(3,451)	(2,294)	(5,421)	(5,343)
Costos totales de ventas	<u>(12,880)</u>	<u>(7,814,773)</u>	<u>(7,324,252)</u>	<u>(6,464,234)</u>	<u>(5,363,313)</u>	<u>(4,392,874)</u>
<b>Ganancias brutas:</b>						
Supermercados	3,222	1,955,127	1,900,404	1,676,133	1,378,607	1,096,963
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	701	425,275	389,487	351,586	301,303	258,832
Grandes Almacenes	412	250,163	268,830	241,407	191,359	175,950
Centros Comerciales	308	186,821	181,991	144,891	110,278	99,133
Servicios Financieros	130	78,632	55,713	37,372	31,286	15,181
Otros <sup>(1)</sup>	0	238	13,481	9,728	6,099	(1,686)
Ganancias brutas totales	<u>4,773</u>	<u>2,896,256</u>	<u>2,809,907</u>	<u>2,461,117</u>	<u>2,018,933</u>	<u>1,644,373</u>
Gastos administrativos, costos de distribución y otros gastos	(4,113)	(2,495,436)	(2,357,582)	(2,048,390)	(1,602,881)	(1,371,074)
Otros ingresos por función	189	114,438	108,291	107,011	85,107	43,871
Participación en ganancias de asociados	10	6,208	10,289	5,642	5,779	7,514
Ingreso financiero	11	6,709	5,999	8,231	10,713	14,754
Gastos financieros	(366)	(222,165)	(223,856)	(178,631)	(115,767)	(84,693)
Otras ganancias	57	34,624	26,366	(7,403)	(12,626)	13,786
Diferencias de Cambio	(39)	(23,643)	(25,054)	(12,053)	1,577	(2,055)
Pérdidas por indexación	(65)	(39,576)	(18,885)	(23,538)	(27,641)	(16,747)
Ingresos (pérdidas) previo impuestos	457	277,416	335,476	311,988	363,193	326,713
Impuesto a la renta	(208)	(125,932)	(94,068)	(92,226)	(111,305)	(72,856)
Ganancias de Operaciones Continuadas	<u>251</u>	<u>151,485</u>	<u>241,408</u>	<u>219,762</u>	<u>251,888</u>	<u>253,858</u>

<b>Información de estado de ingresos:</b>	<b>Año finalizado 31 de Diciembre,</b>					
	<b>2014</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
	<b>(en millones de U.S.\$)</b>		<b>(en millones de Ch\$)</b>			
Ganancias de Operaciones no Continuas	21	12,662	8,357	33,047		52,623
Ingreso neto	271	164,146	249,765	252,809		296,261
Ganancias atribuibles a accionistas no-controladores	1	(748)	(165)	2,851	33,004	10,220
Ganancias atribuibles a accionistas controladores	272	164,894	249,930	249,958	284,892	296,261
<b>Ganancias netas atribuibles a accionistas por acción por operaciones continuadas:</b>						
Básicas <sup>(2)</sup>	0.0887	53.8	87.4	93.20	106.60	130.85
Diluidas <sup>(2)</sup>	0.0887	53.8	86.8	92.30	105.50	129.56
<b>Ganancias netas atribuibles a accionistas por acción por operaciones no continuadas:</b>						
Básicas <sup>(2)</sup>	0.0074	4.50	3.0	14.2	14.6	130.85
Diluidas <sup>(2)</sup>	0.0074	4.50	3.0	14.2	14.4	129.56
<b>Número de Acciones</b>						
Número total de acciones	2,828,723,963	2,828,723,963	2,828,723,963	2,507,103,215	2,264,103,215	2,264,103,215
<b>Dividendos por acción:</b>						
Básicas <sup>(2)</sup>	0.0402	21.09	28.85	22.88	34.65	24.26
Diluidas <sup>(2)</sup>	0.0398	20.93	28.64	22.66	34.31	24.26

- (1) Incluye los resultados de nuestros centros de entretenimiento Aventura, nuestros programas de lealtad y operaciones corporativas de gestión. Ver “Ítem 4. Información de la Compañía—B. Apreciación Global del Negocio—Nuestra Compañía.”
- (2) En U.S. dólares U.S. dólares en pesos chilenos.

En Noviembre 2012, completamos la adquisición de Carrefour Societe Anonyme’s (Carrefour) operaciones de supermercado en Colombia. Ver “Ítem 4. Información de la Compañía —A. Historia y Desarrollo de la Compañía—Historia.”

<b>Información de Tabla de Balance:</b>	<b>Al 31 de Diciembre,</b>					
	<b>2014</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012<sup>(1)</sup></b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
	<b>(en millones de U.S.\$)</b>		<b>(en millones de Ch\$)</b>			
Total de actuales activos	4,948	3,002,468	2,425,219	2,316,812	2,085,636	1,582,309
Propiedad, plantas, equipos y propiedades de inversión netas	7,702	4,673,321	4,670,316	4,605,872	3,538,672	2,913,644
Otros activos	5,011	3,040,715	2,969,699	2,820,906	2,019,780	1,839,516
Total activos	17,662	10,716,503	10,065,234	9,743,590	7,644,088	6,335,469
Total responsabilidades actuales	5,173	3,138,770	2,951,699	3,336,630	2,331,280	1,919,094
	<b>2014</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012<sup>(1)</sup></b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
<b>Información de Tabla de Balance:</b>						
Total responsabilidades no-actuales	5,416	3,286,247	2,852,168	3,008,748	2,362,201	1,726,781
Total responsabilidades	10,589	6,425,017	5,803,867	6,345,378	4,693,482	3,645,876
Intereses no-controladores	(1)	(832)	100	678	87,750	74,886
Equidad neta atribuible a accionistas controladores	7,074	4,292,318	4,261,267	3,397,534	2,862,856	2,614,707
Total equidad neta y responsabilidades	17,662	10,716,503	10,065,234	9,743,590	7,644,088	6,335,469

- (1) Activos por el periodo de 2012 fueron ajustados cuando la buena fe relacionada a la adquisición de Johnson fue ajustada.

**Año finalizado 31 de Diciembre,**

<b>Otra información financiera:</b>	<b>2014</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
	<b>(en millones de U.S.\$)<sup>(1)</sup></b>	<b>(en millones de Ch\$)<sup>(1)</sup></b>				
<b>Información Flujo de Caja</b>						
<b>Caja neta entregada por (usada en):</b>						
Actividades operativas	643	390,239	364,782	718,715	567,739	407,174
Actividades de Inversión	(385)	(233,396)	(320,507)	(1,873,568)	(623,753)	(413,676)
Actividades de Financiamiento	(185)	(112,378)	(107,029)	1,246,077	89,607	5,086
<b>Otra Información Financiera</b>						
Gastos de capital	(607)	(227,423)	(317,709)	(573,650)	(616,336)	(349,793)
Depreciación y amortización	(333)	(202,343)	(191,500)	(141,450)	(120,174)	(162,995)
EBITDA Ajustado de operaciones continuadas <sup>(2)</sup>	1,057	641,696	691,200	558,285	539,011	502,310
<b>Coefficientes Financieros</b>						
Margen Bruto <sup>(3)</sup>	27.0%	27.0%	27.7%	27.6%	26.5%	26.4%
Margen Neto <sup>(4)</sup>	1.4%	1.4%	2.4%	2.5%	3.3%	4.9%
Coefficiente Actual <sup>(5)</sup>	0.96x	0.96x	0.82x	0.77x	0.88x	0.92x

- (1) Excepto coeficientes financieros.
- (2) Ver "Presentación de Información Financiera y Otra Información" por la definición de EBITDA Ajustado y la reconciliación de EBITDA Ajustado a medidas IFRS.
- (3) Ganancia bruta consolidada por ingresos consolidados de actividades ordinarias.
- (4) Ingreso neto consolidado dividido por ingresos consolidados de actividades ordinarias.
- (5) Activos actuales consolidados divididos por responsabilidades actuales.

<b>Ingresos Integrales:</b>	<b>Año finalizado 31 de Diciembre,</b>					
	<b>2014</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
	<b>(en millones de U.S.\$)</b>	<b>(en millones de Ch\$)</b>				
Ingresos integrales atribuibles a accionistas controladores	125	76,055	94,725	34,002	357,049	201,686
Ingresos (pérdidas) integrales atribuibles a accionistas no controladores	(1)	(881)	(168)	(5,354)	12,865	253
<b>Ingresos totales integrales</b>	<b>124</b>	<b>75,174</b>	<b>94,557</b>	<b>28,648</b>	<b>369,913</b>	<b>201,939</b>

<b>Información operativa:</b>	<b>Año finalizado 31 de Diciembre,</b>				
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
<b>Número de Tiendas</b>					
<b>Supermercados:</b>					
<i>Chile</i>	224	224	214	189	163
<i>Argentina</i>	290	290	288	269	256
<i>Brasil</i>	219	221	204	152	130
<i>Perú</i>	87	87	86	74	64
<i>Colombia</i>	100	100	96	0	0
Supermercados subtotal	922	922	888	684	613
<b>Tiendas de Mejoramiento del Hogar:</b>					
<i>Chile</i>	32	32	31	29	29
<i>Argentina</i>	48	48	47	48	49
<i>Colombia</i>	9	9	4	4	4
Tiendas de Mejoramiento del Hogar subtotal	89	89	82	81	82
<b>Grandes Almacenes:</b>					
<i>Chile</i>	77	77	78	35	34
<i>Perú</i>	6	6	0	0	0
Grandes Almacenes subtotal	83	83	78	35	34
<b>Centros Comerciales:</b>					
<i>Chile</i>	25	25	9	9	9
<i>Argentina</i>	18	18	18	14	14
<i>Perú</i>	4	3	2	2	2
<i>Colombia</i>	2	2	0	0	0
Centros Comerciales subtotal	48	48	29	25	25
<b>Total</b>	<b>1123</b>	<b>1123</b>	<b>1076</b>	<b>825</b>	<b>754</b>

<b>Información operativa:</b>	<b>Año finalizado 31 de Diciembre,</b>				
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
<b>El espacio total de ventas<sup>(1)</sup></b>	<b>(en metros cuadrados)</b>				
<b>Supermercados:</b>					
<i>Chile</i>	546,236	546,236	524,677	463,834	406,555
<i>Argentina</i>	519,171	519,171	522,270	502,682	455,808
<i>Brasil</i>	602,194	596,746	552,764	391,485	332,626
<i>Perú</i>	259,360	259,360	258,762	233,331	209,642
<i>Colombia</i>	428,469	428,469	416,699	0	0
Supermercados subtotal	2,386,981	2,349,981	2,275,172	1,591,332	1,404,631
<b>Información operativa:</b>	<b>Año finalizado 31 de Diciembre,</b>				
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
<b>Tiendas de Mejoramiento del Hogar:</b>					
<i>Chile</i>	307,853	307,853	299,806	276,325	273,625
<i>Argentina</i>	373,490 <sup>(2)</sup>	373,490 <sup>(2)</sup>	369,067 <sup>(2)</sup>	391,485	392,645
<i>Colombia</i>	75,732	75,732	37,060	35,360	34,309
Tiendas de Mejoramiento del Hogar subtotal	757,074	757,074	705,933	703,170	700,579
<b>Grandes Almacenes:</b>					
<i>Chile</i>	371,891	371,891	377,191	272,388	234,489
<i>Perú</i>	32,222	32,222	0	0	0
Grandes Almacenes subtotal	404,113	404,113	377,191	272,388	234,489
<b>Centros Comerciales:<sup>(3)</sup></b>					
<i>Chile</i>	433,053	412,418	410,117	282,693	273,983
<i>Argentina</i>	241,410	241,410	241,410	227,396	214,002
<i>Perú</i>	15,514	58,388	41,303	54,750	54,750
<i>Colombia</i>	14,514	14,514	0	0	0
Centros Comerciales subtotal	800,272	756,264	692,830	564,839	542,735
<b>Total</b>	<b>4,237,899</b>	<b>4,237,899</b>	<b>4,051,126</b>	<b>3,131,729</b>	<b>2,882,434</b>
<b>Espacio de ventas Promedio por Tienda<sup>(4)</sup></b>	<b>(en metros cuadrados)</b>				
<b>Supermercados:</b>					
<i>Chile</i>	2,439	2,439	2,452	2,454	2,494
<i>Argentina</i>	1,790	1,790	1,813	1,869	1,781
<i>Brasil</i>	2,700	2,700	2,710	2,576	2,559
<i>Perú</i>	2,981	2,981	3,009	3,153	3,276
<i>Colombia</i>	4,285	4,285	0	0	0
Supermercados subtotal	2,549	2,549	2,562	2,327	2,291
<b>Tiendas de Mejoramiento del Hogar:</b>					
<i>Chile</i>	9,620	9,620	9,671	9,528	9,435
<i>Argentina</i>	7,781	7,781	7,852	8,156	7,435
<i>Colombia</i>	8,415	8,415	9,265	8,840	8,577
Tiendas de Mejoramiento del Hogar subtotal	8,506	8,506	8,609	8,681	8,198
<b>Grandes Almacenes:</b>					
<i>Chile</i>	4,830	4,830	4,836	7,783	6,897
<i>Perú</i>	5,370	5,370	0	0	0
Grandes Almacenes subtotal	4,869	4,869	4,836	7,783	6,897
<b>Centros Comerciales:</b>					
<i>Chile</i>	17,322	16,497	42,987	31,410	30,443
<i>Argentina</i>	12,796	13,412	15,761	16,243	15,286
<i>Perú</i>	17,798	19,463	16,839	27,375	27,375
<i>Colombia</i>	7,257	7,257	0	0	0
Centros Comerciales subtotal	15,099	15,140	25,620	22,594	21,709
<b>Ventas promedio por Tienda<sup>(5)</sup></b>	<b>(en millones de Ch\$)</b>				
<b>Supermercados:</b>					
<i>Chile</i>	9,894	9,943	9,617	9,662	10,371
<i>Argentina</i>	6,254	6,162	6,083	5,776	5,352
<i>Brasil</i>	9,837	9,067	10,270	10,211	6,484
<i>Perú</i>	9,617	8,569	8,360	8,439	8,744
<i>Colombia</i>	9,999	9,185	1,189 <sup>(6)</sup>	0	0
Supermercados subtotal	8,736	8,228 <sup>(7)</sup>	8,356 <sup>(7)</sup>	8,123	7,276

<b>Información operativa:</b>	<b>Año finalizado 31 de Diciembre,</b>				
	<b>2013</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
	(en millones de Ch\$)				
<u>Tiendas de Mejoramiento del Hogar:</u>					
<i>Chile</i>	14,107	14,022	12,915	12,672	11,577
<i>Argentina</i>	13,859	14,209	13,191	11,287	9,205
<i>Colombia</i>	6,717	9,449 <sup>(8)</sup>	10,682	9,845	8,272
Tiendas de Mejoramiento del Hogar subtotal	13,179	13,858	12,964	11,712	9,998
<u>Grandes Almacenes:</u>					
<i>Chile</i>	12,053	12,413	11,360	19,736	18,315
<i>Perú</i>	4,360	2,430			
Grandes Almacenes subtotal	11,945	11,691	11,360	19,736	18,315

<b>Información operativa:</b>	<b>Año finalizado 31 de Diciembre,</b>				
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
	(en millones de Ch\$)				
<u>Centros Comerciales:</u>					
<i>Chile</i>	11,284	11,284	9,309	7,167	6,095
<i>Argentina</i>	4,620	4,620	4,365	4,262	3,810
<i>Perú</i>	4,852	4,852	2,301	2,783	4,401
<i>Colombia</i>	8,642	8,642			
Centros Comerciales subtotal	7,080	7,080	5,939	5,189	4,680
<b>Incremento (Disminución) en Ventas-Mismas-Tiendas <sup>(9)</sup></b>	(%)				
<u>Supermercados:</u>					
<i>Chile</i>	4.3%	1.6%	4.8%	4.7%	5.9%
<i>Argentina</i>	29.0%	17.3%	18.5%	22.5%	25.2%
<i>Brasil</i>	(0.6)%	(0.5)%	0.5%	1.4%	7.1%
<i>Perú</i>	4.6%	1.5%	4.2%	6.5%	(2.3)%
<i>Colombia</i>	(1.5)%	(7.4)%			
<u>Tiendas de Mejoramiento del Hogar:</u>					
<i>Chile</i>	2.7%	6.1%	6.3%	4.9%	23.7%
<i>Argentina</i>	27.5%	30.3%	26.6%	32.3%	27.8%
<i>Colombia</i>	(3.4)%	0.3%	4.1%	11.8%	(3.6)%
<u>Grandes Almacenes:</u>					
<i>Chile</i>	(0.5)%	4.7%	5.3%	5.2%	19.7%

<b>Ventas por Metro Cuadrado<sup>(10)</sup></b>	<b>(en millones de Ch\$)</b>				
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
<u>Supermercados:</u>					
<i>Chile</i>	4.15	4.08	3.92	3.94	4.13
<i>Argentina</i>	3.43	3.44	3.35	3.09	3.01
<i>Brasil</i>	3.58	3.36	3.79	4.08	2.53
<i>Perú</i>	3.20	2.87	2.78	2.68	2.67
<i>Colombia</i>	2.35	2.14	0.28 <sup>(11)</sup>		
Supermercados subtotal	3.42	3.52	3.56 <sup>(12)</sup>	3.52	3.17
<u>Tiendas de Mejoramiento del Hogar:</u>					
<i>Chile</i>	1.48	1.46	1.34	1.33	1.23
<i>Argentina</i>	1.81	1.83	1.68	1.38	1.24
<i>Colombia</i>	1.04 <sup>(13)</sup>	1.04 <sup>(13)</sup>	1.15	1.11	0.96
Tiendas de Mejoramiento del Hogar subtotal	1.57	1.62	1.51	1.35	1.22
<u>Grandes Almacenes:</u>					
<i>Chile</i>	2.54	2.57	2.35	2.54	2.66
<i>Perú</i>	0.10	0.45	0	0	0
Grandes Almacenes subtotal	2.36 <sup>(14)</sup>	2.57 <sup>(14)</sup>	2.35	2.54	2.66
<u>Centros Comerciales:</u>					
<i>Chile</i>	0.28	0.26	0.22	0.23	0.20
<i>Argentina</i>	0.24	0.29	0.28	0.26	0.25
<i>Perú</i>	0.24	0.24	0.14	0.10	0.16
<i>Colombia</i>	0.70	0.30			
Centros Comerciales subtotal	0.27	0.27	0.23	0.23	0.20

<b>Información operativa:</b>	<b>Año finalizado 31 de Diciembre,</b>				
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
			(en millones de Ch\$)		
Número total de empleados de tienda <sup>(15)</sup>	153,234	154,603	146,424	131,505	126,485
(1) En metros cuadrados al fin del periodo.					
(2) Debido a los cambios en el criterio para vender espacio 2012 figuras fueron modificadas para tener figuras comparables por 2012 y siguientes periodos. Este nuevo criterio excluye áreas de check-out área y pasillos.					
(3) Espacio total arrendable para Centros Comerciales no incluye espacio de ventas ocupado por partes relacionadas en nuestros Centros Comerciales.					
(4) Metros cuadrados totales de espacio de ventas o espacio arrendable, como se aplique, al fin del periodo fiscal dividido por el número total de tiendas o Centros Comerciales, como sea el caso, al fin del periodo.					
(5) Ventas por el periodo fiscal divididas por el número de tiendas o Centros Comerciales, según sea el caso, al fin del periodo fiscal.					
(6) Este valor considera sólo un mes de ventas para nuestras operaciones de supermercados en Colombia por el periodo fiscal de 2012.					
(7) Este promedio no incluye ventas y tiendas de las operaciones de nuestros supermercados colombianos.					
(8) Este valor no considera las tiendas abiertas en Colombia en el mes de Diciembre 2013.					
(9) Refleja las ventas de nuestras tiendas operativas durante los mismos meses de ambos periodos financieros que están siendo comparados. Si una tienda no operó por un mes completo de los periodos financieros comparados, excluimos sus ventas por ese mes de los periodos financieros. Por ejemplo, si una nueva tienda fue abierta el 01 de Julio, 2013 y operó durante los últimos Ver meses del año 2013,					
(i) “ventas-mismas-tiendas” incluiría las ventas de la tienda por los últimos Ver meses del 2013 y los últimos Ver meses del 2014 y					
(ii) consideraríamos las ventas de la nueva tienda durante los primeros Ver meses del 2014 como ventas de la tienda abierta recientemente. Calculada en moneda local.					
(10) Ventas por el periodo dividido por metros cuadrados por espacio de ventas o arrendable, según sea el caso, al final de cada mes durante el periodo.					
(11) Información para ventas en Colombia sólo reflejan los resultados operacionales en los estados financieros de Cencosud al 30 de Noviembre, 2012.					
(12) Promedio de ventas por metro cuadrado excluye ventas y espacio de ventas para operaciones de supermercados colombianos.					
(13) Excluye Tiendas abiertas en Diciembre 2013.					
(14) Excluye Tiendas París Perú.					
(15) Número de empleados a tiempo completo equivalentes al fin del periodo.					

## Tasas de Cambio

### Chile

Chile tiene dos mercados de moneda, el *Mercado Cambiario Formal* y el *Mercado Cambiario Informal*. El Mercado Cambiario Formal es conformado por bancos y otras entidades autorizadas por el Banco Central Chile N° El Mercado Cambiario Informal es conformado por entidades que no se encuentran expresamente autorizadas para operar en el Mercado Cambiario Formal, como ciertas casas de cambio extranjeras y agencias de viaje, entre otras. El Banco Central Chileno tiene poder para requerir que ciertas compras y ventas de monedas extranjeras sean realizadas en el Mercado Cambiario Formal. Ver también “Ítem 10. Información Adicional—D. Controles de Cambio—Controles de Cambio Extranjero—Chile.”

Tanto el Mercado Cambiario Formal como Informal son conducidos por fuerzas del mercado libre. Regulaciones actuales requieren que el Banco Central Chileno sea informado de ciertas transacciones y que sean efectuados a través del Mercado Cambiario Formal.

La tasa de cambio del U.S. dólar observada (*dólar observado*), que se reporta por el Banco Central Chileno y publicado diariamente en el *Diario Oficial*, es la tasa de cambio promedio de las transacciones del día laboral previo en el Mercado Cambiario Formal. El Banco Central Chileno tiene el poder para intervenir por medio de la compra o venta de moneda extranjera en el Mercado Cambiario Formal para intentar mantener la tasa de cambio observada dentro del rango deseado. Durante los últimos años el Banco Central Chileno ha intentado mantener la tasa de cambio observada dentro de un rango cierto sólo bajo circunstancias especiales. Pese a que no se requiere que el Banco Central Chileno compre o venda dólares a cualquier tasa de cambio específica, generalmente utiliza tasas de divisas al contado para sus transacciones. Otros bancos generalmente realizar transacciones autorizadas al tipo de cambio al contado así mismo.

El Mercado Cambiario Informal refleja transacciones llevadas a cabo a una tasa de cambio informal (la “tasa de cambio informal”). No hay límites impuestos para que la tasa de cambio en el Mercado Cambiario Informal pueda fluctuar sobre o bajo la tasa

de cambio observada. En años recientes, la variación entre la tasa de cambio observada y la tasa de cambio informal no ha sido significativa.

La siguiente tabla establece la tasa de cambio baja, alta, promedio y al fin del periodo para U.S. dólares por el periodo presentado, como reporta el Banco Central Chile N° El Banco de Reserva Federal de Nueva York no reporta una compra por la tarde por pesos chilenos.

	Tasa de cambio de Ch\$ por U.S.\$ diariamente observada			
	Alto <sup>(1)</sup>	Bajo <sup>(1)</sup>	Promedio <sup>(2)</sup>	Fin periodo <sup>(3)</sup>
<b>Año finalizado el 31 de Diciembre,</b>				
2010	549.17	468.01	510.21	468.01
2011	533.74	455.91	483.57	519.20
2012	519.69	469.65	486.59	479.96
2013	533.95	466.50	495.18	524.61
2014	621.41	527.53	570.33	606.75
<b>Fin de Mes</b>				
31 de Octubre, 2014	598.64	527.53	538.36	553.84
30 de Noviembre, 2014	605.46	580.62	593.91	605.46
	Tasa de cambio de Ch\$ por U.S.\$ diariamente observada			
	Alto <sup>(1)</sup>	Bajo <sup>(1)</sup>	Promedio <sup>(2)</sup>	Fin periodo <sup>(3)</sup>
31 Diciembre, 2014	621.41	606.75	612.98	606.75
31 Enero, 2015	632.03	612.47	622.11	632.03
28 Febrero, 2015	632.19	616.86	622.95	618.76
31 Marzo, 2015	642.18	617.38	628.86	626.58
Abril 2015 (hasta 17 de Abril, 2015)	621.10	610.74	614.84	612.30

Fuente: Banco Central Chile N°

- (1) Tasas de cambio son la actual alta y baja, en bases diarias por cada periodo.
- (2) La tasa promedio anual se calcula como el promedio de la tasa de cambio de cada mes durante el periodo.
- (3) Cada periodo anual finaliza el 31 de Diciembre, y la respectiva tasa de cambio del fin de periodo es publicada por el Banco Central Chileno en el primer día laboral del año siguiente.  
Cada periodo de fin de mes en el último día calendario del mes, y el periodo respectivo y la tasa de cambio se publican por el Banco Central Chileno en el primer día laboral del mes siguiente.

## Argentina

Desde el 01 Abril, 1991 hasta fines del 2001, la Ley de Convertibilidad N° 23,928 y Decreto Regulatorio N° 529/91 (junto a la “Ley de Convertibilidad”) estableció una tasa de cambio fija bajo la cual el Banco Central de Argentina fue obligado a vender U.S. dólares a una tasa fija de un peso argentino por U.S. dólar. El 06 de Enero, 2002, el Congreso argentino promulgó la Ley de Emergencia Pública, que suspende ciertas provisiones de la Ley de Convertibilidad, incluyendo la tasa de cambio fija de Ar\$1.00 a U.S.\$1.00, y entregó a la rama ejecutiva del gobierno argentino el poder para establecer una tasa de cambio entre el peso argentino y las monedas extranjeras y para emitir regulaciones relacionadas al mercado de monedas extranjeras. Tras un breve periodo durante el cual el gobierno argentino estableció un sistema de mercado cambiario temporario dual, en cumplimiento de la Ley de Emergencia Pública, el peso argentino ha podido flotar libremente contra otras monedas desde Febrero 2002. Durante los últimos años el gobierno argentino ha mantenido una política de intervención en el mercado cambiario, conducente a transacciones periódicas para la venta y compra de U.S. dólares. No hay forma de prever si esto pudiese continuar en el futuro. Ver también “Ítem 10. Información Adicional —D. Controles de Cambio—Controles de Cambio Extranjero—Argentina.”

La siguiente tabla establece la tasa de cambio baja, alta, promedio y al fin del periodo por los periodos indicados, expresa en pesos argentinos por U.S. dólares y no ajustados por inflación como reporta el Banco Central de Argentina. El Banco de Reserva Federal Reserve de Nueva York no reporta una compra de tasa a la tarde de pesos argentinos.

	Tasa de cambio de Ch\$ por U.S.\$ diariamente observada			
	Alto	Bajo	Promedio	Fin periodo
<b>Año finalizado el 31 de Diciembre,</b>				
2010	3.988	3.794	3.913	3.976
2011	4.304	3.972	4.131	4.304
2012	4.917	4.304	4.552	4.917
2013	6.518	4.923	5.479	6.518

	Tasa de cambio de Ch\$ por U.S.\$ diariamente observada			
	Alto	Bajo	Promedio	Fin periodo
2014	8.556	6.543	8.119	8.552
<b>Fin de mes</b>				
31 Octubre, 2014	8.503	8.448	8.480	8.502
30 Noviembre, 2014	8.526	8.507	8.514	8.526
31 Diciembre, 2014	8.556	8.526	8.550	8.552
31 Enero, 2015	8.640	8.554	8.602	8.640
28 Febrero, 2015	8.726	8.649	8.686	8.724
31 Marzo, 2015	8.820	8.736	8.781	8.820
Abril 2015 (hasta 17 de Abril, 2015)	8.867	8.826	8.848	8.867

Fuente: Banco Central de Argentina.

(1) Representa la tasa de cambio diaria durante los periodos relevantes.

### Brasil

El Banco Central de Brasil permite a la tasa de cambio real/U.S. dólar flotar libremente y ha intervenido ocasionalmente para controlar fluctuaciones inestables en las tasas de cambio extranjeras. No podemos predecir si el Banco Central de Brasil o el gobierno brasilero continuarán dejando que flote libremente o intervendrá en el mercado cambiario a través de un sistema de banda de moneda o de otra forma. El real brasilero puede depreciar o apreciar substancialmente contra el U.S. dólar en el futuro. Fluctuaciones cambiarias pueden afectar adversamente nuestra condición financiera. Ver también “Ítem 10. Información Adicional —D. Controles de Cambio—Controles de Cambio Extranjero—Brasil.”

Previo al 14 de Marzo, 2005, bajo regulaciones brasileras, transacciones cambiarias extranjeras llevadas a cabo en el mercado cambiario o el mercado de tasa de cambio flotante. Tasas en ambos mercados son generalmente las mismas. El 14 de Marzo, 2005, el Consejo Nacional Monetario de Brasil (*Conselho Monetário Nacional*) unificado en dos mercados.

La siguiente tabla establece las tasas de cambio de venta en reais brasileros por los periodos indicados, como reporta el Banco Central de Brasil (Sistema do Banco Central) usando PTAX 800, opción 5.

	Tasa de cambio de Ch\$ por U.S.\$ diariamente observada			
	Alto	Bajo	Promedio	Fin periodo
<b>Año finalizado el 31 de Diciembre,</b>				
2011	2.4218	1.7024	1.9935	1.7412
2012	1.8811	1.6554	1.7593	1.6662
2013	1.9016	1.5345	1.6746	1.8758
2014	2.1121	1.7024	1.9550	2.0435
2014	2.7403	2.1974	2.3547	2.6562
<b>Fin de mes</b>				
31 Octubre, 2014	2.5341	2.3914	2.4483	2.4442
30 Noviembre, 2014	2.6136	2.4839	2.5484	2.5601
31 Diciembre, 2014	2.7403	2.5607	2.6394	2.6562
31 Enero, 2015	2.7107	2.5754	2.6342	2.6623
28 Febrero, 2015	2.8811	2.6894	2.8165	2.8782
31 Marzo, 2015	3.2683	2.8655	3.1395	3.2080
Abril 2015 (hasta 17 de Abril, 2015)	3.1556	3.0249	3.0889	3.0544

Fuente: Banco Central de Brasil.

(1) Calculado como promedio de las tasas de cambio de fin de mes durante el periodo relevante.

### Perú

Actualmente la ley Peruana no impone ninguna restricción en la habilidad de las compañías para tener operaciones en Perú para transferir monedas extranjeras de Perú a otros países para convertir nuevos soles a cualquier moneda o para convertir moneda extranjera a nuevos soles. Las compañías pueden libremente remitir intereses y pagos principales en el extranjero y los inversionistas pueden repatriar capital de inversiones liquidadas. No podemos asegurarle que la ley Peruana continuará permitiendo estos pagos, transferencias, conversiones o remesas sin restricciones. Tasas de cambio del Nuevo sol Peruano se han mantenido relativamente estables en los años recientes. “Ítem 10. Información Adicional —D. Controles de Cambio—Controles de Cambio Extranjero—Perú.”

La siguiente tabla establece el periodo-promedio establecido por el Banco Central de Perú y tasas de compra de fin-periodo por U.S. dólares por los periodos indicados.

	Tasa de cambio de Ch\$ por U.S.\$ diariamente observada			
	Alto	Bajo	Promedio <sup>(1)</sup>	Fin periodo
<b>Año finalizado el 31 de Diciembre,</b>				
2010	3.258	2.851	3.011	2.888
2011	2.880	2.786	2.824	2.808
2012	2.832	2.693	2.754	2.695
2013	2.709	2.549	2.638	2.549
2014	2.987	2.760	2.838	2.981
<b>Fin de mes</b>				
31 Octubre, 2014	2.920	2.890	2.905	2.920
30 Noviembre, 2014	2.933	2.909	2.924	2.918
31 Diciembre, 2014	2.987	2.925	2.960	2.981
31 Enero, 2015	3.056	2.981	3.004	3.056
28 Febrero, 2015	3.094	3.057	3.077	3.091
31 Marzo, 2015	3.100	3.064	3.090	3.094
Abril 2015 (hasta 17 de Abril, 2015)	3.124	3.089	3.111	3.124

Fuente: Banco Central de Perú.

(1) Calculado como promedio de las tasas de cambio de fin de mes durante el periodo relevante.

## Colombia

Desde Septiembre 1999, el Banco Central de Colombia ha permitido que el peso colombiano flote libremente, interviniendo sólo cuando haya bruscas variaciones en el valor del peso colombiano relativo al dólar U.S. (referido como “coeficiente representativo de mercado”) para controlar la volatilidad. Diferentes mecanismos han sido utilizados con este propósito. Actualmente el Banco Central está interviniendo directamente mediante la compra de montos variables de moneda extranjera en mercados de cambio extranjeros.

Este mecanismo de intervención solo se utiliza para controlar las reservas internacionales de Colombia o en caso de tasa promedio específica (mencionada como “tasa representativa de mercado”) para veinte días precedentes excede 5% de la tasa representativa de mercado de ese día. A la ocurrencia de ese evento, el Banco Central de Colombia vende opciones de compra, mientras que el comprador puede comprar del Banco Central de Colombia, en una fecha futura, un monto específico de dólares U.S. a una tasa de cambio pre establecido, entonces reduciendo la volatilidad de la tasa de cambio. Al 28 de Octubre, 2009, el mecanismo de opción de compra sólo puede ser utilizado para controlar las reservas internacionales de Colombia. Ver también “Ítem 10. Información Adicional—D. Controles de Cambio—Controles de Cambio Extranjeros—Colombia.”

Pese a que el mercado de cambio extranjero puede flotar libremente el gobierno colombiano no va a intervenir en el mercado de cambio en el futuro. El Banco de Reserva Federal de Nueva York no reporta a tasa de pesos colombianos. La *Superintendencia Financiera de Colombia* calcula la tasa representativa de Mercado basada en los promedios de las tasas de cambio promedio compra/venta cuoteadas diariamente por ciertas instituciones financieras por la compra y venta de moneda extranjera.

La siguiente tabla establece el promedio peso colombiano/U.S. dólar representativo de mercado por los periodos indicados, calculados por el uso promedio de las tasas de cambio en el último día de cada mes durante el periodo.

	Tasa de cambio de Ch\$ por U.S.\$ diariamente observada			
	Alto	Bajo	Promedio <sup>(1)</sup>	Fin Periodo
<b>Año finalizado el 31 de Diciembre,</b>				
2010	2,074.40	2,021.49	2,048.57	2,050.52
2011	2,206.19	2,061.92	2,128.68	2,206.19
2012	2,446.35	2,206.19	2,342.25	2,392.46
2013	2,452.11	2,361.54	2,397.26	2,441.10
2014	2,446.35	1,846.12	2,000.33	2,392.46
<b>Fin de mes</b>				
31 Octubre, 2014	2,074.40	2,021.49	2,048.57	2,050.52

	Tasa de cambio de Ch\$ por U.S.\$ diariamente observada			
	Alto	Bajo	Promedio <sup>1)</sup>	Fin Periodo
30 Noviembre, 2014	2,206.19	2,061.92	2,128.68	2,206.19
31 Diciembre, 2014	2,446.35	2,206.19	2,342.25	2,392.46
31 Enero, 2015	2,452.11	2,361.54	2,397.26	2,441.10
28 Febrero, 2015	2,500.59	2,371.31	2,420.67	2,496.99
31 Marzo, 2015	2,677.97	2,496.99	2,585.36	2,576.05
Abril 2015 (hasta 21 de Abril, 2015)	2,598.36	2,490.90	2,539.52	2,493.93

Fuente: Banco Central de Colombia.

(1) Calculado como promedio de las tasas de cambio de fin de mes durante el periodo relevante.

## B. CAPITALIZACIÓN Y ENDEUDAMIENTO

No Aplicable.

## C. RAZONES DE OFERTA Y USO DE PROCEDIMIENTOS

No Aplicable.

## D. FACTORES DE RIESGO

*Debería considerar cuidadosamente los riesgos descritos a continuación y la otra información en este reporte anual. Los riesgos luego descritos no son los únicos que enfrentan nuestra compañía o inversiones en los países en que operamos. Nuestro negocio, condiciones financiera o resultados de operaciones podrían ser material y adversamente afectadas por cualquier de estos riesgos. Riesgos adicionales no presentemente conocidos por nosotros o que actualmente se entienda inmaterial puede también afectar nuestras operaciones de negocio. Este reporte anual también contiene declaraciones a futuro que involucran riesgos e incertidumbres. Ver “Declaraciones a Futuro”. El mercado de precios de nuestras acciones comunes y ADSs puede disminuir debido a cualquiera de estos riesgos u otros factores, y puedes perder todo o parte de sus inversiones. Nuestros resultados actuales podrían diferir material y adversamente de aquellos anticipados en estas declaraciones a futuro como resultado de ciertos factores, incluyendo los riesgos que enfrenta nuestra compañía a continuación descritos en este reporte anual.*

### Riesgos Relacionados a Nuestro Negocio e Industrias

#### *Condiciones económicas que impactan el consumo que podrían afectarnos materialmente.*

La incertidumbre económica actual en la economía mundial podrían afectar negativamente la confianza y consumo del cliente, incluyendo el consumo discrecional. Podemos cernos afectados materialmente por cambios en las condiciones económicas en los mercados o en las regiones en que operamos que impacto en la confianza y consumo del cliente, incluyendo el consumo discrecional. El riesgo puede ser exacerbado si los clientes eligen alternativas de más bajo costo a nuestros productos ofrecidos en respuesta a las condiciones económicas. En particular una disminución en el consumo discrecional podrían impactar material y adversamente las ventas de algunos productos ofrecidos de alto margen. Condiciones económicas futuras afectan el ingreso del consumido disponible, como los niveles de empleo, condiciones de negocio, cambios en publicidad, la disponibilidad de créditos, tasas de interés, tasas de impuestos y costos en petróleo y energía, podrían también reducir en general el consumo del consumidor. La deflación en precio de la comida podría reducir el crecimiento de ventas y ganancias, mientras la inflación en el precio de la comida, combinada con la reducción de los gastos en consumo, podría reducir nuestros márgenes. De acuerdo a esto no podemos asegurarle que en caso de aumento de la inflación podremos pasar en un incremento del precio a nuestros clientes, lo que nos afectaría materialmente.

#### *Enfrentamos una competencia intensa en cada uno de nuestros mercados.*

La industria de retail en Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia se caracteriza por una intensa competencia y aumento en la presión en los márgenes de ganancias. El número y tipo de competidores y el grado de competencia experimentado por tiendas individuales varía por locación. La competencia ocurre en bases de precios, locación, calidad de productos y servicios, variedad de productos y condiciones de tiendas. Nos enfrentamos a una fuerte competencia de operadores de supermercados internacionales y domésticos, Tiendas de Mejoramiento del Hogar, grandes almacenes y Centros Comerciales, incluyendo Carrefour, Walmart, Falabella y Casino, y proveedores de servicios financieros, y es posible que en el futuro otros grandes retailers internacionales o proveedores de servicios financieros puedan entrar a mercados en que competimos, sea a través de joint ventures o directamente. Algunos de nuestros competidores tienen significativos recursos financieros Mayores que nosotros y podrían utilizar estos recursos para afectarnos negativamente. También competimos con un gran número de supermercados locales y regionales y cadenas de tiendas de retail, así como tiendas pequeñas, familiares y de barrio, mercados informales, y vendedores callejeros. Ver “Ítem 4. Información de la Compañía—B. Apreciación Global del Negocio—Competencia” y “—Apreciación Global de Industria y Competencia.”

Aumento de la competencia puede causar que bajemos nuestros precios, aumentos en gastos y tomar acciones que podrían afectarnos de forma material negativamente u obligarnos a reducir nuestro plan de crecimiento, adquisiciones y gastos de capital. Como otros retailers expanden sus operaciones en Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia, y otros retailers internacionales entran a estos mercados, la competencia continuará intensificándose. Nuestra inhabilidad para responder efectivamente frente a las presiones competitivas y cambios en los mercados de retail podría afectarnos adversamente, incluyendo la pérdida de cuota de mercado.

***Nuestras tradicionales tiendas de retail, supermercados y Centros Comerciales enfrentan incrementos en la competencia por ventas de internet que pueden afectar negativamente la venta de canales tradicionales.***

En años recientes, la venta en retail de comida, ropa y productos de mejoramiento del hogar en el internet han aumentado en cada país en el que operamos. Los retailers de internet pueden vender directamente a los consumidores, disminuyendo la importancia de los canales de distribución tradicionales como supermercados y tiendas de retail. Ciertos retailers de comida por internet han disminuido significativamente sus costos operativos en comparación con los hipermercados y supermercados porque no se apoyan en una cara red de puntos de retail de venta o fuerzas a larga escala. Como resultado de esto, estos retailers de comida por internet son capaces de ofrecer sus productos a costos más bajos que nosotros y en ciertos casos son capaces de evadir a intermediarios de retail y entregar productos particularmente de alta calidad y frescos consumidores. Creemos que nuestros consumidores han aumentado por el uso de internet para comprar electrónicamente comida y otros bienes de retail, y esa es la tendencia que probablemente continuará. Si las ventas por internet continúan creciendo, la dependencia de los consumidores en los canales de distribución tradicionales como nuestros supermercados, Tiendas de Mejoramiento del Hogar, grandes almacenes y Centros Comerciales podría disminuir materialmente lo que nos afectaría adversamente.

***Nuestros mercados están pasando por una rápida consolidación.***

Durante varios años, los sectores de retail de comida, grandes almacenes y mejoramiento del hogar en Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia han estado sufriendo una consolidación como grandes cadenas de retail que han ganado presencia en el mercado a costas de tiendas pequeñas e independientemente operadas, y grandes cadenas locales e internacionales de supermercados se han consolidado. Creemos que una Mayo consolidación probablemente ocurrirá en todos estos mercados mientras la competencia se intensifica y las economías a escala se vuelven cada vez más importantes. Algunos de nuestros competidores son más grandes y mejor capitalizados por lo que podrían encontrarse mejor posicionados para tomar ventaja de oportunidades de adquisiciones estratégicas. No podemos asegurarle que esta consolidación del mercado no ocurrirá en detrimento material de nuestra posición de mercado o que estos desarrollos no nos afectaran negativa y materialmente.

***Nuestro crecimiento en años recientes fue debido a una serie de adquisiciones significativas que es muy poco probable se repita en periodos futuros.***

Podríamos no ejecutar exitosamente nuestra estrategia de crecimiento a través de adquisiciones como se ha hecho en el pasado. Como resultado de la consolidación que ha ocurrido en la industria del retail, un componente significativo de nuestro crecimiento en años recientes, incluyendo París en Chile en 2005, GBarbosa en Brasil en 2007, Wong en Perú en 2008, Perini, Super Familia y Bretas en Brasil en 2010, Cardoso en Brasil y Johnson en Chile en 2011, y Prezunic en Brasil y operaciones de supermercado Carrefour en Colombia en 2012. Ver “Ítem 4. Información de la Compañía—A. Historia y Desempeño de la Compañía—Historia.” Como se aprecia anteriormente, creemos que una Mayo consolidación es probable que ocurra en las industrias en que operamos. Ahora bien, algunos de nuestros competidores principales son más grandes que nosotros y probablemente mejor posicionados para tomar ventaja de adquisiciones estratégicas y oportunidades de consolidación. No podemos asegurarle que en el futuro habrá disponibilidad continua de candidatos para adquisiciones apropiadas a precios favorables y a términos y condiciones ventajosas o que podamos competir con nuestros competidores por cualquier adquisición futura. Como resultado de lo anterior, nuestra tasa de crecimiento probablemente sea significativamente más baja que la de años recientes, lo que tendrá un efecto adverso en nosotros.

***El incumplimiento de integrar exitosamente negocios adquiridos podría tener un efecto adverso material en nosotros.***

En los últimos años, hemos completado un número importante de adquisiciones y puede que continuemos realizando adquisiciones en el futuro. Creemos que estas adquisiciones nos dieron oportunidades estratégicas de crecimiento. Alcanzando los beneficios anticipados de estas adquisiciones dependerá en parte de nuestra habilidad para integrar estos negocios de forma eficiente y eficaz. Los desafíos involucrados en la integración de estas adquisiciones exitosa incluyen: podríamos encontrar que la compañía adquirida o los activos no amplían nuestra estrategia de negocio, que hemos sobreestimado los beneficios que se esperaba derivarían de estas adquisiciones, descubrimos nuevas contingencias no identificadas en el proceso de due diligence, o que las condiciones económicas han variado, todo lo que puede resultar en un cargo futuro en detrimento; podríamos enfrentar dificultades al integrar las operaciones y personal del negocio adquirido y podríamos tener problemas en retener los consumidores y/o personal clave del negocio adquirido; podríamos tener problemas al incorporar e integrar tecnologías adquiridas en nuestro negocio; la atención permanente de nuestro negocio y administración podría verse interrumpida por problemas de transición o integración y la complejidad de manejar diferentes locaciones; una adquisición puede resultar en litigación debido a despidos de empleados del negocio adquirido o terceras

partes; y podríamos experimentar serios problemas o responsabilidades asociadas a contingencias tecnológicas o legales del negocio adquirido. Estos factores podrían afectarnos negativamente, particularmente en caso de adquisiciones grandes o múltiples adquisiciones en periodos cortos de tiempo. Nuestra inhabilidad para integrar exitosamente nuestras adquisiciones podría afectarnos de manera material y negativa.

***La expansión de nuestro negocio a través de adquisiciones presenta riesgos que pueden reducir los beneficios que anticipamos de estas transacciones.***

Como parte de nuestra estrategia de negocios, hemos crecido significativamente a través de adquisiciones. Nuestra de decisión de buscar adquisiciones se basa en que estas adquisiciones complementarán nuestra estrategia de negocios y permitirá el crecimiento de nuestro negocio. Pero nuestra gerencia no puede predecir si o cuando los prospectos de adquisiciones ocurrirán, o la posibilidad de que transacciones ciertas sean completadas en términos y condiciones favorables. Nuestra habilidad para continuar la expansión exitosa de nuestro negocio a través de adquisiciones depende de muchos factores, incluyendo nuestra habilidad para identificar adquisiciones, la habilidad para negociar términos y condiciones favorables de transacción y nuestra habilidad para financiar cualquier adquisición de fuentes internas o externas. Incluso si podemos identificar objetivos de adquisición y obtener el financiamiento necesario para realizar estas adquisiciones, si es posible que el costo de esto, junto a posibles condiciones de mercado adversas y los resultados de pérdidas de ingresos o ganancias netas, podrían financieramente sobrecargarnos.

Adquisiciones también nos exponen al riesgo de responsabilidades relacionadas a litigaciones, reclamos tributarios u otras acciones que involucren a la compañía adquirida, su administración o responsabilidades contingentes incurridas previas a la adquisición. El due diligence que realizamos en relación a una adquisición, y cualquier garantía contractual o indemnización que hayamos recibido de vendedores de compañías adquiridas, pueden no ser suficientes para protegernos de, o compensarnos, de responsabilidades actuales o potenciales. Cualquier responsabilidad material asociada a una adquisición podría afectarnos adversamente, incluyendo nuestra reputación, y reducir los beneficios de esta adquisición.

***Falta de confianza en Chile, Argentina, Brasil, Perú o Colombia podrían limitar nuestra habilidad para expandir nuestro negocio a través de adquisiciones o joint ventures.***

Leyes antimonopolio chilenas, argentinas, brasileras y colombianas contienen provisiones que requieren la autorización por las autoridades antimonopolio en esos países para la adquisición de, o la celebración de acuerdos joint venture con compañías con un posición relevante en el mercado. Estas autorizaciones han sido denegadas en algunos casos que han involucrado las industrias en que operamos, como ocurrió en Chile en el descarte del *Tribunal de Defensa de la Libre Competencia* por la fusión entre Distribución y Servicio D&S S.A. (“D&S”) y Falabella en Enero 2008. Perú actualmente no aplica estos controles, pero no podemos asegurar que no los impondrá en el futuro. Según esto, nuestra habilidad para expandir nuestro negocio a través de adquisiciones en Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia pueda verse limitado.

Actualmente Cencos está restringido para adquirir supermercados en Chile, como consecuencia de un acuerdo celebrado el 2008 con autoridades antimonopolio. Como parte del acuerdo, Cencos necesita previa autorización del Tribunal de la Libre Competencia de Chile antes de llevar a cabo cualquier adquisición de supermercados. Esta restricción solo puede ser levantada por medio de una consulta al Tribunal de la Libre Competencia de Chile.

Incluso, en el 14 de Diciembre, 2011, la *Fiscalía Nacional Económica*, o “FNE”, anunció una investigación en prácticas anti competencia en la industria del retail de comida incluyendo varios operadores locales como Cencos. Detalles de la investigación no se han hecho públicos. Pero, Cencos cree que ha cumplido todas las regulaciones aplicables al manejo de su negocio. Mientras la investigación puede resultar en la imposición de multas en las partes que están siendo investigadas, incluyendo Cencosud, Cencosud no cree que estas multas, si es que, podrían tener un efecto material en los resultados de operaciones. Pero, no podemos asegurar que esta o futuras investigaciones, no resultarán en un efecto material adverso, incluyendo daños financieros y de reputación.

***Podemos no generar u obtener el capital que necesitamos para una Mayo expansión.***

Esperamos continuar manteniendo una liquidez sustancial y requerimientos de recursos de capital para financiar nuestro negocio. Pretendemos apoyarnos internamente generando caja a partir de nuestras operaciones, y si fuese necesario, de ganancias procedentes de deuda y/u ofertas de equidad en los mercados de capital domésticos e internacionales y endeudamiento bancario. Pero, no podemos asegurar que podremos generar suficientes flujos de caja de las operaciones u obtener suficientes fondos de fuentes externas para financiar los requerimientos de nuestros gastos de capital.

Nuestra habilidad futura de acceder a mercados financieros en montos suficientes y con montos suficientes a costos y términos aceptables para financiar nuestras operaciones, financiar nuestros gastos de capital propuestos y pagar dividendos dependerá en un gran grado de prevalecer condiciones en mercados de capital y financieros que no podemos controlar, por lo que no podemos asegurar que lo podamos hacer. Nuestra inhabilidad para generar suficiente flujo de caja de operaciones o para poder obtener financiamiento de

terceros podría demorarnos o abandonar alguna o todas las expansiones planeadas, incluyendo gastos de capital, que por su parte podrían afectarnos adversamente.

***Nuestros ingresos operativos son sensibles a condiciones que afectan el costo de los productos que vendemos en nuestras tiendas.***

Nuestro negocio se caracteriza por una relativamente alta rotación de inventario con márgenes de ganancias relativamente bajos. Hacemos una significativa porción de nuestras ventas a precios que se basan en el costo de los productos que vendemos más un porcentaje de marcación. Como resultado, nuestros niveles de ganancia pueden verse materialmente afectados durante periodos de disminución de precios. Adicionalmente, nuestro negocio podría verse afectado negativamente por otros factores, incluyendo control de inventario, presiones competitivas de precio, condiciones de tiempo severas y aumentos inesperados afectados por otros costos relacionados al transporte que incrementen el costo de los productos que vendemos en nuestras tiendas. Si no podemos traspasar estos aumentos en los costos a nuestros consumidores, nuestro margen de ganancias disminuirá afectándonos adversamente.

***Nuestros resultados de retail son altamente estacionales por lo que cualquier circunstancia que impacto negativamente nuestro negocio de retail durante nuestras temporadas de alta demanda podría afectar material y adversamente.***

Históricamente hemos experimentado una estacionalidad en nuestras ventas de retail en Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia, principalmente debido a Fuertes ventas durante la época de Navidad y Año Nuevo y durante el principio del año escolar en Marzo, y ventas reducidas durante los meses de Enero y Febrero debido a las vacaciones de verán por ejemplo en 2014, 2013 y 2012, 28%, 27.7% y 28.5% de nuestros ingresos consolidados se generaron en el cuarto periodo, respectivamente. Cualquier desaceleración económica, interrupción de nuestro negocio o negocios de nuestros proveedores, o la ocurrencia de cualquier ocurrencia que pueda impactar nuestro negocio durante el primer o último cuarto de año fiscal podría entonces afectarnos adversamente.

Adicionalmente para preparar nuestras temporadas de alta demanda, debemos aumentar el inventario a niveles sustancialmente más altos que aquellos mantenidos durante el resto del año, y contratar personal temporal para nuestras tiendas. Cualquier reducción no prevista en la demanda, error en nuestro inventario a niveles de precio significativos, que también nos afectaría adversamente.

***La industria de retail de ropa es afectada negativamente por disminuciones en la compra de poder de consumidores de ingresos bajos y medios resultante de ciclos económicos desfavorables.***

El éxito de las operaciones de nuestro departamento depende en gran parte en factores relacionados a la estabilidad o aumento de gastos del consumidor, especialmente por miembros de grupos socioeconómicos de medianos y bajos ingresos. Históricamente, la compra de poder de estos grupos ha sido significativamente correlativa con factores que afectan los ingresos, como tasas de interés, inflación, disponibilidad de créditos de consumo, impuestos, niveles de empleo, confianza de consumo y niveles de salario. Por lo tanto en tiempos de recesión económica, la compra de poder de estos grupos disminuye como disminuyen sus ingresos. Adicionalmente los consumidores de ingresos medianos y bajos probablemente considerarán compras en ropa como superfluas durante periodos de reducción de ingreso que es probable que lleven a una disminución en la demanda de productos de ropa de este grupo. Esta disminución en nuestros consumidores de ingresos medianos y bajos junto a una disminución general en su poder de compra nos afectará adversamente.

***Cambios en las asignaciones de los proveedores e incentivos promocionales podrían impactar en la rentabilidad y podrían afectarnos adversamente***

Recibimos de nuestros proveedores remesas, asignaciones e incentivos promocionales que reducen nuestros costos de inventario y costos relacionados con los bienes vendidos, mejorando nuestros márgenes brutos. Por ejemplo, asignaciones comerciales de proveedores incluyen tarifas de proveedores por la venta de sus productos en nuestras tiendas, bonos y remesas de proveedores, asignaciones y tarifas promocionales de proveedores, y tarifas de actividades de publicidad realizadas por terceros usando nuestra información de consumidores. Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 asignaciones e incentivos promocionales de proveedores llegaron a 13.3% de las ventas en nuestra división de supermercados y 5.2% de las ventas en nuestra división de grandes almacenes. Para los años finalizados el 31 de Diciembre, 2013 y 2012, el monto de las asignaciones e incentivos promocionales llegó a Ch\$2,200 millones y Ch\$858 millones, respectivamente, y fueron registrados como una reducción a los costos de inventario y costos de ventas relacionados. No podemos asegurar que podremos obtener niveles similares de tarifas, remesas, bonos o asignaciones en el futuro. Si alguno de nuestros proveedores clave redujera o eliminara estos arreglos, nuestros márgenes de ganancia por los productos afectados podrían ser impactados, lo que nos afectaría material y adversamente.

***Nuestra actual estrategia puede no dar los resultados esperados para nuestra rentabilidad.***

Nuestra estrategia se dirige a proveer a nuestros consumidores experiencia de compra superior, entregando una más amplia variedad de productos y servicios de calidad que nuestros competidores. Esta estrategia se basa en ahorros logrados a través de eficiencias operacionales transferibles al consumidor. Acompañamos esta estrategia enfocándonos en la expansión de nuestra posición tanto en Chile como en otros mercados en Latinoamérica que creemos nos ofrecen atractivos prospectos de crecimiento. El

éxito a largo plazo de nuestra estrategia está sujeto a riesgos significativos, incluyendo el incumplimiento de generar los números de volumen de ventas adicionales esperados y la reducción de gastos de ventas y administrativos; reducciones de precios por competidores; dificultades para obtener asignaciones adicionales de los proveedores en los montos esperados y en el tiempo necesario; dificultades al expandir operaciones debido a un escenario económico adverso; dificultades en encontrar empleados y retrasos al implementar nuestra estrategia. Cualquiera de estos factores podría afectarnos material y adversamente.

***Estamos sujetos a riesgos que afecten los centros materiales que nos afecten material y adversamente.***

Las operaciones de nuestros Centros Comerciales (que arriendan espacios a terceros) están sujetas a varios factores que afectan su desarrollo, administración y rentabilidad. Estos factores incluyen la accesibilidad y atractivo de las áreas en que se encuentra localizado el centro comercial y el centro comercial en sí mismo; el flujo de personas y el nivel de ventas de cada unidad rentable del centro comercial; sobre provisión de espacio de retail o la reducción en la demanda por espacio de retail que podría resultar en precios de renta más bajos y menores ingresos; aumentos en la competencia de otros Centros Comerciales que disminuyan nuestros precios y ganancias; nuestra inhabilidad para recolectar rentas debido a la bancarrota, insolvencia de nuestros arrendatarios u otros; la habilidad de nuestros arrendatarios para proveer mantenimiento adecuada y seguro; y fluctuaciones en niveles de arriendo en nuestros Centros Comerciales.

Muchos de nuestros hipermercados, supermercados, grandes almacenes y Tiendas de Mejoramiento del Hogar se localizan en Centros Comerciales, y a causa de esto una porción sustancial de nuestros ingresos es sensible a factores que afecten este y otros Centros Comerciales. También, una recesión económica en los países o regiones en que nuestros comerciales se encuentran ubicados podría llevar a la bancarrota de nuestros arrendatarios y una reducción de las ventas de nuestros Centros Comerciales debido a la disminución en ingreso de disposición, lo que nos afectaría material y adversamente.

***Estamos sujetos a riesgos que en caso que cambien las tendencias de compra, esto podría afectarnos material y adversamente.***

En mercados de consumidores desarrollados se ha empezado a apreciar una preferencia por las pequeñas tiendas dejando de lado los tradicionales grandes outlets. Esta tendencia en mercados como el de U.S. y el Reino Unido ha sido más evidente en la comida fresca de camino y en el canal de la mercadería. A causa de lo anterior los retailers en estos mercados, tales como Walmart, Tesco y Target han respondido mediante volviendo pequeñas tiendas como conductores para el crecimiento, como objetivos para un consumo más urbano y como moto para expansión de ingresos. Lo anterior ha llevado a la creación de nuevos formatos como Walmart Express, Tesco Express y Fresh y Easy Express en formatos de 1,400 metros cuadrados, distanciándose de los grandes outlets tradicionales 10,000 metros cuadrados. Actualmente estamos aplicando una estrategia que incluye todos los tipos de formatos para poder dar servicios a un amplio rango de consumidores. Si esta tendencia que favorece a las pequeñas tiendas se materializara en los mercados en que operamos, podría afectar material y adversamente los resultados de nuestra condición operacional y financiera.

***Nuestro desarrollo de actividades depende de encontrar localizaciones inmobiliarias atractivas y a precios razonables.***

Una parte importante de nuestra estrategia de crecimiento se basa en nuestra habilidad para desarrollar y abrir tiendas nuevas. Nos enfrentamos a una intensa competencia de tanto operadores de retail como de desarrolladores inmobiliarios de nuevos sitios para nuestras tiendas. De acuerdo a lo anterior, podríamos no poder encontrar locaciones inmobiliarias atractivas a precios razonables que mantengan nuestro crecimiento, lo que nos afectaría material y adversamente.

***Estamos sujetos a riesgos asociados a actividades de desarrollo y construcción.***

El desarrollo, renovación y construcción de nuestros hipermercados, supermercados, Tiendas de Mejoramiento del Hogar, grandes almacenes y Centros Comerciales involucra ciertos riesgos como no cumplir correctamente con los costos anticipados de construcción, tasas de arriendo más bajas en proyectos recientemente finalizados, no poder obtener financiamiento en términos favorables, retrasos en la construcción y arriendo, y no poder obtener los permisos y autorizaciones gubernamentales de zona, uso de terrenos, construcción, para arriendo y otros.

Actualmente estamos en proceso de construcción de varios proyectos. En 2012 finalizamos la construcción del centro comercial Costanera Center en Santiago, Chile, parte del desarrollo incluye dos torres, una de las que creemos será el edificio más alto de Sudamérica. Enfrentamos ciertos riesgos asociados a la naturaleza a gran escala del proyecto, como que las tasas de arriendo y rentas no sean suficientes para que hacer al proyecto rentable y el que no logremos obtener o haya retrasos en la obtención de todas las aprobaciones necesarias para la mitigación de un programa necesario de tránsito o recepción municipal relacionada a estos trabajos. Cualquiera de estos retrasos u otro retraso no anticipado sustancial o gastos relacionados a la torre de oficinas del Costanera Center o proyectos futuros de construcción o renovación pueden reducir nuestro ingreso neto por los periodos relevantes y podrían afectarnos material y adversamente.

***Nuestras actividades de desarrollo dependen de nuestra habilidad para obtener y mantener autorizaciones gubernamentales de zona, medio ambiente, uso de terrenos y otras que podríamos no obtener.***

Nuestras actividades se encuentran sujetas a regulaciones, autorizaciones y licencias nacionales, federales, leyes estatales y municipales requeridas respecto a la construcción, zona, uso de terrenos, protección medio ambiental y patrimonio histórico, protección del consumidor y otros requerimientos en Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia, todas las que afectarían nuestra habilidad para adquirir tierras, desarrollar y construir proyectos y negociar con los consumidores. En caso de incumplimiento de estas leyes, regulaciones, licencias y autorizaciones, podríamos enfrentarnos a multas, cierre de proyectos, cancelación de licencias y revocación de autorizaciones.

Adicionalmente, la regulación de asuntos relacionados a la protección del medio ambiente no está tan desarrollada en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia como en Estados Unidos y otros países. De acuerdo a lo anterior, anticipamos que leyes y regulaciones adicionales podrían ser promulgadas a futuro en estos países respecto asuntos medio ambientales. Si las autoridades emiten estándares nuevos más estrictos, o refuerzan o interpretan leyes y regulaciones existentes más restrictivamente, podríamos tener que incurrir en gastos de capital para el cumplimiento de estas nuevas reglas.

***Nuestras operaciones de tarjetas de crédito y operaciones bancarias nos exponen a Mayores riesgos de crédito y financieros que podrían tener un efecto materialmente adverso en nosotros.***

Pese a que parte de nuestro negocio principal, nuestras operaciones de tarjeta de crédito y financiamiento del consumo en Chile, Argentina, Perú, Colombia y Brasil son segmentos en crecimiento de nuestro negocio. Actualmente soportamos todos los riesgos asociados a créditos y tarjetas de crédito en Chile, Argentina y Perú. En Brasil, donde operamos nuestra tarjeta de crédito a través de una joint venture con el Banco Bradesco de Brasil, soportamos 50% de los riesgos de crédito asociados a nuestras tarjetas, incluyendo falta de pagos y pérdidas con el Banco Bradesco soportando el riesgo restante. En Colombia actualmente tenemos una joint venture con el Banco Colpatria de Colombia a través de la cual soportamos 50% de los riesgos de crédito asociados a nuestras tarjetas emitidas. Resultados de nuestro negocio financiero en Colombia para los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014 y 2013 fueron incluidos en el Segmento Servicios Financieros. Ver “Ítem 4. Información de la Compañía—B. Apreciación Global del Negocio—Servicios Financieros—Brasil” para detalles adicionales relacionados a nuestra joint venture con el Banco Bradesco y Banco Colpatria.

Nuestro negocio de tarjetas de crédito financiamiento de consumidores puede verse afectado material y adversamente por la falta de pago de las cuentas de tarjetas de crédito, falta de pago de los titulares, procesos judiciales extensos para recolectar estos pagos, cuentas dudosas y pérdidas en lo recolectado. Más allá de lo anterior, las tasas actuales de no pago, procedimientos de recolección y pérdidas pueden variar y ser afectadas por numerosos factores, entre los que se incluye:

- Cambios adversos en economías regionales;
- Aceptación de aplicantes con malos registros de crédito;
- Inhabilidad para predecir futuros cargos;
- Cambios en el uso de tarjetas de crédito;
- Inestabilidad política;
- Aumento en el desempleo; y
- Pérdida de valor de salarios actuales.

Este y otros factores puedan afectar las presentes tasas de no pago, procedimientos de recolección y pérdidas, cualquiera de los que nos afectaría adversamente. Particularmente, nuestro negocio de tarjetas de crédito ha aumentado significativamente en años recientes y en relación con este crecimiento, nuestras deudas debidas por tarjetas de crédito pagaderas han aumentado. No podemos asegurar que nuestras actuales tasas de no pago no aumentarán, y si lo hacen, que no nos afectarían negativamente.

Más allá de lo anterior, para ayudar nuestro volumen de ventas de retail, una de nuestras metas de negocio es promover en Mayo uso de nuestras tarjetas de crédito y otras actividades de financiamiento en Chile, Argentina, Perú, Colombia y Brasil. Como resultado, nuestra exposición al riesgo de crédito de nuestros titulares y consumidores bancarios probablemente aumentará en un futuro cercano. No podemos asegurar que la expansión de nuestras operaciones de tarjeta de crédito (incluyendo la presunción de aprobación de cuenta y riesgo crediticio para nosotros) u otras operaciones de préstamo, como avances de efectivo y créditos de consumo que ofrecemos a nuestros titulares de tarjetas de crédito no resulten en un daño a nuestra cartera de crédito de nuestro negocio de tarjetas de crédito y bancario en Chile, Argentina, Perú, Colombia y Brasil. Cualquier daño podría afectarnos material y negativamente. Ver “Ítem 4. Información de la Compañía—B. Apreciación Global del Negocio—Servicios Financieros—” para detalles adicionales relacionados a nuestras operaciones de tarjetas de crédito y créditos de consumo.

***Nuestras actividades de tarjetas de crédito y bancarias dependen de nuestra habilidad para cumplir regulaciones gubernamentales actuales o futuras, y nuestra habilidad para obtener y mantener las aprobaciones gubernamentales.***

Nuestras operaciones bancarias y de tarjetas de crédito están sujetas a la regulación sustancial. Debemos cumplir leyes nacionales, estatales y municipales, y con las regulaciones, autorizaciones y licencias requeridas respecto a actividades bancarias y de tarjetas de crédito. Invertimos en recursos financieros y de administración para cumplir con estas leyes y aquello relacionado con los requerimientos para permisos relacionados.

El incumplimiento con leyes respecto las tarjetas de crédito y actividades bancarias y con requerimientos de permisos relacionados podrían hacernos sujeto de investigaciones, acciones ejecutorias, multas o penas. Por ejemplo, el 24 de Abril, 2013, la Corte Suprema de Chile sentenció en una demanda presentada por el *Servicio Nacional del Consumido* (o “SERNAC”), una entidad gubernamental chilena, contra Cencos Administradora de Tarjetas S.A. (“CAT”), ordenando a CAT reembolsar a ciertos titulares de tarjetas de crédito por cargos mensuales excesivo cobrados desde 2006 más los ajustes por inflación e intereses. Al 31 de Diciembre, 2014, la compañía continua teniendo una provisión por Ch\$1,887 millones como monto principal y Ch\$760 millones relacionados a inflación e intereses que pudiesen existir por futuros reembolsos a causa de acciones judiciales.

Incluso si la ley y regulaciones aplicable, o la interpretación o ejecución se volviesen más estrictas en el futuro, nuestros costos de capital y operativos podría aumentar más de lo que anticipamos, y el proceso de obtener renovación de licencias para nuestras actividades podría verse afectado o incluso opuesto por autoridades competentes. No podemos asegurar que los reguladores no impondrán limitaciones más restrictivas en las actividades de las tarjetas de crédito o en las operaciones bancarias en un futuro. Cualquier cambio nos podría afectar adversamente.

***Las fuentes de nuestro negocio de retail de comida son productos frescos de productores locales, cambios climáticos podrían afectar su habilidad para producir, y en consecuencia afectar nuestra capacidad para ofrecer estos productos.***

No hay indicadores de un actual cambio climático global. Cambios en las temperaturas y modelos de precipitaciones pueden afectar negativamente la capacidad de ciertas regiones para producir productos frescos como frutas y vegetales frescos y productos lácteos.

Tenemos un enfoque significativo en los productos perecibles. La venta de productos perecibles llega a aproximadamente 37.1%, 36.1%, y 36.8% de nuestras ventas totales en 2014, 2013 y 2012, respectivamente. Como obtenemos parte de nuestros productos frescos de productores locales, estos cambios en el clima podrían dañar o limitar nuestra habilidad para ofrecer estos productos, afectando así nuestra capacidad para ofrecer la completa variedad de productos que normalmente ofrecemos. Cualquier interrupción podría afectarnos adversamente.

#### ***Dependemos de personal clave.***

El desarrollo de nuestras operaciones y crecimiento y el de nuestras subsidiarias, ha dependido significativamente de los esfuerzos y experiencia de nuestra junta de directores y gerencia senior. Si por cualquier razón, incluyendo el retiro, los servicios de estas personas, no fuese disponible y no pudiéramos obtener un reemplazo adecuado de ellos oportunamente, podría afectarnos adversamente.

***Algunos de nuestros instrumentos de deuda imponen restricciones operativas y financieras significativas y en caso de no pago, todos nuestros ahorros se volverían inmediatamente debidos y pagaderos.***

Los términos de endeudamiento financiero impuestos, y los términos que nuestro endeudamiento futuro pueda imponer, operaciones significativas y otras restricciones a nosotros y nuestras subsidiarias. Los acuerdos que gobiernan nuestras facilidades de crédito y la emisión de bonos corporativos y un requerimiento que sólo cumplimos con un número de pactos de “mantención” financiera, incluyendo coeficientes de total de deuda de equidad, total de responsabilidades a valor net y dudas financieras netas a equidad, así como niveles mínimo del total de activos y activos libres. Nuestra habilidad para cumplir estos coeficientes puede verse afectada por eventos fuera de nuestro control. Estas restricciones y coeficientes financieros podrían limitar nuestra habilidad para planear o reaccionar frente a las condiciones de mercado, restringir de alguna manera nuestras actividades o planes de negocio y podría afectarnos adversamente, incluyendo nuestra habilidad para financiar continuamente las operaciones o inversiones estratégicas o para realizar otras actividades de negocios.

Una porción significativa de nuestro endeudamiento financiero también está sujeto a disposiciones supletorias. Nuestro incumplimiento de estos pactos restrictivos o nuestra inhabilidad para cumplir con los coeficientes financieros de mantención lo que resultaría en un incumplimiento según cualquier otro instrumento de deuda aplicable. Si este incumplimiento ocurriese, los prestamistas podrían decidir declarar todos los préstamos pendientes, junto al interés y otros costos devengados, para ser inmediatamente pagaderos. Si no hubiésemos podido pagar préstamos pendientes cuando se debe, los prestamistas tendrán derecho a ejercer sus derechos y recursos contra nosotros, y no podemos asegurar que nuestros activos son suficientes para pagar completamente nuestras obligaciones. Nuestra inhabilidad para repagar nuestras obligaciones nos podría afectar adversamente.

***Una degradación de nuestra calificación de crédito podría afectar adversamente nuestras obligaciones bajo los compromisos de crédito existentes y facilidades de crédito.***

Hemos celebrado el décimo tercer contrato de apoyo de crédito en conexión a transacciones derivativas con diferentes intuiciones financieras internacionales y locales. Cada contrato de apoyo de crédito entrega obligaciones colaterales entre contrapartes para mitigar el riesgo crediticio inherente a la operación. Si una degradación crediticia ocurre podríamos tener que enviar colaterales adicionales en relación con un “Margen de Llamada” y tendríamos que pagar en efectivo o cualquier otro colateral posible para cubrir las responsabilidades incurridas a una fecha de valoración. Al 31 de Diciembre, 2014 montos teóricos en moneda actual con diferentes contrapartes se mantienen en aproximadamente USD 1.9 billones.

Adicionalmente ciertos préstamos bancarios contienen una estructura de “calificación de red”. Bajo redes, costos de nuestras facilidades de crédito podría ser ajustado dependiente de nuestra calificación. Si la degradación de una calificación crediticia ocurre, podría haber un incremento en nuestra deuda de costos de servicio.

***Una degradación de nuestra calificación de crédito podría impactar negativamente nuestros costos y habilidad de lograr acceder a capital.***

Nuestras calificaciones crediticias son parte importante para mantener nuestra liquidez. Cualquier degradación en calificación crediticia podría aumentar potencialmente nuestros costos prestados, o, dependiendo de la severidad de la degradación, sustancialmente limitar nuestro acceso a mercados de capital, requiere que hagamos pagos en efectivo o post colaterales y permiso de terminación por contrapartes de ciertos contratos significativos. Factores que pueden impactar nuestra calificación crediticia incluye, entre otros, nivel de deuda, planes de compras o ventas de activos, y oportunidades de crecimiento a corto y largo plazo. Factores como la liquidez, activos de calidad, costos de estructura, mezcla de productos, y otros también son considerados por agencia de calificación. Una degradación podría afectar adversamente nuestra inhabilidad para acceder a mercados de deuda en el futuro, aumentar los costos de futuras deudas y potencialmente requerir que enviemos letras de crédito de ciertas obligaciones.

***Tenemos montos significativos de endeudamiento financiero pendiente con instrumentos madurando cada año.***

Como parte de nuestra estrategia financiera financiamos nuestros activos tanto de equidad y deuda. Nuestra cartera de endeudamiento financiero tiene vencimientos y amortizaciones aplicables cada año. Como mantenemos una porción significativa de flujos de caja libres para financiar gastos de capital, requerimos refinanciar estas obligaciones y por lo tanto nos enfrentamos a riesgos de refinanciamiento, especialmente en tiempo de restricciones de liquidez en mercados financieros.

Más allá, nuestros mercados para financiamiento están en Chile, incluyendo tanto mercado de deuda de capital y los bancos locales. Como estamos dentro de las Mayores corporaciones en Chile y entre los emisores locales más grandes, nos hemos convertido en uno de los más grandes inversionistas (en términos de holdings de equidad y deuda) en la cartera de inversionistas institucionales locales, limitando nuestra habilidad para emitir en el mercado local. De la misma forma, algunos bancos locales en Chile tienen una gran exposición de préstamo a Cencosud, y han alcanzado límites legales de exposición máxima frente a nosotros, limitando nuestra habilidad para asegurar futuros financiamientos de ellos en el futuro.

Pese a que creemos que tenemos una excelente estrategia financiera y hemos estructurado nuestros vencimientos y amortizaciones de forma que podamos reducir el financiamiento de necesidades en un solo año y no podemos asegurar que podremos obtener financiamiento en el futuro para cumplir con nuestras obligaciones financieras. Si no podemos obtener este financiamiento deberemos reducir nuestros gastos de capital y dejar una gran porción de nuestro flujo de caja libre para servir nuestras obligaciones financieras, así reduciendo nuestros prospectos de crecimiento, y posiblemente enfrentando eventos potenciales de incumplimiento respecto a nuestras obligaciones financieras.

Si ocurriese uno de estos incumplimientos, los prestamistas podrían elegir declarar todos los préstamos pendientes, junto al interés devengado y otros costos, para deberse inmediatamente y ser pagaderos. Si no podemos repagar los préstamos cuando corresponda, los prestamistas tendrán derecho a ejercer sus acciones y recursos contra nosotros, y no podremos asegurar que nuestros activos sean suficientes para repagar completamente nuestras obligaciones. Esta inhabilidad para repagar nuestras obligaciones nos podría afectar adversamente.

***Estamos sujetos a riesgos asociados a inversiones inmobiliarias.***

Nuestras inversiones inmobiliarias están sujetas a riesgos comunes a todas las propiedades comerciales y residenciales en general, muchas de las cuales están fuera de nuestro control. Por ejemplo, las rentabilidades disponibles de inversiones de equidad en el rubro inmobiliario dependen del nivel de ventas o ingresos generados y gastos incurridos. Adicionalmente, nuestra habilidad para generar ingresos suficientes de nuestras propiedades al servicio de nuestras deudas y para cubrir otros gastos podría verse afectada adversamente por los siguientes factores, entre otros, algunos que no podemos controlar:

- Crisis en economía nacional, regional y local;

- Cambios en tasas de interés y disponibilidad de financiamiento;
- Disturbios civiles, terremoto y otros desastres nacionales, o actos terroristas o actos de guerra que puedan resultar en pérdidas no aseguradas total o parcialmente;
- Cambios en nuestra habilidad o la de nuestros arrendatarios para proveer adecuada mantención y seguro, posiblemente disminuyendo la vida útil e ingresos de propiedad;
- Reformas legales y regulaciones gubernamentales (como usos de suelo, zona e impuestos inmobiliarios);
- Sobre stock de espacio de retail o reducción en demanda por espacio de retail, lo que podría resultar en precios de renta más bajos e ingresos más bajos para nosotros;
- Aumento en competencia de otros operadores inmobiliarios que puedan bajar nuestros precios y ganancias;
- Incremento en costos operativos debido a inflación y otros factores como gastos de seguro, utilidades, impuestos inmobiliarios, impuestos estatales y locales y aumento en costos de seguridad y limpieza;
- La inhabilidad para recolectar rentas producto de bancarrota o insolvencia de arrendatarios u otro;
- La necesidad para renovar periódicamente, reparar y liberar espacio, y los costos más altos;
- La inhabilidad para revisar los términos comerciales de nuestros contratos de arrendamiento para reflejar alta inflación o fluctuaciones de tasas de cambio en mercados en que nuestros arriendos se basan en local nominal o en moneda extranjera;
- Bancarrota de arrendatarios y reducción en ventas de Centros Comerciales debido a menor ingreso de disposición;
- Ejercicio de nuestros arrendatarios de sus derechos legales para terminar arriendos anticipadamente; y
- La inhabilidad para encontrar nuevos arrendatarios al expirar o terminar contratos de arriendo anticipadamente.

La ocurrencia de una combinación de los factores anteriormente mencionados podría significar la disminución del ingreso que recibimos de inversiones inmobiliarias, que nos podría afectar adversamente.

***Los procedimientos de lanzamiento en Chile, Argentina, Colombia y Perú son difíciles y consumen mucho tiempo, por lo que podría resultar que no consigamos lanzar a arrendatarios que no pagan de nuestros Centros Comerciales.***

En el negocio de nuestros Centros Comerciales tenemos varios arriendos comerciales con terceros arrendatarios. Pero las leyes chilenas, argentinas y peruanas permiten un procedimiento sumario para recolectar rentas impagas y procedimientos especiales para lanzar a arrendatarios, los procedimientos de lanzamiento en estos países son difíciles y consumen mucho tiempo. Los procedimientos de lanzamiento generalmente demoran entre seis meses y dos años desde la fecha de presentación de la demanda hasta que se produzca efectivamente el lanzamiento, debido a la pesada carga de trabajo de los tribunales y los números pasos procedimentales requeridos generalmente los arrendadores prefieren negociar para poder terminar los contratos de arriendo permitiendo el no pago de los primeros meses impagos para evitar procedimientos legales.

No podemos asegurar, eso sí, que las tasas de no pago en el futuro no aumentarán significativamente, o que nuestras negociaciones con arrendatarios será tan exitosas como lo han sido en el pasado, lo cual nos podría afectar adversamente

***Cualquier perturbación en las operaciones de nuestros centros de distribución podría afectarnos material y adversamente.***

Una parte sustancial de los productos que vendemos en nuestras tiendas se distribuyen a través de los centros de distribución. Si una de estos centros de distribución experimenta una interrupción en sus operaciones, puede que no podamos distribuir efectivamente los productos que vendemos, lo que nos podría afectar adversamente.

Adicionalmente, nuestra estrategia de crecimiento contempla la apertura de nuevas tiendas en países en los que operamos, que puede requerir un aumento en la capacidad de nuestros centros de distribución, la reorganización de nuestros centros de distribución existentes o el establecimiento de nuevos centros de distribución, por la falta de integrar, nuevos, o de expandir los ya existentes, centros de distribución, podríamos no ser capaces de entregar el inventario a nuestras tiendas oportunamente, lo que nos podría afectar adversamente.

***Algunas de nuestras tiendas se apoyan fuertemente en la venta de productos perecibles, y errores al ordenar o en la provisión de productos puedan afectarnos adversamente.***

Nuestros hipermercados y supermercados tienen un foco significativo en productos perecibles. La venta de productos perecibles llega a aproximadamente 37.2%, 36.1% y 36.8% de nuestras ventas totales en 2014, 2013 y 2012, respectivamente. Confiamos en varios proveedores para proveer y entregarnos nuestro inventario de productos en bases continuas. Podríamos sufrir pérdidas en el

inventario de productos perecibles significativas en caso de la pérdida de unos grandes proveedores, interrupción de nuestra red de distribución, cortes de electricidad extendidos, desastres naturales u otras catástrofes. Hemos implementado ciertos sistemas para asegurar que nuestras órdenes se encuentren alineadas con la demanda. Pero no podemos asegurar que nuestro Sistema de órdenes siempre funcionará eficientemente, particularmente en caso de apertura de nuevas tiendas, en las que tenemos, si es que existiese, historia de órdenes. Si tuviésemos que volver a ordenar, podríamos sufrir pérdidas de inventaron lo que nos podría afectar adversamente.

***Un aumento en obligaciones de exportación o importación y controles podrían afectarnos negativamente.***

Nuestro éxito futuro depende de nuestra habilidad para seleccionar y comprar mercadería de calidad a precios atractivos. Históricamente hemos sido capaces de encontrar y comprar mercadería de calidad a buenos precios, pero esta mercadería podría ser sujeto de impuestos de importación más altos que aquellos aplicables actualmente. El gobierno argentino requiere que los importadores mantengan un balance de pagos requiriéndoles exportar montos de mercadería equivalentes. En respuesta a nuestro éxito en ubicar productos hechos en Argentino a través de nuestras tiendas. Desde 2002 el gobierno argentino impuso obligaciones en la exportación de varios productos primarios y manufacturados, incluyendo alguno vendidos en nuestras tiendas. Estas obligaciones han ido aumentando significativamente, llegan a un máximo de 35% para algunos ítems. No podemos asegurar que no habrá Mayores aumentos en impuestos de exportación o que los nuevos impuestos de importación o exportación impuestos por el gobierno de Argentina no aumenten o qué medidas similares puedan ser timadas en otros países en los que operamos.

Adicionalmente, políticas de comercio exterior, tarifas y otras imposiciones y requerimientos en bienes importados, podrían depender en la ubicación de productos en su lugar de origen o según la naturaleza y especificaciones del producto, así como otros factores relacionados al comercio exterior de países en que operamos se encuentra fuera de nuestro control y podrían generar dificultades en la obtención de mercadería de calidad y bajo costos de estos países y en consecuencia nos podría afectar adversamente

***Relaciones laborales podrían afectarnos negativamente.***

Al 31 de Diciembre, 2014, aproximadamente 37.5% de nuestros empleados de tiendas de retail eran representados por sindicatos según varios contratos colectivos de negociación. Pese a que actualmente tenemos muy buenas relaciones con nuestros empleados y sus sindicatos, no podemos asegurar que las relaciones laborales continúen positivas o se deterioren afectándonos adversamente. Ver “Ítem 4. Información de la Compañía—B. Apreciación Global del Negocio” e “Ítem 6. Directores, Gerencia Senior y Empleados—D. Empleados.”

***Podríamos vernos dañados por el incumplimiento o interrupción de nuestra tecnología de información o sistemas administrativos.***

Confiamos en nuestra tecnología de información y sistemas administrativos para efectivamente administrar nuestra información de negocio, comunicaciones, cadena de suplemento, precios, órdenes y cumplimiento y otros procedimientos de negocio. Usamos diferentes plataformas de clase mundial de TI en nuestros segmentos de servicios de retail y financieros en todos los países en que operamos. Pero incluso sistemas de tecnología avanzados pueden tener defectos, interrupciones y caerse. Las fallas en nuestra tecnología de información o sistemas administrativos para desempeñarnos como lo anticipamos pueden interrumpir nuestro negocio y generar errores en transacciones, procesar ineficiencias y la pérdida de ventas y clientes, lo que generaría una disminución en los ingresos, aumentar los costos generales y exceder bien sin stock del nivel de inventario, lo que nos podría afectar adversamente.

Adicionalmente nuestra tecnología de información y sistemas administrativos son vulnerables a daños o interrupciones por circunstancias fuera de nuestro control, incluyendo incendio, desastres naturales, fallas de sistema, virus e infracciones de seguridad, incluyendo infracciones en el procesamiento de transacciones u otros sistemas que puedan resultar en comprometer información confidencial de los consumidores. Cualquier daño o interrupción podría afectarnos negativamente, e incluso resultar en multas, obligaciones de aviso a los clientes o caras litigaciones, dañando nuestra reputación frente a nuestros clientes o requiriendo que gastemos mucho tiempo y gastos desarrollando, manteniendo o actualizando nuestra tecnología de información y sistemas administrativos, o no permitiendo el pago a proveedores a empleados, recibir pagos de nuestros clientes o realizado otros servicios de tecnología de información y sistemas administrativos oportunamente.

Actualmente estamos actualizando la infraestructura de TI, durante la implementación y periodo de transición, podríamos enfrentar retrasos y desafíos inesperados que podría afectar nuestras operaciones.

Incluso, mientras tengamos un respaldo de los sistemas procesadores de información que puedan ser usados en caso de catástrofe o falla de nuestros sistemas primarios, aún no tenemos un plan de recupero integrado en caso de desastre ni un centro de respaldo de información que cubra todas las regiones en que operamos. Mientras nos preparamos para prepararnos en caso de falla de sistema de nuestra red mediante la entrega de sistemas y procedimientos de respaldo, no podemos asegurar que nuestros sistemas de respaldo respondan efectivamente en caso de emergencia regional. Cualquier falla sustancial de nuestro sistema de respaldo para responder efectiva y oportunamente podría afectarnos negativamente.

***Si experimentamos una infracción en la seguridad de la información y se revela información confidencial de los clientes, podríamos enfrentar penas y mala publicidad, lo que afectaría nuestras relaciones con los clientes y afectarnos adversamente.***

Nosotros y nuestros clientes podríamos ser dañados si información de los clientes fuera obtenida por terceros debido a una falla en la seguridad de nuestros sistemas. La recolección de información y procesamiento de transacciones requiere que recibamos y guardemos un gran monto de información personal identificable. Este tipo de información es sujeto a legislación y regulaciones en varias jurisdicciones. Recientemente infracciones a la seguridad de información sufrida por conocidas compañías e instituciones han atraído mucha atención mediática, lo que llevo a U.S. a presentar propuestas legislativas tanto estatales como federales respecto a la privacidad y seguridad de la información. Si propuestas similares son adoptadas en los países en que operamos, podríamos enfrentar Mayores requerimientos para proteger la información que procesamos de nuestros clientes en relación con la compra de nuestros productos.

En Abril 2014, experimentamos una infracción en la seguridad en que múltiples sitios web de varias compañías en Chile fueron atacadas por un grupo organizado de hackers. Como consecuencia de esto, la Mayoría de los sitios fueron desconectados. Experimentamos infracción de información en otros dos sitios web en que se obtuvo acceso a nuestro servidor, pero con bajo impacto y sin que se obtuviese información de los clientes. Debido a esto hemos creado recursos para arreglar debilidades de seguridad en nuestros sitios web, incluyendo pruebas de seguridad de nuestros sitios web por terceros, reforzando los protocolos de seguridad y procedimiento entregando entrenamiento técnico a administradores de TI, aumentando periódicamente pruebas por equipos de terceros especializados y generando servicios de monitoreo de seguridad reales para nuestros sitios web críticos para permanecer alerta en caso de actividad maliciosa. Pero estos eventos, así como cualquier infracción de seguridad futura, pueden disminuir la confianza del cliente en nosotros y dañar nuestra reputación, exponiéndonos a responsabilidades potenciales.

Podríamos vernos expuestos a responsabilidades potenciales respecto a la información que recolectamos, administramos y procesamos, y podríamos incurrir en costos legales si las políticas de seguridad de la información y procedimientos no fuesen efectivos o si necesitásemos defender nuestros métodos de recolección, procesamiento y almacenamiento de información personal. Investigaciones futuras, demandas o publicidad adversa relacionada a nuestros métodos de manejo de la información personal podrían afectar negativamente nuestro negocio, resultados de operaciones, condición financiera y flujos de caja debido a los costos y reacción negativa del mercado a en relación a lo anterior.

***Chile, Argentina, Perú y Colombia se encuentran ubicados en regiones activas sísmicamente.***

Chile, Argentina, Perú y Colombia tienen tendencia a sufrir terremotos debido a sus ubicaciones. Un gran terremoto, como el que afectó a Chile el 2010, podría significar consecuencias negativas para nuestras operaciones y para la infraestructura general en Chile o cualquier otro país mencionado, así como en caminos, líneas de tren y acceso a bienes. Pese a que mantenemos políticas estándares para esta industria en caso de cobertura de terremoto, no podemos asegurar que un futuro evento sísmico no nos afecte materialmente.

***Inquietud económica y social en los países en que operamos y medidas gubernamentales relacionadas podría afectar adversamente la economía regional economía y por lo tanto afectarnos negativamente.***

Pese al recupero y relativa estabilización desde inicios del 2000, tensiones sociales y políticas y altos niveles de pobreza y desempleo continúan afectando a Latinoamérica. Si el crecimiento fuese más lento en los países en que operamos, esto podría resultar en Mayores tensiones políticas y protestas, similares a las recientes huelgas agrícolas en Colombia, inquietud civil en Brasil y Argentina). Si estas situaciones aumentarán y las medidas de los gobiernos para reducir la desigualdad fallaran, podría afectarnos adversamente.

***Desarrollo de nuestras capacidades de ventas por internet es sujeto a tecnología y otros riesgos.***

Actualmente estamos en proceso de mejorar significativamente nuestras capacidades de ventas por internet, con la meta de solidificar las ventas por internet como parte de nuestro negocio. Pero enfrentamos a competidores de retailers por internet ya existentes, muchos de los cuales tienen Mayo experiencia en la distribución a través de internet. Es más, hemos sufrido interrupciones de sistema y retrasos que hacen a nuestros sitios web y servicios no disponibles o muy lentos para responder y prevenir que cumplamos las órdenes eficientemente, lo que reduce nuestras ventas y el atractivo de nuestros productos. El costo de actualizar nuestros sistemas e infraestructura de redes, y tomar los pasos necesarios para mejorar la eficiencia de nuestro sistema de retail por internet, puede ser sustancial, pero estas iniciativas pueden variar con el tiempo y atención de administración.

Nuestro computado y sistemas de comunicación y operaciones puede ser dañado o interrumpido por incendios, inundaciones, cortes de energía, fallas de telecomunicaciones, terremotos, actos de guerra o terrorismo, actos de Dios, virus computacionales, robos físicos o electrónicos, y eventos similares o interrupciones. Cualquier de estos eventos puede causar interrupción del sistema, retrasos, y pérdida de información crítica, y podríamos prevenir la aceptación y llenado de órdenes de clientes, que podrían hacer nuestras ofertas

de productos menos atractivas y sujetas a responsabilidades. Cualquiera de estos eventos puede dañar nuestra reputación y por lo tanto podrían afectar adversamente nuestras ventas y resultados de operación.

***Desastres naturales podrían interrumpir nuestro negocio y afectar nuestros resultados de operaciones.***

Estamos expuestos a desastres naturales en los países en que operamos como terremotos, erupciones volcánicas, inundaciones tormentas tropicales y huracanes. En caso de desastre natural, nuestros planes de recuperación del desastre podrían ser inefectivos, lo que afectaría material y adversamente nuestra habilidad para realizar negocios, particularmente si el hecho afecta el procesamiento de información computacional, transmisión, almacenamiento y sistemas de retiro o destruir información de clientes. Adicionalmente, si un número significativo de empleados y gerentes senior no estuviesen disponibles porque un desastre natural, nuestra habilidad para realizar negocios estaría comprometida. Los desastres naturales o eventos similares podrían resultar en volatilidad sustancial en nuestros resultados para un cuarto o año fiscal.

***Promulgación reciente de la reforma tributaria en Chile podrían aumentar los costos operativos y de cumplimiento.***

El 29 de Septiembre, 2014, Chile promulgó la Ley N° 20,780 (la “Reforma Tributaria”). La Reforma Tributaria introdujo cambios en la tasas de impuestos corporativas, ordenando un incremento gradual de una tasa de 20% a 25% o 27% en ciertos casos, las reglas respecto capitalización mínima, y la tributación de inversiones chilenas extranjero (reglas de corporación controlada extranjera), entre otras. Las nuevas reglas se establecieron que surtirían efectos gradualmente, con la implementación de procesos que iniciaron el 01 de Octubre, 2014 y finalizará el 01 de Enero, 2018. Los efectos de esta reforma tributaria pueden incrementar nuestros costos operativos y de cumplimiento, lo que afectaría negativamente nuestros resultados financieros y nuestra habilidad para que nuestro negocio crezca. Más allá de lo anterior, no podemos asegurar que las tasas de impuestos a la renta no seguirán aumentando a futuro afectándonos negativamente.

***Nueva reforma legislativa en Perú y Colombia pueden afectar los resultados operativos y reducir los montos de los dividendos que recibimos de nuestras subsidiarias peruanas y colombianas.***

En Diciembre 2014, Perú promulgó la Ley N° 4007, reformando el régimen tributario nacional. La nueva ley surtirá efectos a partir del 01 de Enero, 2015 y manda la disminución gradual de la tasa de impuesto a la renta, pero también aumenta la tasa de impuestos para dividendos distribuidos por compañías Peruanas a accionistas chilenos. Como resultado de la actual tasa de impuesto aplicable a ingresos Peruanos distribuidos a accionistas chilenos aumentará de la tasa actual aplicable de 34.1%, a 34.8% para 2015 y 2016, 35% para 2017 y 2018, y 35.3% para 2019 y así. Como resultado de lo anterior, el régimen tributario nuevo peruano se espera que disminuya el monto de dividendos recibidos por nuestras subsidiarias peruanas.

Adicionalmente en Diciembre 2014, el poder legislativo de Colombia promulgó el 01 de Enero, 2015 una reforma tributaria. De acuerdo a esta nueva ley, las compañías colombianas no tendrán que pagar el impuesto anual a la riqueza (entre 0.2% y 1.5%, dependiendo de la base imponible) y un CREE de impuesto a la renta más alto (3% recargo para 2015, 2016, 2017 y 2018 años fiscales). El aumento resultante de las responsabilidades tributarias de nuestras subsidiarias colombianas se espera disminuya el monto de ingresos disponibles para dividendos.

***Nuestro crecimiento en años recientes se debe a una serie de adquisiciones significativas y fuertes gastos de capital orgánicos, imponiendo presión en nuestros procedimientos, controles y sistemas.***

En años recientes nuestro negocio ha crecido debido a una serie de adquisiciones y gastos de capital orgánicos, expandiendo nuestro negocio geográficamente incrementando el tamaño y complejidad de nuestras operaciones. Como consecuencia de nuestros controles internos, sistemas y procedimientos pueden no ser apropiados para apoyar el ámbito y complejidad de nuestras operaciones. La existencia de múltiples sistemas heredados de operaciones adquiridas y de las complejidades de la integración de procesos negocios puede afectar adversamente nuestra Compañía. Como parte del proceso de integración de operaciones, procesos y controles que son parte de los negocios adquiridos, hemos identificado debilidades materiales en nuestro control interno financiero durante 2013, lo que ya ha sido solucionado. Ver Ítem 15 Controles y Procedimientos.

No se puede asegurar que otra debilidad material o deficiencia significativa no existirá en el futuro, y si suceden que no impactarán negativamente la confianza de los inversionistas y la confianza en nuestros estados financieros que pueden resultar en la baja del precio de nuestra acción y/o demandas presentadas en nuestra contra por nuestros accionistas, y que pueden haber incurrido en costos relacionados al contratar empleados adicionales o implementando controles para remediar esta debilidad.

**Riesgos Relacionados a Chile**

***Nuestro crecimiento y rentabilidad según el nivel de actividad económica en Chile y otros mercados.***

36.3%, 36.9% y 38.5% de nuestros ingresos de actividades ordinarias en los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012, respectivamente, fueron derivados de ingresos en Chile. De acuerdo a lo anterior, nuestros resultados de operaciones y condición financiera dependen significativamente del nivel de actividad económica en Chile. La economía chilena ha sido

influenciada en varios grados por las condiciones económicas de otros los mercados emergentes de otros países. No podemos asegurar que la economía chilena continuará creciendo en el futuro o que futuros desarrollos en o que afecten la economía chilena, incluyendo mayores consecuencias de las dificultades económicas en Brasil, Argentina y otros mercados emergentes, no tendrá un efecto material adverso en nosotros.

En Septiembre 2008, la crisis en Estados Unidos generó una serie fallas en la institución financiera a lo largo del mundo. Estas resultaron en una crisis de liquidez y una reducción en el crecimiento de la economía global e instituciones financieras apretaron sus políticas de riesgos y redujeron los préstamos a bancos, empresas e individuos. Por esto, Chile fue adversamente afectado por una fuerte baja del crecimiento durante el cuarto cuarto de 2008 y durante 2009 mientras su socios de comercial entraban en recesión, lo que afectó las ventas locales, niveles de desempleo, planes de inversión y el precio de las exportaciones. Efectos negativos permanecieron por la recesión global a pueden y continúan afectando adversamente la economía chilena y las condiciones generales económicas poco favorables podrían afectar negativamente la capacidad de poder comprar y pagar algunos de nuestros productos y servicios y nuestra habilidad para acceder a mercados de capital. En condiciones económicas difíciles, consumidores pueden reducir discrecionalmente los gastos en compras de algunos de nuestros productos, eligiendo usas servicios de menores margen u obteniendo productos y servicios en programas de más bajo costo ofrecidos por competidores. En cualquier caso nos afectaría adversamente.

Pese al reciente crecimiento de la economía chilena, no podemos asegurar que la economía chilena continuará creciendo en el futuro, ni podemos asegurar que desarrollos futuros en o afectando la economía chilena no afectará nuestra habilidad para proceder con nuestro plan de negocios o tener efecto material adverso en nosotros.

***Problemas económicos y políticos enfrentados por otros países pueden afectar adversamente la economía chilena, y como resultado de esto, nuestro negocio y resultados de operaciones y el valor de mercado de nuestros títulos,***

Los precios de los valores emitidos por compañías chilenas son influenciados en diferentes grados por consideraciones económicas y de mercado en otros países. No podemos asegurar que futuros desarrollos en o que afecten la economía chileno, incluyendo las consecuencias de dificultades económicas en otros mercados, no nos afectarán adversamente.

También estamos directamente expuestos a riesgos relacionados a las debilidades y volatilidad de la situación económica y política en Asia, Estados Unidos, Europa, Brasil, Argentina y otras naciones. Si las condiciones económicas de estas naciones' se deterioran, la economía en Chile, sea como país vecino o como socio de comercio, también podría ser afectado y experimentar un crecimiento más lento en años recientes con posibles efectos adversos en nuestros clientes y proveedores. Las crisis e incertidumbres políticas en otros países de Latinoamérica también podrían afectar adversamente la economía chilena, y por lo mismo en los resultados de operaciones de los valores de nuestras acciones de mercado.

Chile actualmente está involucrado en la litigación frente a la corte internacional de La Haya con el país vecino Bolivia respecto a los actuales bordes. Chile también estuvo involucrado en una litigación internacional con Perú respecto los bordes marítimos, que fue resuelta el 2013 frente a la corte internacional de La Haya, y ha tenido otros conflictos con países vecino en el pasado. No podemos asegurar que la crisis e incertidumbre política en otros países de Latinoamérica no afectará adversamente la economía chilena, y por lo tanto en los resultados de operaciones de los valores de nuestras acciones de mercado.

***Las industrias de supermercado y grandes almacenes chilenos muestran signos de saturación que podrían afectar nuestra habilidad para crecer rentablemente en Chile.***

Creemos que en Santiago, la industria de supermercados chilenos muestra signos de saturación. Luego de la apertura de nuevas tiendas se tragó parte de las ventas de tiendas existentes. Nuestros prospectos de crecimiento en el sector de retail de comida en Chile probablemente van a depender en gran parte del crecimiento futuro del GDP chileno o adquisiciones de cadenas de supermercados, y no podemos asegurar que uno u otro facto ocurrirán. Por lo tanto no podemos asegurar que en el futuro podremos alcanzar metas reales de crecimiento en ventas de ventas de mismas tiendas en Chile. Creemos que la industria de grandes almacenes en Chile también ha mostrado signos de saturación debido a una muy agresiva expansión en años recientes por los principales participantes de la industria.

Adicionalmente, buenas ubicaciones son difíciles de encontrar, particularmente para grandes tiendas. La Mayoría de los retailers ha encerrado propiedades de Centros Comerciales y controlan grandes tierras bancarias, por lo que hemos enfrentado dificultades en encontrar sitios apropiados porque es más probable que abramos supermercados a larga escala. Podemos ser vulnerables a la expansión de supermercados “pequeños”, como mini mercados, quienes podrían encontrar más fácilmente propiedades apropiadas.

***Inflación y medidas de gobierno para curvar la inflación puede afectar la economía chilena y afectarnos adversamente.***

Chile ha experimentado altos niveles de inflación en el pasado comparado con el blanco inflacionario del Banco Central del país, incluyendo incrementos en el índice de precios al consumidor de 7.8%, y 7.1%, en 2007 y 2008, respectivamente. Chile

experimentó una deflación de 1.4% durante 2009, inflación de 3.0% durante 2010, inflación de 4.4% durante 2011, inflación de 1.6% en 2012, inflación de 3.0% en 2013 e inflación de 4.4% en 2014 de acuerdo al Banco Central de Chile.

Las medidas tomadas por el Banco Central de Chile para controlar la inflación han incluido en varias ocasiones manteniendo una apretada política monetaria con altas tasas de interés, restringiendo la disponibilidad crediticia y retardando el crecimiento económico. Inflación, medidas para combatir la inflación respecto a posibles acciones adicionales que han contribuido materialmente a la incertidumbre económica en Chile y han aumentado la volatilidad en los mercados de valores. Periodo de más alta inflación pueden también demorar la tasa de crecimiento de la economía chilena, que podría llevar a reducir la demanda por nuestros productos y servicios y disminuir las ventas. La inflación es probable que aumente algunos de nuestros costos y gastos, siempre que la Mayoría de los contratos de suplementos se denomina en *Unidades de Fomento* o son indexadas al índice de precios al consumidor chileno, y puede que no podamos pasar completamente cualquier incremento a nuestros clientes, lo que nos puede afectar adversamente. Más allá, el 31 de Diciembre, 2014, aproximadamente 22% de nuestra deuda pendiente fue denominada en UF. Por esto incrementos severos en la inflación podrían afectar la economía chilena y afectarnos material y adversamente.

### ***Devaluación de la moneda y fluctuaciones de la moneda extranjera que puedan afectarnos adversamente.***

El peso chileno ha sufrido grandes devaluaciones y apreciaciones en el pasado y podría significar Mayores fluctuaciones en el futuro. El principal conducto de la volatilidad de la tasa de cambio en los últimos años fueron las devaluaciones significativas en países de Latinoamérica, principalmente Brasil, así como incertidumbre general y desbalances comerciales en los mercados globales. En 2007, la apreciación del peso chileno fue motivada por una mejora en los indicadores económicos chilenos y registro de mejores precios, junto a un débil desempeño del U.S. dólar. Recientemente, el primer conducto de la volatilidad de la tasa de cambio ha sido la depreciación sustancial de las monedas latinoamericanas, incluyendo el peso chileno, contra el U.S. dólar. El valor del peso chileno contra el U.S. dólar puede continuar fluctuando significativamente en el futuro. Ver “Ítem 10. Información Adicional—D. Controles de Cambio—Controles de Cambio Extranjero—Chile” e “Ítem 3. Información Clave—A. Información Financiera Seleccionada— Tasas de Cambio—Chile.”

Históricamente una porción significativa de nuestro endeudamiento ha sido denominado en U.S. dólares, mientras parte sustancial de nuestros ingresos y gastos operativos fueron denominados en pesos chilenos. Si el valor del peso chileno declina contra el dólar, necesitaremos más pesos chilenos para repagar los mismos montos de deuda denominada en dólar. Como resultado de esto las fluctuaciones de la tasa de cambio en peso chileno a U.S. dólar podría afectarnos. Al 31 de Diciembre, tras la permuta de divisas y contratos de cambio que cubre completamente contra la variación entre el peso chileno y U.S. dólar, 11% de nuestra deuda neta financiera (préstamos bancarios y bonos) fue denominado en U.S. dólares. El resto de nuestra deuda con intereses está principalmente en UF- o denominada en pesos chilenos por lo que no está sujeto a riesgos de tasa de cambio. Nuestra política de cobertura contra fluctuaciones se revele en “Ítem 11. Revelaciones Cuantitativas y Cualitativas Respecto a Riesgos de Mercado—Riesgo Moneda Extranjera.” No podemos asegurar que nuestras políticas de cobertura evitarán futuras pérdidas relacionadas a las variaciones de la tasa de cambio.

Adicionalmente en Febrero 2015 la compañía accedió a mercados de deuda internacional por la emisión de bonos de tramo dual. Esta nueva emisión significó un incremento en la exposición de Cencosud al U.S. dólar. Debido a la profundidad de las restricciones del mercado para el mercado de intercambio chileno Cencosud podía ser retrasado en la cobertura de exposición de moneda extranjera bajo la emisión para devolver al U.S. dólar niveles de deuda tras el intercambio cruzado de monedas.

Cualquier devaluación de moneda significativa o fluctuación de cambio extranjera en el futuro puede afectar adversamente el desempeño de la economía chilena y afectarnos adversamente.

### ***Chile tiene diferentes estándares de revelación corporativa y contabilidad que aquellos de Estados Unidos.***

Reportes financieros y la revelación de requerimientos de garantía en Chile difieren de aspectos significativos requeridos en Estados Unidos. También hay diferencias materiales entre IFRS y U.S. GAAP. La información de Cencosud S.A. disponible a usted no es la misma disponible para titulares de acciones emitidas por una compañía de Estados Unidos. Adicionalmente el Mercado de Valores chilenos, que gobierna las compañías registradas como abiertas, como nosotros, impone requisitos de publicidad que son más limitados que los de Estados Unidos en algunos aspectos. Adicionalmente, pese a que la ley chilena restricciones en compras internas y manipulación de precios, las leyes chilenas aplicables son diferentes que las de Estados Unidos, y el mercado de valores chileno no es tan altamente regulado y supervisado como el de Estados Unidos.

### ***Posibles cambios a causa de la reforma laboral propuesta en Chile podrían afectar material y adversamente los resultados de nuestras operaciones financieras.***

El 29 de Diciembre, 2014 el poder ejecutivo del gobierno chileno, liderado por la Presidente Michelle Bachelet, firmó un Proyecto extenso de reforma laboral que fue enviado al Congreso chileno para los procedimientos parlamentarios y aprobación. En

vistas que el poder ejecutivo del gobierno chileno tiene un apoyo Mayoritario en ambas cámaras del Congreso chileno, esperamos que el Proyecto propuesto será aprobado como borrado a bajo ciertas enmiendas tras su debate en ambas cámaras.

De acuerdo al proyecto borrado propuesto contempla varias enmiendas al Código Laboral de Chile, incluyendo, entre otros puntos: cobertura de negociación colectiva se expande a algunos empleados que no podían ejercer este derecho, como los aprendices, trabajadores temporales y otros.

- Los sindicatos son reorganizados como la única parte con derecho para ejercer el derecho a negociar colectivamente en representación de los trabajadores.
- Beneficios obtenidos por el sindicato durante la negociación se extienden para beneficio de cualquier trabajador que forme parte del sindicato una vez que la negociación haya incluido. La extensión de estos beneficios para empleados sería contingente de cada sindicato.
- Contratos de negociación colectiva constituiría un piso para la negociación de condiciones de empleo. La situación financiera de la compañía o negocio a la fecha de las discusiones por un nuevo contrato no tendría peso en las negociaciones actuales.
- El derecho del empleado para reemplazar a aquellos trabajadores participantes en la huelga con los actuales o nuevos empleados durante la huelga se reemplaza por la obligación de los sindicatos de entregar al personal que se requiere cumpla con “los servicios mínimos” a través de “equipo de emergencia.”
- Asuntos que pueden ser sujetos de contratos de negociación colectiva son expandidos, permitiendo la negociación de días de trabajo más flexibles, sistemas adaptables y otros.
- Los sindicatos pueden requerir anualmente de las grandes compañías información respecto a las remuneraciones y obligaciones asociadas con cada categoría de empleados.

La aprobación e implementación del proyecto propuesto aumentar el poder de negociación colectiva de los sindicatos, o reformas similares puede afectar adversamente en nuestro empleo en general y costos operativos y así incrementar las posibilidades de interrupciones de negocios en nuestras actividades en Chile, lo que afectaría negativamente nuestros resultados financieros y la habilidad de crecimiento de nuestro negocio.

### **Riesgos Relacionados a Argentina**

*La economía Argentina y las condiciones políticas y percepción de estas condiciones en mercados internacionales pueden tener un impacto directo en nuestro negocio y en el acceso a mercados internacionales de capitales, y podrían afectarnos materialmente.*

24.7%, 25.7% y 27.9% de nuestros ingresos de actividades ordinarias en los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012, respectivamente, derivaron de ingresos en Argentina y una importante acción en nuestro banco de préstamo está en Argentina. Según esto, nuestros resultados de operaciones y condiciones financieras son afectados significativamente por el nivel de actividad económica en Argentina. La economía argentina ha experimentado significativa volatilidad en décadas recientes, caracterizada por periodo de bajo crecimiento, altos y variables niveles de inflación y devaluación de la moneda. La falta de cambio soberano argentino de crédito (CDS) márgenes se encuentran los más altos del mundo. En 2002, la promulgación de la Ley N° 25,561 (la “Ley de Emergencia Pública”) terminó más de una década de paridad ininterrumpida peso argentino/U.S. dólar y el peso argentino ha fluctuado significativamente desde entonces. Ver “Ítem 10. Información Adicional—D. Controles de Cambio—Controles de Cambio Extranjeros—Argentina” e “Ítem 3. Información Clave—A. Información Financiera Seleccionada—Tasas de Cambio—Argentina.”

Pese a que las condiciones económicas generales en Argentina se han recuperado significativamente durante los recientes años, no hay incertidumbre respecto a si el crecimiento es sustentable. Esto principalmente debido a que el crecimiento económico fue inicialmente dependiente en una devaluación significativa del peso argentino y un alto exceso de capacidad de producción derivado tras largos periodos de profunda recesión y fue favorecido por altos precios. La crisis económica global del 2008 ha llevado a la repentina desaceleración de la economía, acompañada de inquietud política y social, inflacionaria y la presión por depreciación del peso argentino y falta de confianza de consumidores e inversionistas. De acuerdo al *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos* (o “INDEC”), el producto doméstico bruto de Argentina, en términos reales, creció por 0.1% en 2009, 9.4% en 2010 y sus estimados crecieron 8.5%, 0.9% y 2.9% en 2011, 2012 y 2013, respectivamente mientras se expandió 0.5% en 2014. No podemos asegurar que el GDP incrementará o se mantendrá estable en el futuro. El crecimiento económico en Argentina podría enfrentar desafíos relacionados a su balance de pagos y niveles de reservas durante 2014. Durante el 2013, restricciones de moneda extranjera en Argentina se vuelven más estrictas por un esfuerzo del gobierno argentino para contener lo que se escurre. Hay un alto grado de incertidumbre respecto a la futura habilidad de Argentina para acceder a mercados de capitales extranjeros y el estado de las negociaciones con limitaciones. Los mencionados factores en conjunción con precios menos favorable principalmente para exportaciones para la agricultura de Argentina podrían tener un efecto negativo en el crecimiento económico y podría afectarnos adversamente.

***La habilidad limitada de Argentina para obtener financiamiento de mercados internacionales y crecimiento económico limitado que nos podría afectar adversamente.***

La falta de Argentina para reestructurar completamente su deuda externa en el 2001 y negociar completamente con los acreedores pueden limitar la habilidad de Argentina para volver a entrar a mercados internacionales de capitales. La litigación iniciada por los acreedores así como los reclamos con el Centro Internacional para Solución de Disputas de Inversión (ICSID) han resultado y podrían continuar en sentencias contra el gobierno argentino que, en caso de no pagar, podría prevenir que Argentina logre obtener créditos de organizaciones multilaterales. Las sentencias de los acreedores buscan y podrían continuar buscando órdenes relacionadas a activos de Argentina que el gobierno busca para otros usos. Por esto el gobierno puede no tener los recursos financieros necesarios para implementar reformas en crecimiento económico extranjero, que, a su vez, podría tener un efecto material adverso en la economía Argentina, y consecuentemente en nosotros. Más allá, la inhabilidad de Argentina para obtener créditos podría afectar adversamente las subsidiarias argentinas, incluyendo su habilidad para acceder a mercados crediticios internacionales, sea para requerimientos de mercado de capital o para repagar su deuda una vez que venza.

***Sentencias judiciales adversas en Estados Unidos podrían tener un impacto material adverso en la economía argentina y en nosotros.***

En 2012, restantes desde 2001 canjeadores de deuda argentinos iniciaron procedimientos legales contra la República Argentina demandaron el complete repago del monto principal de acuerdo a las notas emitidas y han intentado embargar activos que Argentina mantiene fuera de la costa. A estos restantes se les dio una sentencia favorable el 22 de Noviembre, 2012 por la Corte de Distrito de Estados Unidos para el Distrito Sureño de Nueva York, que ordenó que Argentina repagara con el mismo ritmo el repago a aquellos que acordaron canjear la deuda el 2001 al ejecutar la provisión *pari passu* de acuerdo a las notas emitidas. Argentina y los titulares que participaron en el canje de deuda se encuentran apelando la sentencia. El 03 de Septiembre, 2013 la Corte de Distrito aceptó los requerimientos hechos por los demandantes contra el gobierno argentino y podrían resultar en embargos relacionados a activos de o que se estimen sean de propiedad de Argentina, que podrían afectar adversamente la economía del país.

***La inflación puede continuar incrementando, causando efectos adversos en los mercados argentinos a largo plazo así como en la economía argentina, su crecimiento y sus actividades en Argentina.***

Tras varios años de estabilidad de precios, la devaluación del peso argentino en Enero 2002 creó presiones en el Sistema doméstico de precios que generó una alta inflación en el 2002 antes de la estabilización sustancial del 2003. Pero los precios de los consumidores aumentaron por 7.7% en 2009, 10.9% en 2010, 9.5% en 2011, 10.8% en 2012, 10.9% en 2013 y 24% en 2014 de acuerdo al INDEC, e institutos privados estimados que los precios de consumidores han aumentado significativamente por sobre los estimados oficiales. Un retorno del ambiente de alta inflación también afectaría la competitividad extranjera de Argentina en el comercio internacional por la dilución de efectos de la devaluación del peso argentino y podría afectarnos adversamente.

***La devaluación o apreciación significativa del peso argentino contra el U.S. dólar y otras monedas extranjeras pueden afectar adversamente la economía argentina, su crecimiento y nuestras actividades en Argentina.***

La depreciación del peso argentino en 2002 tuvo efectos positivos en la competitividad de negocios argentinos e individuos. La devaluación afectó adversamente el valor del peso chileno y U.S. dólar de nuestros activos y ganancias en Argentina y entonces ha tenido un efecto negativo en nuestra condición financiera. Incluso, la devaluación del peso argentino tuvo un impacto negativo en la habilidad de nuestros negocios argentinos para honrar su deuda denominada en moneda extranjera, lo que llevó a una inicial inflación muy alta, salarios reales significativamente reducidos, tuvo un impacto en nuestro negocio cuyo éxito depende de la demanda de mercado doméstico, y afectó adversamente la habilidad del gobierno federal y provincial para honrar sus obligaciones de deudas extranjeras. Si el peso argentino experimenta otra devaluación significativa, podría afectar material y adversamente la economía local y nuestro negocio.

Incluso, un incremento sustancial en el valor del peso argentino contra monedas extranjeras podría afectar adversamente las exportaciones y tener un efecto negativo en la economía argentina, con consecuencias materialmente negativas para nosotros.

***Existen preocupaciones respecto a la exactitud de las medidas del INDEC y por lo tanto su impacto en nosotros.***

En Enero 2007, el INDEC modificó su metodología usada en el cálculo del índice de precios al consumidor, al mismo tiempo el gobierno argentino reemplazó personal clave en el INDEC, lo que ocasionó quejas respecto a la interferencia del gobierno por parte del equipo técnico en el INDEC. Adicionalmente, el IMF requirió que el gobierno clarificara las tasas de intereses. En Junio 2008, el INDEC publicó un nuevo índice de precios al consumidor que eliminaba casi la mitad de los ítems incluidos en previas encuestas e introducía pesos ajustables de la fruta, vegetales y ropa, que tienen una variación de costo estacionaria.

El nuevo índice de precios al consumidor fue criticado por economistas e inversionistas luego de que el reporte inicial encontró precios por sobre las expectativas. Estos eventos afectaron la credibilidad del índice de precios al consumidor publicado por INDEC, así como por otro índice publicado por INDEC que usaba el índice de precios al consumidor en su cálculo, incluyendo el índice de pobreza, el índice de desempleo y GDP real. En el 01 de Febrero, 2013 Argentina se convirtió en la primera nación miembro del IMF

en ser censurada debido a problemas respecto a su bajo reporte de inflación y figuras de GDP. El IMF dio a Argentina un plazo al 29 de Septiembre, 2013 para tomar “medidas de solución” para impulsar la exactitud de la información entregada. En Enero 2014 el gobierno argentino reveló un Nuevo índice de precios al consumidor basado en una nueva metodología de cálculo. El IMF reaccionó cautelosamente al índice mencionando que continuaría revisando el progreso realizado por la República de Argentina revisando la inflación y estadísticas brutas de productos domésticos luego en el año. La nueva medida reveló un índice de precios al consumidor que aumentó a una tasa de 24% en 2014.

***Intervención por el gobierno argentino en la economía argentina ha aumentado y puede impactar directamente en nuestros precios y ventas.***

El gobierno argentino en el pasado ha establecido ciertas condiciones de mercado y precios. En Marzo 2002, el gobierno argentino fijó el precio de la leche luego de conflictos entre productores. Mayores intervenciones en la economía pueden tener efectos adversos en los niveles de inversión extranjera en Argentina, el acceso de compañías argentinas a mercados de capital y las relaciones diplomáticas entre Argentina y otros países, que por su parte afectaron negativamente la economía de Argentina y por lo tanto nuestro negocio, financiamiento capacidades, resultados de operaciones y condiciones financieras. No podemos asegurar que el gobierno argentino no interferirá en otras áreas de la industria del retail en que operamos estableciendo precios o regulando condiciones del Mercado. Por esto no podemos asegurar que los precios o condiciones de mercado que el gobierno argentino pueda imponer nos permitan negociar libremente los precios de los productos, todos los que podría afectarnos materialmente.

Actualmente el precio de los controles en la República de Argentina son ejecutadas bajo el programa de “Precios Cuidados”, un acuerdo entre el gobierno y los retailers. Este programa refleja la canasta básica de productos para la población del país y al 12 de Abril, 2014 está compuesta por 308 productos de supermercado y 113 productos de la industria de mejoramiento del hogar. Si estos programas se llegaran a expandir, podrían afectarnos adversamente.

***Inquietud económica y social en Argentina y medidas gubernamentales para contener los efectos adversos en la economía argentina y que pueden afectarnos adversamente a nosotros.***

Pese al recupero económico y la relativa estabilización desde 2003, tensiones sociales y políticas y altos niveles de pobreza y desempleo continúan. En 2008, Argentina enfrentó huelgas y protestas a nivel nacional de agricultores debido al aumento en impuestos de exportaciones en productos de agricultura, que interrumpieron la actividad económica y han aumentado las tensiones políticas. En Noviembre 2013, hubo protestas masivas contra el gobierno. La policía provincial en Córdoba y otras provincias se fue a huelga. La inquietud social en varias ciudades durante los últimos meses de 2013 y en Diciembre 2013, habían nuevos disturbios y saqueos a tiendas y supermercados en varias ciudades del país. Adicionalmente a nuevas protestas públicas contra el gobierno, el sector agricultor y algunos sindicatos de trabajadores llamaron a nuevas huelgas. En Diciembre 2013 nuestros centros de distribución en la ciudad argentina de Córdoba fueron allanados y dañados en el curso de la inquietud civil que sufría la ciudad en la ciudad producto de una huelga civil. Mientras el centro de distribución fue restorado, con pérdidas parciales cubiertas por nuestro seguro, si esta inquietud civil ocurriría de nuevo podría afectar nuestros negocios, resultante de condiciones operacionales y financieras.

Futuras políticas de gobierno para prevenir, o responder, la inquietud social pueden incluir la expropiación, nacionalización, renegociación forzada o modificación de contratos existentes, suspensión de ejecuciones de derechos acreedores y accionistas, aumento en impuestos a la exportación, nuevas políticas tributarias, incluyendo aumentos tributarios y de royalty y reclamos de impuestos retroactivos, y cambios en las leyes, regulaciones y políticas que afecten el comercio exterior e inversiones. Por ejemplo, en el 16 de Abril, 2012, el gobierno de Argentina anunció su intención de expropiar YPF S.A. (“YPF”), la compañía más grande de petróleo y gas en Argentina, que era controlada por Repsol YPF S.A., una compañía española integrada de petróleo y gas. En el 04 de Mayo, 2012 el Congreso argentino aprobó la expropiación del 51% del capital común de YPF. El capital común nacionalizado de YPF fue distribuido de la forma siguiente: 49% a algunas provincias argentinas y el restante 51% al gobierno nacional. El gobierno argentino ha compensado a Repsol SA por la expropiación de sus intereses de la mencionada compañía. Estas políticas podrían desestabilizar el país, tanto social como políticamente, y afectar material y adversamente a la economía argentina y de otros países de Latinoamérica, y consecuentemente a nosotros.

***El gobierno argentino puede ordenar incremento en los salarios del sector privado, lo que aumentaría nuestros costos operativos.***

En el pasado, el gobierno argentino aprobó leyes, regulaciones y decretos requiriendo a las compañías del sector privado para mantener niveles de salario mínimo y proveer beneficios específicos a los empleados y pueden volver a hacerlo en el futuro. Tras la crisis económica argentina, empleadores de tanto el sector público como privado han experimentado presiones significativas de sus empleados, sindicatos y organizaciones laborales para aumentar los salarios y entregar beneficios adicionales a los empleados. Debido a los altos niveles de inflación, los empleados y organizaciones laborales han solicitado de nuevo incrementos en el salario. Es posible que el gobierno argentino puede adoptar medidas que demanden incrementos de salario y/o provisión de beneficios de empleados adicionales, incluyendo el compartir ganancias de manera obligatoria. Cualquier medida podría afectarnos adversamente.

### ***Las leyes de arriendo argentinas imponen restricciones que limitan nuestra flexibilidad.***

Las leyes argentinas de arriendo imponen ciertas restricciones, incluyendo la prohibición de cláusulas de ajuste inflación, duración obligatoria mínima y máxima, y derechos contractuales del arrendatario para rescindir el contrato comercial de arriendo luego de los seis meses iniciales. Estas restricciones podrían tener un efecto material adverso en nuestras operaciones argentinas. En el pasado, en respuesta a falta de lugares de hogar, altas tasas de inflación y dificultades para obtener crédito, el gobierno argentino impuso regulaciones más estrictas y con mayores deberes respecto los arriendos. Estas regulaciones limitan o prohíbe los aumentos en los precios de renta y prohíbe el lanzamiento de los arrendatarios, incluso por falta de pago de la renta. No podemos asegurar que el gobierno argentino no impondrá regulaciones similares o más estrictas en el futuro, lo que en cualquier caso tener un efecto material y adverso en nosotros.

### ***Controles de Cambio podrían restringir el flujo de entrada o salida de fondos en Argentina y pueden tener un efecto adverso en nosotros.***

En 2001 y 2002, el gobierno argentino implementó un número de medidas de controles de cambio de moneda y monetarios que incluyen restricciones en el retiro del fondo depositado con restricciones del banco estrictas en el flujo de salida de monedas extranjeras de Argentina, incluyendo fondos con el propósito de pagos principales e intereses en deudas y distribución de dividendos.

Pese a que estas restricciones han disminuido en algunos aspectos, algunas restricciones en la transferencia de fondos de Argentina (por ejemplo, realizar pagos del principal e interés) todavía válidas y otros controles en flujos de entrada de capital que se han establecido. Más allá, restricciones nuevas o similares relacionadas a la compra de moneda extranjera y su transferencia al exterior de pagos de dividendos, que disminuyeron significativamente en 2003, pudiesen ser restablecidas en el futuro. Si esto ocurriese, podríamos caer en el no pago de obligaciones de deudas externas de Argentina, podríamos no ser capaces de financiar nuestras operaciones en Argentina, y/o podríamos no ser capaces de distribuir dividendos desde Argentina, lo que nos sería materialmente adverso. Estos controles y restricciones existentes en el Mercado de cambio extranjero en Argentina, así como restricciones adicionales que podrían imponerse en el futuro, podrían dar la habilidad para transferir fondos generados por nuestras operaciones argentinas en U.S. dólares fuera de Argentina para financiar el pago de dividendos u otros montos, incluyendo pagos que se requiere hacer por nuestras subsidiarias argentinas a acreedores extranjeros respecto a garantías de obligaciones pendientes denominadas en U.S. dólares.

Adicionalmente, en cumplimiento de las Resoluciones AFIP N° 3210/2011 y N° 3212/2011 y la Comunicación “A” 5245, promulgada a finales de 2011, previo a la autorización de venta de moneda extranjera para realizar inversiones de la cartera en el extranjero o inversiones similares, el banco local debe obtener previa aprobación por un base de datos en línea a cargo de la autoridad federal tributaria argentina (*Administración Federal de Ingresos Públicos*, o “AFIP”). Esta base de datos debe confirmar si un individuo o entidad tiene suficientes activos fondos declarados para comprar moneda extranjera. En caso que estos activos o fondos declarados no sean suficientes, el banco podrá no vender moneda extranjera a estos individuos o entidades. Este requerimiento puede afectar la habilidad de nuestras subsidiarias argentinas para hacer o administrar inversiones de su moneda extranjera o para transferir fondos al extranjero. Ver también “Ítem 10. Información Adicional—D. Controles de Cambio—Controles de Cambio Extranjero—Argentina” y “Ítem 3. Información Clave—A. Información Financiera Seleccionada—Tasas de Cambio—Argentina.”

### ***Puede que hayamos sufrido efectos adversos por retrasos y restricciones en nuestra habilidad para recibir productos importados.***

El Ministerio Nacional de Industria recientemente ha emitido varias resoluciones implementando medidas para restringir las importaciones, incluyendo la aplicación de barreras no tarifarias para importar, como licencias no automáticas (que no se está en obligación de otorgar) introduciendo la obligación de presentar certificados de productos importados.

En cumplimiento de la Resolución General 3252, la *Administración Federal de Ingresos Públicos* (AFIP) implementó (efectiva desde 01 de Febrero, 2012) un sistema en que previo a la emisión de órdenes de compra (o documentos similares), importadores deben completar una *Declaración Jurada Anticipada de Importación*, para que la información esté disponible en un registro de importaciones para cumplir los requerimientos de importación para compañías y operadores comerciales extranjeros. A causa de esta y otras medidas ciertos sectores han experimentado dificultades o retrasos en los productos importados a Argentina. Estas restricciones o retrasos podrían afectar material y negativamente el mercado doméstico argentino, producción, niveles de consumo y economía argentina.

### **Riesgos Relacionados a Brasil**

***La economía brasilera y las condiciones políticas y percepciones de estas condiciones en mercados internacionales tienen un impacto directo en nuestro negocio y en nuestro acceso a capital internacional y mercados de deuda que tienen un efecto material adverso para nosotros.***

En los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013, y 2012 nuestras operaciones en Brasil representaron 20.1% 19.8% y 23.5% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias por estos periodos, respectivamente. De acuerdo a esto nuestra condición financiera y los resultados de operaciones son dependientes de las condiciones económicas en Brasil. La economía brasilera ha experimentado una significativa volatilidad en décadas recientes, caracterizada por periodos de crecimiento bajo y negativo, niveles altos y variables de inflación y devaluación de la moneda. El producto doméstico bruto de Brasil, en términos reales, disminuyó 0.3% en 2009, creció 7.5% en 2010, 2.9% en 2011 y 1.9% en 2012, de acuerdo al Banco Central de Brasil. El Banco Central de Brasil actualmente estima que el producto doméstico bruto expansión de aproximadamente 2.3% en 2013, y una disminución de 0.2% en 2014. No podemos asegurar que el GDP incrementará o se mantendrá estable en el futuro. Futuros desarrollos en la economía brasilera pueden afectar las tasas de crecimiento de Brasil y, en consecuencia, el consumo de nuestros productos. Por lo tanto estos desarrollos pueden tener un efecto material adverso.

Históricamente la situación política de Brasil ha influenciado en el desempeño de la economía brasilera, y crisis políticas han afectado la confianza de inversionistas y del público general, lo que provocó la desaceleración económica y aumentó la volatilidad en los valores emitidos en el extranjero por compañías brasileras. Futuros desarrollos en políticas del gobierno brasilero y/o la incertidumbre de si y cuando estas políticas y regulaciones pueden llegar a ser implementadas, todas las que están fuera de nuestro control, y podrían afectarnos adversamente.

***Cargos en leyes tributarias brasileras pueden incrementar nuestra carga tributaria.***

El gobierno brasilero frecuentemente implementó cambios a los regímenes tributarios que pueden afectar a nuestros consumidores y a nosotros. Estos cambios incluyen la mantención de tasas de impuestos y, ocasionalmente, promulgar impuestos temporales, los procedimientos de los que fueron marcados por propósitos de gobierno designados. Algunos de estos cambios pueden resultar en un aumento en nuestros pagos tributarios, lo que afectaría adversamente la rentabilidad de la industria y aumentar los precios de nuestros productos, restringir nuestra habilidad para realizar negocios en nuestros mercados objetivos y existentes y afectarnos adversamente. No podemos asegurar que podremos mantener nuestros flujos de caja proyectados y la rentabilidad tras cualquier incremento en los impuestos brasileros que nos sean aplicables.

***El gobierno brasilero ha ejercido, y cuando ejerciendo, influencia significativa sobre la economía brasilera.***

El gobierno brasilero frecuentemente interviene en la economía brasilera y ocasionalmente realiza cambios significativos en las políticas y regulaciones. Las acciones del gobierno brasilero para controlar la inflación y otras políticas y regulaciones generalmente han involucrado, entre otras medidas, aumentos en las tasas de interés cambios en las políticas tributarias, control de precios, devaluación de moneda, controles de capital y límites en exportaciones e importaciones. Podemos ser afectados material y adversamente por los cambios en las políticas o regulaciones que involucran o afectan factores como:

- Tasas de interés;
- Políticas monetarias;
- Controles de cambio y restricciones en emisiones en el extranjero;
- Fluctuaciones de moneda;
- Inflación;
- Liquidez de capital doméstica y mercados financieros;
- Políticas tributarias; y
- Otras políticas o desarrollos políticos, sociales y económicos en o que afecten a Brasil.

Incertidumbre respecto si el gobierno brasilero implementará cambios en las políticas o regulaciones que afecten estos u otros factores en el futuro pueden contribuir a la incertidumbre económica en Brasil. Por esto, estas incertidumbres y otros desarrollos futuros en la economía brasilera pueden afectarnos adversamente.

***Inflación, y medidas del gobierno brasilero que combaten la inflación, pueden generar incertidumbre económica en Brasil.***

Brasil históricamente ha experimentado altas tasas de inflación. En el pasado reciente la inflación, así como esfuerzos del gobierno para combatir la inflación han tenido efectos negativos en la economía brasilera y han contribuido a aumentar la volatilidad en el mercado de valores brasilero. Las medidas del gobierno brasilero para controlar la inflación generalmente han incluido mantener fuertes políticas monetarias con altas tasas de interés, restringiendo así la disponibilidad de crédito y reduciendo el crecimiento económico. Por esto las tasas de intereses han fluctuado significativamente. El Sistema Especial de Liquidación y Custodia (*Sistema Especial de Liquidação e Custódia*, o “SELIC”) menciona como tasa de interés en Brasil al 31 de Diciembre fue 7.25% en 2012, 10.0% en 2013 y 11.75% en 2014, como determinó el Comité de Política Monetaria del Banco Central de Brasil (*Comitê de Política Monetária do Banco Central*).

Las acciones del gobierno brasilero, incluyendo los cambios en las tasas de interés, intervención en los mercados cambiarios extranjeros, política fiscal de expansión y acciones para ajustar o fijar el valor del Real podrían gatillar incrementos en la inflación. Si Brasil experimentó inflación sustancial en el futuro, la consecuencia podría incluir grandes incertidumbres económicas y han aumentado nuestros costos, que nos puede afectar adversamente.

***Inestabilidad de la tasa de cambio puede afectar adversamente la economía brasilera y a nosotros.***

La moneda brasilera históricamente ha sufrido frecuentes fluctuaciones. En el pasado gobierno brasilero ha implementado varios planes económicos y ha adoptado un número de políticas de tasa de cambio, incluyendo repentinas devaluaciones, mini devaluaciones periódicas (durante lo cual la frecuencia de los ajustes fue hecha diaria y mensualmente), sistemas flotantes de tasas de cambio, controles de cambio y mercados de tasas de cambio duales. Generalmente han existido fluctuaciones significativas en las tasas de cambio entre la moneda brasilera, el U.S. dólar, el euro y otras monedas. Esta volatilidad puede afectar nuestros estados financieros consolidados debido a la importancia creciente de operaciones brasileras en nuestra cartera de negocios, que podría afectarnos material y adversamente. Ver “Ítem 10. Información Adicional—D. Controles de Cambio—Controles de Cambio Extranjero—Brasil” e “Ítem 3. Información Clave—A. Información Financiera Seleccionada—Tasas de Cambio— Brasil.”

***Nuestro negocio en Brasil se sujeta a regulación gubernamental.***

Nuestras operaciones brasileras son sujetas a una variedad de leyes y regulaciones nacionales, estatales y locales, incluyendo leyes medio ambientales, de agricultura, de salud y seguridad y laborales. Invertimos en recursos financieros y de administración para cumplir con las leyes y requerimientos de permisos relacionados. Nuestro incumplimiento de lo anterior podría generar multas y penas, reclamos por daños a las personas o propiedad, u obligaciones de investigar y/o remediar los daños o heridas. Incluso, si las leyes o regulaciones aplicables, o las interpretaciones o ejecución, se volvieron más estrictas en el futuro, nuestro capital o costos operativos podrían aumentar más de lo actualmente anticipado, y el proceso para obtener o renovar licencias para nuestras actividades que pudieran verse afectadas o incluso opuestas por las competentes.

***La operación regular de nuestras tiendas y los centros de distribución depende de servicios públicos, incluyendo la electricidad y la implementación de planes de conservación de electricidad como resultado de factores hidrológicos desfavorables u otros factores que puedan afectar negativamente la demanda de consumo y también afectar adversamente nuestras operaciones y administración de inventario.***

Los sectores de generación de energía de Brasil se apoyan, entre otros, en plantas hidroeléctricas, que dependen de los niveles de lluvia y calor. Si las condiciones hidrológicas resultan en una baja entrega de electricidad en Brasil, que podría causar, entre otras cosas, la implementación de programas de conservación de la electricidad, incluyendo reducciones obligatorias en la generación o consumo de electricidad. El más reciente periodo de bajas lluvias en una importante porción de Brasil fue en los años inmediatamente posteriores 01 de Enero, 2001 al 28 de Febrero, 2002. Las condiciones hidrológicas a finales del 2007 y a principios del 2008 también fueron pobres, particularmente impactando los niveles de reservas en las regiones noreste y sureste de Brasil. Recientemente Brasil experimentó niveles récord de temperatura en Enero 2014 que, junto una prolongada falta de lluvias, dejaron las reservas hidroeléctricas en niveles bajos. La recurrencia en el futuro de condiciones hidrológicas desfavorables podría llevar a la implementación de programas de implementación de conservación de electricidad. En caso de cortes de electricidad, nuestras operaciones y administración de inventario podrían verse material y adversamente afectadas. Esto puede por su parte afectar adversamente las condiciones financieras y los resultados de operaciones.

**Riesgos Relacionados a Perú**

***Desarrollo económico, social y político en Perú, incluyendo la inestabilidad política, inflación y desempleo, podrían afectarnos adversamente.***

Nuestras operaciones en Perú representan 8.7%, 7.9% y 8.3 % en 2014, 2013 y 2012, respectivamente, de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias. Nuestros resultados de operaciones y condiciones financieras pueden verse afectadas por cambios en políticas económicas y otras del gobierno Peruano, que fue ejercido y continuó ejerciendo influencia sustancial sobre muchos aspectos del sector privado y por otros desarrollos económicos, sociales y políticos en Perú, incluyendo devaluación, controles de tasas de cambio y crecimiento económico. Gobiernos peruanos previos impusieron controles en precios, tasas de cambio, inversiones locales y extranjeras, restringieron la habilidad de las compañías para despedir empleados, expropiaron activos del sector privado y prohibieron el reembolso de ganancias a inversionistas extranjeros.

En el pasado Perú sufrió periodos de elevada inflación, que materialmente dañaron la economía Peruana y la habilidad del gobierno para crear condiciones que apoyaran el crecimiento económico. Un retorno a un ambiente de alta inflación dañaría la competitividad extranjera de Perú con efectos negativos en la actividad económica, en el empleo y en nosotros.

***La devaluación de la moneda de Perú o cambios inesperados en los controles de cambio que podrían afectarnos materialmente.***

La moneda Peruana históricamente ha experimentado un número significativo de devaluaciones y, por esto el gobierno Peruano ha adoptado y operado bajo varias prácticas de control de cambio y políticas de determinación, desde control estricto a mercados de determinación de tasas de cambio. Más recientemente, el Nuevo Sol apreciado contra el U.S. dólar por 9.6% en 2013 y 6.7% en 2014. Como la economía Peruana es parcialmente dolarizada, la devaluación del Nuevo Sol contra el U.S. dólar podría tener un impacto negativo en la economía. Por lo tanto cualquier devaluación significativa del Nuevo Sol contra el U.S. dólar podría afectarnos material y adversamente.

**Riesgos Relacionados a Colombia**

***Somos altamente dependientes de las condiciones económicas y políticas en Colombia en conexión con nuestras operaciones de supermercados y retail en Colombia.***

A causa de la adquisición de operaciones de supermercado en Colombia, el mercado colombiano se ha convertido en una parte significativa de nuestro negocio de supermercados y de resultados de operaciones relacionados. Colombia ha sufrido una importante inestabilidad económica y política en el pasado. Colombia representa 10.2%, 9.7% y 1.8% del total consolidado de ingresos para 2014, 2013 y 2012, respectivamente.

Nuestros ingresos ganados por nuestras operaciones en Colombia dependen a una extensión significativa en las condiciones macroeconómicas y políticas en Colombia. Disminuciones en la tasa de crecimiento, periodos de crecimiento negativo, cambios en las leyes, aumentos en la inflación, cambios en la regulación o política, o futuras sentencias judiciales e interpretaciones de políticas que involucran controles de cambios y otros asuntos, como (pero no limitado a) la depreciación de la moneda, tasas de interés, inflación, impuestos, leyes de bancos y regulaciones y otras políticas o desarrollos económicos, al afectar Colombia puedan afectar el negocio general y podría por su parte impactar nuestras condiciones financieras y resultados de operaciones.

El déficit fiscal de Colombia y el crecimiento de la deuda pública podría afectar adversamente la economía colombiana. El déficit fiscal de Colombia fue de 4.0% de GDP en 2012, 4.5% de GDP en 2013 y 3.5% en 2014.

Pese al recupero de la economía colombiana en los últimos años, no podemos asegurar que este crecimiento y estabilidad relativa se van a mantener. Si la condición de la economía colombiana se deteriorara, podría afectarnos negativamente.

El gobierno colombiano frecuentemente interviene en la economía de Colombia y de vez en cuando hace cambios significativos en políticas monetarias, fiscales y regulatorias. Nuestro negocio y resultados de operación y condiciones financieras pueden verse afectadas adversamente por cambios en el gobierno o en políticas fiscales, y otras políticas diplomáticas, sociales, políticas y económicas que pueden afectar Colombia. No podemos predecir que políticas adoptará el gobierno colombiano y si tendrán un impacto negativo en la economía colombiana o en nuestro desempeño de negocios y financiero.

El gobierno colombiano y el Banco Central Colombiano pueden buscar implementar nuevas políticas con el fin de controlar mayores fluctuaciones del peso colombiano contra el U.S. dólar y guardar estabilidad del precio doméstico. El Banco Central de Colombia puede imponer ciertos requerimientos de depósitos mandatorios en conexión con los préstamos denominados en moneda extranjera obtenidos por residentes colombianos, incluidos nosotros. Pese a que actualmente no hay requerimientos de depósitos mandatorios, se estableció un requerimiento de depósito mandatorio a 40% en 2008 tras la apreciación del peso colombiano contra monedas extranjeras. No podemos predecir o controlar acciones futuras del Banco Central de Colombia respecto a estos requerimientos de depósitos mandatorios, que involucran el establecimiento de diferentes porcentajes de requerimientos de depósitos mandatorios. El uso de estas medidas por el Banco Central de Colombia puede ser un desincentivo para que obtengamos préstamos en moneda extranjera. No podemos predecir el efecto que estas políticas tendrán en la economía colombiana. Adicionalmente, no podemos asegurar que el peso colombiano no se depreciará o apreciará relativo a otras monedas en el futuro.

***Nuestros activos ubicados en Colombia se encuentran sujetos a varios riesgos asociados con países de mercados emergentes, como Colombia.***

La propiedad de activos en Colombia, como es el caso en otros países de mercados emergentes, está sujeta a incertidumbres políticas, económicas y otras, incluyendo la expropiación, nacionalización o anulación de contratos existentes, restricciones de cambios de moneda y fluctuaciones monetarias internacionales. No podemos asegurar que nuestros resultados operativos no se verán afectados por estos eventos.

***Las políticas del gobierno colombiano probablemente afectarán la economía, y por lo tanto, nuestro negocio y operaciones en Colombia.***

El gobierno colombiano históricamente ha ejercido una influencia sustancial en la economía colombiana, y sus políticas es probable que continúen teniendo un importante efecto en nuestras operaciones en Colombia. Nuestro negocio en Colombia podría verse afectado adversamente por los cambios en la política, o futuras interpretaciones judiciales de estas políticas, involucrando controles de cambio y otros asuntos como la devaluación de la moneda, inflación, tasas de interés, impuestos, regulaciones y otros desarrollos políticos o económicos que afecten a Colombia.

Pese a que Colombia ha mantenido un crecimiento económico estable desde 2003 y una tasa de interés bajo 8% durante los últimos 10 años, en el pasado, crecimiento económico ha sido afectado negativamente por baja inversión extranjera directa y altas tasas de inflación y una percepción de inestabilidad económica. No podemos asegurar que el crecimiento económico logrado en los últimos años continuará. Si las percepciones una estabilidad general en Colombia se deteriora o si las inversiones extranjeras directas disminuyen, la economía colombiana podrá enfrentar problemas, lo que afectaría negativamente el resultado de nuestras operaciones

***La economía de Colombia se mantiene vulnerable a shocks externos que pueden ser causados por sus Mayores socios comerciales regionales experimentando dificultades económicas significativas o efectos más generales de “contagio”, que sean adversos al crecimiento económico de Colombia y su habilidad para servir su deuda.***

El gobierno colombiano ha indicado el refuerzo de condiciones crediticias en mercados financieros podrían ser potenciales, pero limitados, impacto negativo en la economía colombiana principalmente a través de Estados Unidos y Venezuela, podrían tener un impacto material adverso en el balance de comercio de Colombia y afectará adversamente el crecimiento económico de Colombia. De acuerdo al Ministerio de Comercio colombiano Estados Unidos es el mercado de exportación más grande de Colombia. Colombia es el proveedor N°22 de Estados Unidos de bienes importados en el 2013. Bienes importados de Estados Unidos llegaron a \$21.6 billones en 2013, a 12.2% aumento (\$3.0 billones) de 2012, pero hasta 239% desde 2003. Las importaciones de U.S. desde Colombia llegaron a 6.5% desde 2011 (pre-FTA). Las importaciones de U.S. a Colombia llegan a 1.0% por sobre todas las importaciones 2013. Una declinación de la demanda en U.S. que podría tener un efecto adverso en las exportaciones colombianas y desarrollo económico de Colombia, lo que a su vez puede tener efectos en detrimento en las actividades de nuestro negocio. Las relaciones diplomáticas volátiles con Venezuela, el socio comercial más grande de Colombia de productos no tradicionales, y la reciente crisis política de Venezuela ha afectado adversamente las exportaciones colombianas a Venezuela.

***Colombia ha experimentado varios periodos de violencia e inestabilidad, y esto podría afectar la economía y nuestras operaciones.***

Colombia ha experimentado varios periodos de violencia criminal durante las últimas cuatro décadas debido a actividades de guerrilla, grupos paramilitares y carteles de drogas. En regiones remotas del país, en que la presencia gubernamental es mínima, estos grupos han ejercido influencia sobre la población local y financiar sus actividades por la protección y entrega de servicios de los traficantes de drogas. En respuesta, el gobierno colombiano ha implementado varias medidas de seguridad y tiene ha reforzado sus fuerzas militares y de policía, incluyendo la creación de unidades especializadas. Pese a estos esfuerzos, crímenes relacionados a las drogas y la guerrilla y actividad paramilitar continúa existiendo en Colombia. Cualquier escala posible asociada a estas actividades puede impactar negativamente en la economía colombiana a futuro. En el contexto de inestabilidad las alegaciones se hicieron contra miembros del gobierno colombiano respecto a posibles lazos con grupos paramilitares. Estas alegaciones pueden tener un impacto negativo en la credibilidad del gobierno colombiano, lo que a su vez afectará negativamente la economía colombiana y nuestras operaciones ahí a futuro.

***Las relaciones diplomáticas de Colombia con Venezuela y Ecuador pueden afectar la economía colombiana y, consecuentemente nuestros resultados de operaciones y condiciones financieras.***

Las relaciones diplomáticas con Venezuela y Ecuador, dos de los principales socios comerciales de Colombia, son de vez en cuando tensas, y han sido afectadas por conflictos con las FARC o *Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia*, particularmente en los bordes de Colombia con Venezuela y Ecuador. Otro Mayo deterioro en las relaciones de Colombia con Venezuela y Ecuador puede resultar en el cierre de bordes, la imposición de barreras de comercio o el quiebre de lazos diplomáticos, cualquiera de las que tendrían un efecto negativo del balance comercial de Colombia, la seguridad económica y nacional, que puede afectar adversamente el resultado de nuestras operaciones.

***Desastres natural en Colombia podrían interrumpir nuestro negocio y afectas nuestras operaciones en Colombia.***

Estamos expuesto a desastres naturales en Colombia, como terremotos, erupciones volcánicas, tormentas tropicales y huracanes. En caso de un desastre natural, nuestros planes de recupero pueden probar ser inefectivos, lo que puede afectar adversamente nuestra habilidad para llevar a cabo negocios en Colombia, particularmente si este hecho afecta el proceso de información en base de computadores, sistemas de transmisión, almacenamiento, retiro o destrucción de información de consumidores u otra. Adicionalmente si un número significativo de nuestros empleados y gerentes senior no están disponibles debido a un desastre natural, nuestra habilidad

para realizar negocios podría verse comprometida. Desastres naturales o eventos similares podrían también provocar volatilidad de los resultados de nuestras operaciones colombianas por el cuarto o año fiscal.

***Nuestras operaciones colombianas están sujetas a regulación.***

El negocio de supermercados en Colombia es principalmente regulado por el Comité de Protección al Consumidor Colombiano y el mercado libre. La *Superintendencia de Industria y Comercio*, actúa como una agencia de supervisión para aplicar regulaciones emitidas por el Comité de Protección al Consumidor Colombiano. El Ministerio de Industria y Turismo también tiene un rol importante en la industria y como tiene dentro de su alcance la habilidad de tomar cualquier de las medidas requeridas para asegurar la protección del mercado local por la industria doméstica. En el pasado el ministerio ha confiado en un gran rango de medidas para alcanzar esta meta que ha incluido la creación de deberes de productos específicos o controles de precios.

Incluso, las sociedades reguladas por la “*Superintendencia de Sociedades*”. Este cuerpo gubernamental supervisa y aprueba eventos corporativos como fusiones, adquisiciones y bancarrotas. Todas las sociedades que sean del alcance de este cuerpo en Colombia deben presentar sus estados financieros anuales a ella.

***Impuestos nuevos o más altos a causa de cambios en las leyes tributarias en Colombia o la interpretación puede afectar adversamente nuestros resultados en Colombia.***

La promulgación de nuevas leyes tributarias y regulaciones, e incertidumbres respecto a la aplicación o interpretación de futuras políticas tributarias, presenta un riesgo para nosotros. En años recientes, autoridades tributarias colombianas han presentado impuestos adicionales en una variedad de áreas, como impuestos a transacciones financieras y otros impuestos en valor neto, han modificado impuestos a la renta manteniendo tasas y han eliminado ciertos beneficios tributarios.

***El gobierno colombiano podría embargar o expropiar nuestros activos bajo ciertas circunstancias.***

De acuerdo al artículo 58 de la Constitución colombiana, el gobierno colombiano puede ejercer su dominio eminente respecto nuestros activos en caso que se requiera hacer esto para proteger el interés público. De acuerdo a la Ley 388 de 1997, el poder de dominio eminente puede ser ejercido a través de: (i) un procedimiento de expropiación ordinaria (ii) un procedimiento de expropiación administrativa o (iii) expropiación en caso de guerra. En todos los casos tendríamos derecho a una justa indemnización por los bienes expropiados como se describe a continuación. También, como regla general, la indemnización debe ser pagada antes que los activos sean efectivamente expropiados.

Según el procedimiento de expropiación ordinaria, el gobierno colombiano puede expropiar cualquier activo. Antes de expropiar el gobierno colombiano debe ofrecer comprar el activo a su dueño a valor de mercado determinado por un perito independiente. Si no hay acuerdo tras 30 días de esta oferta, el gobierno colombiano puede iniciar un procedimiento judicial. De acuerdo a este procedimiento, la corte relevante debe decidir respecto a la validez de la expropiación y el monto de la indemnización.

Un procedimiento de expropiación administrativa puede ocurrir cuando los factores que soporten la expropiación representen un riesgo público inminente. Previo a realizar la expropiación administrativa el gobierno colombiano debe ofrecer la compra del activo a su dueño a valor de mercado determinado por un perito independiente. Si no hay acuerdo tras 30 días de esta oferta, el gobierno colombiano puede expropiar directamente el activo (sin tener que seguir un procedimiento judicial) y establecer el monto de indemnización basado en el valor de mercado del activo. Tras la expropiación las partes pueden cuestionar la validez de la expropiación y el monto de la indemnización entregada a través del proceso judicial.

En una expropiación por causa de guerra, el gobierno colombiano puede expropiar la propiedad personal sin necesitar pagar indemnización alguna previa a la expropiación y ocupación temporal de la propiedad mientras el asunto de seguridad nacional lo requiera. La posesión de la propiedad expropiada debe ser devuelta a su dueño original una vez que la razón de la expropiación por causa de guerra deje de existir.

***Fluctuaciones de la tasa de cambio afectarían adversamente la economía colombiana, y por lo tanto a nosotros.***

El peso colombiano es una moneda altamente volátil que ha sufrido significativas devaluaciones y apreciaciones en el pasado y que puede sufrir fluctuaciones similares en el futuro. Una devaluación o apreciación significativa del peso colombiano en relación al U.S. dólar podría afectar adversamente la economía colombiana y por lo tanto los resultados de nuestras operaciones

***Altas tasas de inflación pueden afectarnos adversamente.***

Las tasas de inflación en Colombia han sido históricamente altas y no podemos asegurar que no volverán a estos altos niveles. Las tasas de inflación eran de 2.4% para 2012, 1.9% para 2013 y 4.56% para 2014. Presiones inflacionarias pueden, entre otras cosas, reducir el poder de compra de los consumidores y no podríamos asegurar que las medidas adoptadas por el gobierno colombiano hoy

el Banco Central de Colombia sean suficientes la concentrar la inflación. Un retorno de una alta inflación en Colombia podría dañar el resultado de nuestras operaciones.

### **Riesgos Relacionados a nuestras Acciones y ADSs**

*Nuestras ADSs tienen una historia de comercio limitada y una volatilidad de Mercado que puede afectar nuestro precio de acciones y el valor de nuestra inversión.*

Nuestras ADSs se inician a comercializar en la Bolsa de Valores de Nueva York el 22 de Junio, 2012, y tienen una historia de comercio limitada. No podemos predecir la extensión a la que el interés del inversionista en nuestra compañía se mantendrá activo en el mercado en NYSE, o que tan líquido será el mercado en un futuro. El precio de mercado de nuestros ADSs puede ser volátil y poder ser influenciado por muchos factores, algunos se encuentran fuera de nuestro control, incluyendo:

- El incumplimiento del análisis financiero para cubrir los ADSs o nuestro capital social o cambios en estimados financieros por analistas;
- Variaciones actuales o anticipadas en nuestros resultados operacionales o en los resultados operativos de nuestros competidores;
- Cambios en estimados financieros por analistas financieros, o por cualquier incumplimiento nuestro o que exceda estos estimados, o cambios en las recomendaciones de analistas financieros que eligen seguir los ADSs o acciones del capital común de nuestros competidores;
- Anuncios por nosotros o nuestros competidores de contratos o adquisiciones significativos;
- Ventas futuras de ADSs y acciones de capital común, incluyendo ventas por nuestros accionistas controladores;
- Percepciones de los inversionistas de nosotros y de las industrias en que operamos;
- Falta de cualquier iniciativa para alcanzar el éxito comercial;
- Fluctuaciones en precios de mercado de valores y volúmenes de comercio de valores de compañías similares;
- Condiciones generales de mercado y fluctuaciones generales de mercados de equidad de U.S.;
- Cambios en nuestras guías financieras para inversores y analistas;
- Retrasos en o fuera de no poder proveer guía financiera;
- Adiciones o salidas de nuestro personal clave;
- Cambios en los principios o metodologías de contabilidad;
- Cambios en el desarrollo legal o regulatoria en Estados Unidos y otros países, incluyendo países en que operamos; y
- Discusión de nosotros o nuestros precios de acciones por prensa financiera y comunidades inversionistas en línea.

Adicionalmente, el Mercado de stock en general ha experimentado fluctuaciones sustanciales de precios y volumen no relacionadas al desempeño operativo de compañías particulares afectadas. Estos mercados abiertos y factores de industria pueden dañar materialmente el precio de mercado de ADSs y acciones de capital común, pese a nuestro desempeño operativo. En el pasado luego de periodos de volatilidad en el mercado de precios de ciertos valores de compañías, valores de clase-acción de litigación presentada contra estas compañías. Esta litigación, si fue presentada contra nosotros, podría resultar en gastos sustanciales y en la distracción de la atención de nuestra gerencia de nuestro negocio y podrían afectarnos material y adversamente.

*Puede haber una falta de liquidez y Mercado para nuestras acciones de capital común y el ADSs en Chile.*

Nuestras acciones de capital común son enlistadas y comercializadas en la Bolsa de Valores de Santiago, la Bolsa de Valores Electrónica de Chile y la Bolsa de Valores de Valparaíso, a las que nos referimos colectivamente como “Mercados de Valores Chilenos.” Pese a que los Tenedores de ADSs tienen derecho a retirar acciones del capital común sobre las que recaen sus ADSs del Banco de Nueva York Mellon (el “Depositario”) en cualquier momento, los Mercados de Valores Chilenos son sustancialmente más pequeños, menos líquidos y más volátiles que la Mayoría de los mercados de valores en Estados Unidos. Pese a que nuestras acciones de capital común son comercializadas en Mercados de Valores Chilenos, no hay seguridad de que un mercado de comercio líquido para nuestras acciones de capital común continuará existiendo. A la fecha de este reporte anual, nuestros accionistas no controladores tienen aproximadamente 39% de nuestras acciones de capital común pendientes. Un mercado de valores limitado en general y nuestra propiedad puede particularmente afectar la habilidad de los Tenedores de ADSs para vender en el mercado chileno cualquier acción de capital común obtenida a partir del retiro de estas acciones de facilidades de ADSs en el monto al precio y tiempo en que el tenedor lo desea, y podría aumentar la volatilidad de precios de los ADSs.

*Tenedores de ADSs pueden encontrar difícil ejercer sus derechos en nuestras juntas de accionistas.*

Tenedores de ADSs no serán accionistas directos de nuestra compañía y no podrán ejercer los derechos de los accionistas directamente de acuerdo a nuestros Estatutos y las leyes Chile. Tenedores de ADSs pueden ejercer derecho a voto respecto acciones de capital común representadas por ADSs sólo de acuerdo con el acuerdo de depósito que gobierna los ADSs. Los Tenedores de ADSs enfrentarán limitaciones prácticas en el ejercicio de su derecho a voto debido a los pasos adicionales involucrados en nuestras comunicaciones con Tenedores de ADSs. Tenedores de nuestras acciones de capital común podrán ejercer su derecho a voto al atender la junta de accionistas en persona o al designar a un representante. Pero los Tenedores de ADSs recibirán aviso de la junta de accionistas por correo del Depositario luego de nuestro aviso al Depositario solicitándose que lo haga. Para ejercer su derecho a voto, Tenedores de ADSs deben instruir al Depositario oportunamente en cómo desean proceder a votar. Este proceso de voto necesariamente demorará más para Tenedores de ADSs que para accionistas de capital común. Si el Depositario no recibe oportunamente las instrucciones de voto para todo o parte de ADSs, el Depositario asumirá que los Tenedores de esos ADSs están diciendo que se otorgue un representante discrecional a la persona designada por nosotros para votar respectoo a sus ADSs, salvo en circunstancias limitadas.

Tenedores de ADSs también pueden no recibir los materiales de voto oportunamente para instruir al Depositario para votar respectoo a sus ADSs. Adicionalmente el Depositario y sus agentes no son responsables por no cumplir con las instrucciones de voto por parte de los Tenedores de ADSs o por la forma de estas instrucciones. De acuerdo a esto, los Tenedores de ADSs podrían no poder ejercer su derecho a voto y tendrá pocos, o ningún, recurso si las acciones capital común sobre las que recaen sus ADSs no se vota como se requiere.

***El control significativo sobre la Mayoría de nuestras acciones del accionista fundado puede tener un efecto material adverso en el precio de mercado de ADSs y nuestras acciones de capital común.***

Actualmente somos controlados por nuestro fundador, Sr. Horst Paulmann, quien es el dueño y controla el 58.5% de nuestras acciones a través Inversiones Quinchamali Ltda., Inversiones Latadía Ltda. E Inversiones Tano Ltda, a la fecha de este reporte anual. A disposición de nuestro accionista controlar quiere decir que un número significativo de nuestras acciones, o la percepción de esta disposición puede ocurrir, puede afectar material y adversamente el precio de comercialización de nuestras acciones de capital común en la Bolsa de Valores de Santiago así como el precio de mercado de ADSs en Bolsa de Valores de Nueva York.

***Nuestro accionista controlador es capaz de ejercer un control significativo sobre nuestra compañía, y también controlar un interés minoritario significativo en muchas subsidiarias internacionales que pueden resultar en conflictos de interés.***

Nuestro accionista controlador está en posición de dirigir nuestra administración y determinar substancialmente los resultados de todos los asuntos que se decidirán por Mayoría de votos de nuestros accionistas, incluyendo la elección de la Mayoría de los miembros de nuestra junta de directores, determinando el monto de dividendos distribuidos por nosotros (sujetos a la distribución mínima establecida por ley de 30% del ingreso neto distribuido), adoptar ciertas enmiendas a nuestros Estatutos, incluyendo la emisión de nuevas acciones, ejecutar o renunciar a derechos según contratos existentes, arriendos y arreglos contractuales con entidades afiliadas con nosotros. Por lo tanto puede ocurrir que los intereses de nuestro accionista controlador puedan estar en conflicto con los intereses del tenedor de ADS. Nuestro accionista controlador puede tener interés en buscar o prevenir adquisiciones, gasto u otras transacciones en que, a su juicio, esta acción sería en nuestro mejor interés, pese a que esa decisión puede no ser en el mejor interés de los accionistas minoritarios.

***Nuestro estado como emisor extranjero privado nos exime de algunas reglas de gobierno de sociedad del NYSE, limitando las protecciones a pagar por los inversores.***

Somos un “emisor privado extranjero” de acuerdo al significado entregado por las reglas de gobierno de sociedad de NYSE. De acuerdo a las reglas de NYSE, un emisor privado extranjero puede elegir cumplir con las prácticas de su país y no cumplir con ciertas reglas de gobierno de sociedad de NYSE de requerimientos, incluyendo requerimientos como (1) que la Mayoría de la junta de directores sean directores independientes, (2) un comité de gobierno de sociedad nominado establecido compuesto totalmente por directores independientes y tiene por escrito en los estatutos los propósitos del comité y sus responsabilidades, (3) una compensación para el comité establecido que se compone enteramente por directores independientes que tiene por escrito en los estatutos los propósitos del comité y sus responsabilidades, y (4) una evaluación de desempeño anual de la nominación y gobierno y compensación tomadas por el comité. Por lo tanto no tendrá las mismas protecciones otorgadas a los accionistas de las compañías sujetas a todos los requerimientos de NYSE.

Po ejemplo, de acuerdo a la excepción del emisor privado extranjero de NYSE que enuncia reglas para la Mayoría de nuestra junta de directores puede no consistir en directores independientes; el enfoque de nuestra junta puede ser diferente que el que la junta con na Mayoría de directores independientes, como resultado, de una erro de la gerencia de nuestra Compañía pueda ser más limitado que si se sometiera a las reglas de NYSE.

***Las leyes de valores de U.S. no requieren que nosotros revelemos tanta información a inversionistas como si fuéramos emisores de U.S. que se requiere revelar y puedes recibir menos información que la que podrías recibir en comparación a si fueses una sociedad de U.S.***

Los requerimientos de publicidad aplicables a nosotros en Mayo no son equivalentes a los requerimientos aplicables a una Compañía de Estados Unidos y, por lo tanto en Mayo recibes menos información respecto nosotros en comparación a la que podrías de una Compañía de Estados Unidos. Estamos sujetos a requerimientos de reporte periódicos según la Ley de Valores de 1934, (la “Ley de Valores”) que aplica a “emisores privados extranjeros.” Los requisitos de publicidad solicitados a emisores privados extranjeros según la Ley de Valores son más limitados que los requisitos de publicidad solicitados a de Estados Unidos. Por ejemplo, se nos requerirá presentar un reporte anual en Forma20-F, pero no deberemos presentar reportes trimestrales. Un registrante de Estados Unidos debe presentar un reporte anual en Forma10-K y reportes trimestrales en Forma10-Q. Adicionalmente, se nos requerirá presentar un reporte en Forma6-K, pero la información que debemos revelar en esos reportes es gobernada principalmente por requerimientos de publicidad de la ley chilena y en Mayo difieren de los requerimientos de reporte de Forma 8-impuestos a emisores de Estados Unidos. Finalmente, no somos sujetos al requerimiento del representante mencionado en la Sección 14 de la Ley de Valores y nuestros ejecutivos, directores y accionistas principales no son obligados a reportar comercialmente a corto plazo y a los requerimientos de recupero de acuerdo a la Sección 16 de la Ley de Valores.

***La ley chilena establece menos y menos definidos derechos a los accionistas.***

Nuestros asuntos societarios son gobernados por nuestros Estatutos (que sirven la función combinada de los artículos de incorporación a los Estatutos de la sociedad de U.S.), y las leyes de Chile. Según estas leyes y nuestros Estatutos, nuestros accionistas pueden tener menos derechos o menos definidos que los que podrían tener en una compañía formada de acuerdo a la jurisdicción y leyes de Estados Unidos. Por ejemplo, nuestros accionistas no tienen derecho a derechos de reembolso en caso de fusión u otra combinación de negocia que realicemos. Las personas o entidades que busquen adquirir el control de una sociedad abierta chilena a través una oferta pública de adquisición de acciones debe realizar una oferta a cualquiera y todos los accionistas de esta compañía. Ver “Ítem 10. Información Adicional—B. Memorándum y Artículos de Asociación-Derechos de accionistas desertores de ofertas públicas de adquisición de sus acciones “y” “—Dividendos y derechos de liquidación.”

***Nuestra reciente transformación como una sociedad pública de U.S. puede incrementar nuestros costos e interrupción de operaciones regulares de nuestro negocio.***

Nuestra reciente oferta pública inicial ha tenido un importante efecto transformado en nosotros. Hemos incurrido y esperamos incurrir en adicionales gastos legales, contables, de reporte y otros por tener un programa ADS. También incurriremos en costos que no en que no habíamos previamente, incluyendo, pero no limitado a sólo esto, aumento de costos y gastos en honorarios de los directores u ejecutivos, aumento en relaciones de inversión, y otros costos en incremento relacionados a tener un programa ADS comercializado en Estados Unidos.

También anticipamos que incurriremos en costos asociados a requerimientos de gobierno corporativo, incluyendo requerimientos bajo la Ley Sarbanes-Oxley de 2002, enmendada, así como en las reglas implementadas por la Comisión de Valores y Cambio (la “SEC”) y NYSE. Esperamos que estas reglas y regulaciones aumenten nuestro cumplimiento en cosas legales y financieros y realizar algunos arreglos y actividades de gobierno corporativo que consumen tiempo y dinero. Estas reglas y regulaciones hacen que nos sea más difícil y caro obtener seguro por responsabilidades de directores y ejecutivos, y tendremos que aceptar límites de cobertura de pólizas reducidos o incurrir en costos sustancialmente más altos para obtener la misma o similar cobertura. Esto podría impactar adversamente en nuestra habilidad para reclutar una junta independiente y calificada. No podemos predecir el monto de costos adicionales en que podamos incurrir a causa de estos requerimientos o la oportunidad de estos costos.

***Chile impone controles en inversión extranjera y repatriación de inversiones que puedan afectar su inversión en, y ganancias de, ADSs, y puedan imponer controles o restricciones adicionales en el futuro.***

Inversiones de equidad en Chile desde el extranjero se encuentran sujetas a requerimientos que los inversionistas deben entregar al Banco Central de Chile con información relacionada a estas inversiones de equidad y realizar operaciones en conexión con la repatriación de inversiones y ganancias en ellas dentro del Mercado Cambiar Formal de Chile. Ver “Ítem 10. Información Adicional—D. Controles de Cambio—Controles de Cambio Extranjero—Chile.”

Tenedores de ADSs tienen derecho a recibir dividendos en las acciones tal como los accionistas. Los dividendos recibidos por tenedores de ADSs se convertirán en U.S. dólares y distribuidas netas de tarifas de cambio de moneda extranjera y honorarios del Depositario y será sujeto a retener el impuesto chileno, actualmente impuesto a tasa 35% (sujeto a créditos en ciertos casos como describe “Ítem 10. Información Adicional—E. Tributación—General—Consideraciones Materiales al Impuesto a la Renta Federal de Estados Unidos”). Si por cualquier razón, incluyendo cambios en la ley chilena o regulaciones, el Depositario no pudiera convertir pesos chilenos a U.S. dólares, inversionistas pueden recibir dividendos y otras distribuciones, si las hay, en pesos chilenas.

Restricciones chilenas adicionales aplicables a tenedores de ADSs y otros inversionistas extranjeros en Chile podrían ser impuestas en el futuro. El Banco Central de Chile tiene la autoridad para imponer en cualquier momento controles, restricciones u obligaciones sobre inversionistas extranjeras en Chile. Estas restricciones pueden incluir, pero no se limitan, a requerimientos para obtener la previa aprobación de Banco Central de Chile para la repatriación de ganancias de la disposición de acciones sobre las que recaen los ADSs o el pago de dividendos. No podemos avisar respecto a la duración o impacto de estas restricciones en caso de ser impuestas.

***Devaluación de la moneda, fluctuaciones de cambio extranjero y costos de conversión de moneda extranjera puede afectarnos materialmente en nuestro precio de acción y en el valor en U.S. dólar de cualquier distribución de caja realizada a tenedores de ADS respecto a ADSs.***

Como nuestras operaciones están denominadas en moneda local (peso chileno, real brasilero, sol Peruano, peso argentino y peso colombiano), cambios en la paridad de moneda afectaría nuestro reconocimiento de resultados. Incluso, como nuestras acciones son comercializadas principalmente en la Bolsa de Santiago, nuestras acciones se comercializan y mencionan en pesos chilenos. Por lo anterior la paridad del peso chileno contra el U.S. dólar puede afectar el valor de sus inversiones cuando sean medidas en U.S. Dólares.

Si el valor del peso chileno cae en relación al U.S. dólar, el valor de ADSs y cualquier distribución que fuese a ser recibida del Depositario por ADSs podría verse afectada material y adversamente. Las distribuciones de caja hechas en relación a los ADSs son recibidas por el Depositario en pesos chilenos, luego son convertidas por el Depositario a U.S. dólares a la tasa de cambio que prevalece y distribuidas a los tenedores de ADSs. Adicionalmente, el Depositario incurrirá en costos de conversión de moneda extranjera (soportado por los tenedores de ADSs) en conexión con la conversión de moneda extranjera y subsecuente distribución de dividendos u otros pagos respecto a ADSs.

***Tenedores de ADS puede que no logren efectuar servicios de procesos, o ejecutar sentencias o presentar acciones originales en nuestra contra, la de nuestros directores o ejecutivos, lo que puede limitar la habilidad de los tenedores de ADSs de conseguir alivio por nuestra partes.***

Somos una sociedad chilena. Ninguno de nuestros directores son residentes de Estados Unidos y la Mayoría de nuestros ejecutivos residen fuera de Estados Unidos. Adicionalmente una porción sustancial de nuestros activos y los activos de nuestros directores y ejecutivos están localizados fuera de Estados Unidos. Por lo tanto puede ser difícil para los tenedores de ADS iniciar procesos fuera de Chile en nuestra contra, o la de nuestros directores o ejecutivos o de iniciar acciones contra nosotras o estas personas en Estados Unidos o Chile para ejecutar responsabilidades basadas en la Ley de Valores federal de Estados Unidos. Puede ser difícil para los tenedores de ADSs ejecutar en las cortes de Estados Unidos o en Chile juzgamientos de dinero obtenidos en cortes de Estados Unidos en contra de nosotros o de nuestros directores o ejecutivos basándose en provisiones de responsabilidad civil de la Ley de Valores de Estados Unidos, la ejecución de esta sentencia en dinero en Chile estará sujeta a la obtención del “exequatur” (reconocimiento y ejecución de una sentencia extranjera) de acuerdo código civil chileno actualmente está sujeto a la satisfacción de ciertos factores. El más importante de estos factores es la existencia de la reciprocidad, la ausencia de fallos de una corte chilena en conflicto relacionado a las mismas partes que proviene del mismo hecho y circunstancias y que las cortes chilenas determinen que las cortes de Estados Unidos tenían jurisdicción, que el proceso fue realizado notificado al demandante y que la ejecución no viola ninguna ley chilena. Si no cumple estos requerimientos no se podrán ejecutar sus derechos.

***Derechos preventivos pueden estar disponibles para tenedores de ADSs o tenedores de U.S. de acciones en ciertas circunstancias y, por esto, los dueños de acciones de U.S. o de ADSs estarían sujetos una potencial dilución.***

La Ley sobre Sociedades Anónimas N° 18,046 y el Reglamento de Sociedades Anónimas, mencionado en este documento colectivamente como “Leyes de Sociedades de Chile”, requieren que cuando emitamos nuevas acciones para efectivo y ventas de acciones propias, entregar derechos preventivos a todos nuestros accionistas (incluyendo las acciones representadas por ADSs), dándoles el derecho a comprar un número de acciones suficiente para mantener el porcentaje del que son dueños. Es posible que, en conexión cualquier emisión futura de acciones, no podremos ofrecer acciones a accionistas o ADSs de Estados Unidos por los derechos preventivos entregados a nuestros accionistas y por lo tanto los tenedores en U.S. de acciones y ADSs estarían sujetos a una potencial dilución

No seremos capaces de ofrecer acciones a accionistas o ADSs de Estados Unidos por los derechos preventivos entregados a nuestros accionistas en conexión con la futuro emisión de acciones o la venta acciones propias a menos que la declaración de registro de acuerdo a la Ley de Valores de U.S. de 1933, enmendada (la “Ley de Valores”), es efectiva respecto a estos derechos y acciones, o una excepción de los requerimientos de registro de la Ley de Valores disponible.

Esta declaración de registro puede no ser presentada y una excepción de los requerimientos de registro de la Ley de Valores puede no estar disponible. Si los dueños de esos ADSs no pueden ejercer sus derechos preventivos porque la declaración de registro no fue presentada, el Depositario intentará vender a esos dueños derechos preventivos y distribuir las ganancias netas de las ventas (netas de los honorarios del Depositario y gastos) a los tenedores de los ADSs, siempre que exista un mercado secundario para estos

derechos y una prima pueda ser reconocida sobre los costos de esta venta. Si es posible que un mercado secundario en derechos preventivos no se desarrolle en conexión a futuras emisiones de acciones o, si este mercado desarrolla, una prima puede no pueda realizar en su venta.

Si los derechos preventivos no pueden ser vendidos, expirarán y los tenedores de ADSs no realizarán ningún valor entregado de estos derechos preventivos. En cualquier caso, el interés de equidad en nosotros los tenedores de ADSs se diluirá proporcionadamente.

***Los tenedores de ADS pueden no poder ejercer los derechos de reembolso que se entregan por las leyes de sociedades chilenas que serán registradas por los accionistas de sociedades públicamente comercializadas chilenas.***

De acuerdo a la *Ley sobre Sociedades Anónimas N° 18,046*, como se enmienda, si una de las siguientes resoluciones es adoptada por nuestros accionistas en una junta extraordinaria de accionistas, los accionistas detractores tienen derecho a reembolso y pueden requerirnos la recompra de sus acciones, sujeto al cumplimiento de ciertos términos y condiciones. Un accionista detracto es un accionista que asiste a la junta de accionistas y vota contra una resolución lo que resulta en un derecho de reembolso, o si en caso de ausentarse la junta, el accionista notifica dentro de 30 días a la junta de accionistas su oposición a la resolución y que ejerce su derecho de reembolso.

Las resoluciones que resulten en derecho de reembolso del accionista son las siguientes:

- Nuestra transformación a una entidad legal de un tipo diferente;
- Nuestra fusión con o a otra compañía;
- La disposición del 50% o más activos, sea o no que la venta incluye nuestras responsabilidades o la propuesta o enmiendas de cualquier plan de negocio que involucre la transferencia de más del 50% de nuestros activos; la venta del 50% o más de activos de un afiliado que represente al menos 20% de los activos de la corporación, así como la venta de sus acciones que resultará en que dejaremos de ser controladores de aquella subsidiaria;
- La entrega de intereses de valores o garantías personales para asegurar o garantizar obligaciones de terceros que excedan el 50% de nuestros activos, salvo respecto a intereses de valores o garantías personales para asegurar o garantizar obligaciones de sus subsidiarias;
- La creación de derechos preferenciales por una clase de acciones o una enmienda a aquellos que existen, en que el reembolso del derecho sólo devenga a accionistas disidentes de la clase o clases de acciones adversamente afectadas;
- La enmienda de nuestros Estatutos para corregir cualquier defecto formal en nuestra incorporación, que puede causar que nuestros Estatutos sean nulos, o cualquier enmienda de nuestros Estatutos que entregan el derecho de reembolso al accionista;
- La aprobación por nuestros accionistas de que nuestro cese sea sujeto a regulaciones aplicables a corporaciones públicamente mantenidas en caso que ya no cumplan los requisitos según la ley chilena para calificar como estas corporaciones; y
- Cualquier otra causa que sea establecida en la ley chilena y en nuestros estatutos (nuestros estatutos actualmente no establecen otras instancias).

Adicionalmente los accionistas de sociedades abiertas tienen derecho a reembolso si una persona adquiere dos tercios o más del stock de votaciones pendientes y no hace una oferta por las acciones remanentes dentro de 30 días desde la adquisición a un precio no más bajo que el pagado por los accionistas que ejercen sus derechos de reembolso. Pero el derecho a reembolso decreto anteriormente no se aplica en caso que la compañía reduzca su capital al no tener completamente suscrito y pagado el aumento de capital dentro del periodo fijado en los estatutos.

Finalmente los accionistas de una sociedad abierta tienen derecho de reembolso dentro de 30 días luego de la fecha en que el controlado adquirió más del 95% de las acciones de la compañía. Estos derechos de reembolso deben ser ejercidos dentro de 30 días.

Los tenedores de ADS tienen un interés beneficiario en las acciones que tiene el Depositario y de acuerdo a esto no son accionistas de la Compañía. El Depositario no ejercerá derechos a reembolso, un tenedor de ADS tendría que cancelar sus ADSs y transformarse en un accionista registrado de la Compañía no después de cinco días laborales chilenos luego de la junta de accionistas en la que el voto que da derecho a reembolso es tomado o la fecha del registro aplicable para los derechos de reembolso que provengan y no sean resultado de los votos de los accionistas. Los derechos de reembolso pueden ser ejercidos entonces en la forma prescrita en el aviso a los accionistas que se requiere enviar a los accionistas de las compañías chilenas avisando de estos tenedores de sus derechos de reembolso. Si ocurre un evento que provoca estos derechos de reembolso, los tenedores de ADS tendrán tiempo limitado para cancelar sus ADS y para convertirse en accionistas registrados previo a la fecha de registro de la junta de accionistas u otro evento que genere

estos derechos de reembolso. Si un tenedor de ADS no se convierte en un accionista registrado de la Compañía antes de esta fecha de registro no será capaz de ejercer sus derechos de reembolso ante accionistas registrados.

## **Ítem 4. Información de la Compañía**

### **A. HISTORIA Y DESARROLLO DE LA COMPAÑÍA**

#### **Información General**

Somos una sociedad abierta organizada de acuerdo a las leyes de Chile y tenemos una duración indefinida. Estamos creados por escritura pública de fecha 10 de Noviembre, 1978. Este extracto está registrado en la página 13808 N° 7412 del *Registro de Comercio de Santiago* para el Año 1978. Nuestra razón social es “Cencosud S.A.” Nuestro domicilio es Av. Kennedy 9001, Piso 6, Las Condes, Santiago, Chile y nuestro número de teléfono es 56 (2) 2959-0000.

#### **Historia**

Nuestra historia ha demostrado un crecimiento orgánico y significativo, constantes adquisiciones designadas para resaltar nuestra marca en las industrias en las que tenemos presencia de Mercado y reconocimiento de marca.

#### **1960—2001**

Rastreamos nuestros orígenes a la apertura en 1960 de nuestro primer supermercado, con un área de ventas de 160 metros cuadrados, en Temuco, Chile. A mediados de 1970s, expandimos nuestro negocio con la apertura del primer hipermercado Jumbo en Chile, con un espacio de ventas de 7,000 metros cuadrados, ubicado en Av. Kennedy en Santiago.

En 1982 iniciamos nuestras operaciones en Argentina con la apertura del primer hipermercado Jumbo que tenía un espacio de ventas de 9,282 metros cuadrados. Continuamos expandiéndonos en Argentina con la construcción de Unicenter en 1988, el centro comercial más grande de Argentina. En 1993, abrimos el Centro Lomas, el primer centro comercial al sur de Buenos Aires área metropolitana. En 1994, abrimos San Marten Fábrica (un outlet centro comercial). En 1996, abrimos el centro comercial Palermo en Buenos Aires. Entre 1997 y 2003, abrimos Quilmes Fábrica (un outlet centro comercial), Palmas de Pilar y El Portal de Escobar, todas ubicadas en el Gran Buenos Aires.

En 1993, expandimos nuestro negocio de Centros Comerciales en Chile al abrir Alto Las Condes. En el mismo año, expandimos nuestra línea de negocios al abrir Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Chile y Argentina que ofrece productos para la mantención del hogar, así como materiales de construcción y productos de diseño y decoración. Ese año, abrimos nuestra primera Tienda de Mejoramiento del Hogar Easy en el centro comercial Alto Las Condes en Chile y en el centro comercial Parque Brown Fábrica en Argentina.

#### **2002—2006**

En 2002, continuamos nuestra expansión en Chile con la apertura de tres nuevos Hipermercados Jumbo, cuatro nuevas Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy y el Portal La Reina centro comercial. En Noviembre 2002, expandimos significativamente nuestra presencia en el sector chileno de mejoramiento del Hogar a través de adquisición de Proterra, una pequeña cadena de tiendas “hágalo usted mismo” del sur de Chile, y convertimos sus siete tiendas en nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy. En 2002, adquirimos las operaciones de Home Depot (Argentina).

En 2003, adquirimos la cadena de supermercado Santa Isabel transformándonos en el segundo operador más grande de supermercados en Chile en términos de ingresos de acuerdo a nuestras estimaciones. También abrimos dos nuevos centros comerciales, el Florida Center y Portal La Dehesa, ambos en Santiago. También iniciamos nuestro negocio de tarjeta de crédito con la incorporación de nuestra subsidiaria Cencosud Administradora de Tarjetas de Crédito S.A., y el lanzamiento de la tarjeta de crédito Jumbo Más.

En Abril 2004, adquirimos cadena de supermercado Las Brisas, que mejoró nuestra cobertura geográfica en varias áreas incluyendo Valparaíso y Concepción a través de la adición de 17 tiendas nuevas. En Mayo 2004, completamos nuestra oferta pública inicial en Chile y nos registramos en la Bolsa de Valores de Santiago. Al mismo tiempo, emitimos ADSs en los mercados internacionales de capital en una oferta privada en cumplimiento de la Regla 144A y Regulación S, recaudando sobre U.S.\$330 millones. En Noviembre 2004, a través de la adquisición de la cadena de supermercados Montecarlo, consolidamos nuestra posición como el segundo operador más grande supermercados en Chile. En Noviembre 2004, también adquirimos la cadena de supermercados Disco en Argentina, una de las cadenas de supermercados más grande de Argentina, que creemos consolidó nuestra posición como el segundo operador más grande supermercados en el país en términos de ingresos. Incluso en Octubre 2004, abrimos un nuevo centro comercial en Argentina, Portal de Rosario, que creemos es actualmente el más grande del área de Rosario en términos de ingresos.

En Marzo 2005, iniciamos el negocio de grandes almacenes a través de adquisición de Empresas Almacenes París S.A., una de las cadenas de grandes almacenes más grandes de Chile y que también operaba una agencia de viajes, una corredora de seguros, Banco París y Administradora de Créditos Comerciales ACC S.A. En Septiembre 2005, remarcamos nuestras marcas Las Brisas y Montecarlo bajo la marca Santa Isabel para consolidar y aumentar nuestro consolidado y mejorar nuestro negocio de supermercados.

## 2007—Actual

En Junio 2007, adquirimos otras dos cadenas de supermercado en Chile, Infante que opera en la ciudad de Antofagasta y Economax con una presencia significativa en el centro de Santiago, sumando un total de 16 tiendas nuevas a nuestro negocio de supermercados. De la misma manera, expandimos nuestro negocio de grandes almacenes de retail al adquirir las cadenas de ropa Foster y Eurofashion clothing que venden las populares marcas de ropa Foster, JJO y Marítimo. En Noviembre 2007, adquirimos la cadena de supermercados e hipermercados GBarbosa que opera en ambos formatos en ambos formatos en la región noreste de Brasil con un total de 46 tiendas.

En Diciembre 2007, celebramos un contrato de adquisición de GSW S.A., el operado de la cadena de Supermercados Wong, Hipermercados y centros comerciales en Perú. En cumplimiento de este contrato la familia Wong adquirió a porcentaje de nuestras acciones y se convirtió consecuentemente en uno de nuestros accionistas principales.

En Mayo 2007, celebramos un acuerdo de joint venture con Casino Guichard-Perrachon S.A. (“Casino”) para a desarrollar el negocio de Tiendas de Mejoramiento del Hogar en Colombia. En cumplimiento del joint venture, inicialmente teníamos un 70% de interés en joint venture y estábamos a cargo de la administración operacional de Easy Colombia S.A., y Casino era dueño del restante 30%. En Abril 2009, adquirimos las acciones de joint venture de Casino, aumentando nuestro porcentaje de propiedad a 100%.

En 2008, entramos al negocio de financiamiento en Argentina, con el lanzamiento de la tarjeta de crédito Cencosud y de la apertura de una corredora de seguros de la Compañía en Argentina. En Septiembre 2008, adquirimos Blaisten, una tienda profesional hágalo usted mismo en Argentina.

En 2010, expandimos nuestra huella en el mercado brasilero a través de la adquisición de tres cadenas de supermercado. En Marzo 2010, adquirimos la cadena de supermercados de cuatro tiendas Super Familia que estimamos sea la tercera más grande en la ciudad de Fortaleza, en el estado de Ceara. En Abril 2010, entramos al negocio de retail en el mercado en Brasil con la adquisición de Perini Comercial do Alimento Ltda., operado de la cadena de supermercados de tres tiendas Perini Supermercados en la ciudad de Salvador, en ese estado de Bahia. Perini es una marca reconocida en Brasil con 46 Años en el mercado y complementa nuestras operaciones existentes en Brasil. En Octubre 2010, adquirimos la que estimamos como más grande cadena de supermercado en el estado brasilero de Minas Gerais, Bretas, con 62 tiendas en tres estados brasileros al momento de la adquisición: Minas Gerais, Goias y Bahia. Con la adquisición de Bretas, consolidamos nuestra posición como el cuarto operador más grande de supermercados de Brasil en términos de ingresos, como mide ABRAS.

A inicios del 2011 emitimos U.S.\$750 millones agregados al monto principal de bonos a vencer el 2021 en la oferta 144A/Reg-S en el mercado de capital internacional, con una tasa de interés fija de 5.50%. Adicionalmente, en Junio 2011 emitimos un bono local en Pesos chilenos, por el monto de Ch\$54,000 millones agregados al monto principal de bonos a vencer el 2031 en el mercado local chileno, con una tasa de interés fija de 7.40%.

En Marzo 2011, UBS AG London Branch (“UBS”) ejecutó un contrato de compra contra los accionistas de ciertos inversionistas por 38.636% acciones de la subsidiaria de Cencosud Jumbo Retail Argentina, que operaba nuestros Supermercados en Argentina, por U.S.\$442 millones.

En Agosto 2011, Cencosud Brasil Comercial Ltda. (“Cencosud Brasil Comercial”), Irmãos Bretas, Filhos e Cia. Ltda. (“Bretas”), Mercantil Rodrigues Comercial, Ltda. (“Mercantil Rodrigues”), Perini Comercial de Alimentos Ltda. (“Perini”) y Cencosud Brasil celebraron un acuerdo con Banco Bradesco por el que Banco Bradesco acordó entregar servicios financieros en las tiendas Cencosud en Brasil, particularmente respecto la exclusiva emisión y operación de la tarjeta Cencosud (*Cartão Cencosud*), como se ofrece dentro de las tiendas Cencosud en Brasil, de créditos de consumo, financiamiento de compra y productos de seguro. Prezunic actualmente no está incluido en este joint venture.

En 2011, nos continuamos expandiendo al mercado brasilero a través de la adquisición de Cardoso. Cardoso fue en un momento una cadena de supermercados de tres tiendas en el estado de Bahia, con ventas netas de aproximadamente R\$60 millones (U.S.\$35.9 millones) en 2011. Cencosud pagó el precio de compra de U.S.\$11.3 millones. Hemos convertido el formato de la tienda adquirida GBarbosa formato y ahora operamos bajo esta marca.

En Diciembre 2011, adquirimos 85.58% del capital social de Johnson S.A. por un precio agregado de compra de Ch\$32,606 millones. Johnson es un gran almacén con 39 tiendas a lo largo de Chile usando la marca Johnson y 13 tiendas usando la marca FES. La tienda FES fue cerrada durante el periodo 2013. En Diciembre 2013 Cencosud ejecutó su opción de compra de las acciones restantes que se mantuvieron y pagó UF 315,935.76 por esto.

El brazo de retail financiero de Johnson migró a nuestro formato Cencosud y a todos los clientes se les cambió su tarjeta a Tarjeta Cencosud. A los ex clientes del brazo del negocio de retail financiero de Johnson se les ofrecen los mismos servicios que a los clientes Cencosud. Con la adquisición de Johnson somos capaces de enfocarnos en un segmento de mercado de bajo y medianos ingresos, de forma similar que con la adquisición de Santa Isabel en la división de Supermercados, las tiendas de Johnson son más pequeñas, apuntan a consumidores de bajo y medianos ingresos y blancos mejor ubicados en los segmentos de mercado.

El 02 de Enero, 2012, adquirimos 100% del capital social de Prezunic. El precio de compra agregado de la operación fue R\$875 millones (o aproximadamente Ch\$242,690 millones), pagaderos de la siguiente manera: R\$580 millones en la fecha de cierre de la transacción (02 de Enero, 2012), con el balance a ser pagado de la siguiente forma: R\$80 millones, R\$85 millones, R\$80 millones y R\$50 millones, en el primer, segundo, tercer y cuarto aniversario de la fecha de cierre, respectivamente. Estimamos que Prezunic es la tercera más grande cadena de supermercados en Rio de Janeiro con 31 tiendas.

El 13 de Junio, 2012, abrimos el centro comercial Costanera Center, el centro comercial más grande de Chile, una marca del desarrollo de la ciudad de Santiago. El 29 de Junio, 2012, recompramos 38.636% del capital social de Jumbo Retail Argentina de UBS. El 03 de Julio, 2012, completamos nuestra oferta de equidad pública inicial registrada en SEC de 105,000,000 acciones comunes en la forma de acciones comunes y ADSs registrados en la Bolsa de Valores de Nueva York.

El 30 de Noviembre, 2012, completamos la operación de adquisición de Carrefour Colombia por el precio total de compra igual a €2 billones sujeto a ajustes en cumplimiento del contrato de compra de acciones aquí relacionado. Las Compañías Adquiridas operaban Supermercados bajo los nombres de marca “Carrefour” y “Maxi” en Colombia.

La adquisición incluía la compra de 92 tiendas en total, incluyendo 72 tiendas de hipermercados, 16 minimarkets, y cuatro tiendas de estaciones bencineras. Las tiendas adquiridas se encuentran en nueve de las diez ciudades más grandes Colombia. Creemos que la transacción ubicó a Cencosud como el segundo supermercado operador más grande de Colombia en términos de ventas y consolida la presencia existente de las tiendas Easy de Cencosud en Colombia. Pero, desde la adquisición, Cencosud se convirtió en el tercer operador más grande de supermercados en el mercado colombiano de acuerdo a información que puso a nuestra disposición Nielsen. Todas las tiendas de tiendas han dejado de lado el nombre de marca Carrefour y hoy operan bajo el nombre de marca Jumbo y Metro desde el 31 de Mayo, 2013.

Para financiar la adquisición de las operaciones colombianas de Carrefour, el 17 de Octubre, 2012, la Compañía celebró un Contrato Préstamo Puente con un síndico de bancos por el monto de U.S.\$2,500 millones (el “Contrato Préstamo Puente”). El Contrato Préstamo Puente tiene como fecha de maduración el 15 de Abril, 2014 y presenta una tasa de interés de LIBO más un margen de 1.50% por los primeros seis meses, 1.75% por los tres meses siguientes, 2.20% por los siguientes tres meses, 2.25% por los otros tres meses siguientes, y 2.75% así. El monto total según el Contrato Préstamo Puente fue desembolsado el 17 de Octubre, 2012 y fue usado por nosotros como fondo para la compra de Operaciones de Carrefour en depósito. El 06 de Diciembre, 2012, la Compañía emitió U.S.\$1,200 millones agregados monto principal de bonos a vencer el 2023 en la Regla 144A y Regulación S ofreciendo en los mercados internacionales de capital. Los bonos a vencer 2023 devengan intereses a la tasa fija de 4.875%. Las ganancias de la oferta fueron usadas para repagar en parte los montos pendientes según el Contrato Préstamo Puente. Los montos restantes pendientes de pago de nuestra facilidad de Préstamo Puente fueron repagados con ganancias del aumento de capital que fue exitosamente completado el 14 de Marzo, 2013.

En Febrero 2013, anunciamos una oferta de derechos preventivos en el mercado chileno para un aumento de capital por el monto de U.S.\$1,600 millones. Las ganancias de estas ofertas fueron utilizadas para el prepagado de facilidades del Préstamo Puente en que incurrimos para financiar la adquisición de las operaciones de Carrefour en Colombia por el monto de US\$1,500 millones, con las responsabilidades de repagar dentro del corto plazo, incluyendo facilidades de deuda relacionadas a nuestras operaciones brasileras. Estas ofertas fueron finalizadas el 14 de Marzo, 2013, recaudando Ch\$770,647 millones (98.9% suscripción). El resto de las acciones ofrecidas fueron exitosamente subastadas en la Bolsa de Valores de Santiago.

El 20 de Junio, 2014, BNS y Scotiabank Chile S.A. (juntos “Scotiabank”) y la Compañía junto a sus subsidiarias, Cencosud Retail S.A. y Easy S.A., ejecutaron el Acuerdo Marco Joint Venture en que, sujeto a ciertas condiciones y, Scotiabank comprarán 51% de las acciones en las Compañías Sujeto por el monto de U.S.\$280 millones y también proveerán financiamiento por 100% de la cartera de servicios financieros en Chile de CAT, que actualmente asciende a aproximadamente U.S.\$1.0 billones. El Acuerdo Marco Joint Venture contempla que las partes desarrollarán, en bases conjuntas, el negocio financiero de retail en Chile. El Acuerdo Marco Joint Venture establece que el Negocio será operado a través de (i) CAT, una subsidiaria de Cencosud que se encuentra en el negocio de la emisión de tarjetas de crédito, y (ii) Cencosud Administradora de Procesos S.A., Cencosud Servicios Integrales S.A., y Cencosud Corredores de Seguros y Servicios Ltda., u otras compañías que puedan ser creadas por Cencosud para fines del Acuerdo Marco Joint Venture, a asistir en el desarrollo del Negocio, incluyendo el proceso de información y actividades de recolección relacionadas a lo anterior. De acuerdo a este acuerdo creemos que 2.5 millones titulares de tarjetas serán beneficiados con un acceso más fácil a nuevos productos y servicios financieros y la experiencia de Scotiabank, recibir los beneficios de los clientes de Compañía en nuestras tiendas Jumbo, Santa Isabel, Easy, París y Johnson y centros Comerciales. Adicionalmente a estos numerosos beneficios a clientes, la nueva Compañía buscará alcanzar sinergias que creemos deberían rebajar costos operacionales. Estas asociaciones se enmarcan en el plan estratégico a largo plazo de la Compañía de impulsar los servicios financieros ofrecidos a clientes sin utilizar capital de la Compañía

capital, implementando el mismo modelo que ya ha sido exitoso en nuestras operaciones en Brasil y Colombia. Esta transacción recibió aprobación regulatoria para la implementación completa del Acuerdo Marco Joint Venture en Abril 13, 2015.

El 24 de Septiembre, 2014, los tenedores de las Series E y F bonos emitidos por la Compañía registrados en el Registro de Valores de la *Superintendencia de Valores y Seguros* en el número 530 (“Emisión N° 530”), enmienda aprobada por la Línea de Emisión de Bonos del Título de Deuda que regula los términos y condiciones de la mencionada Emisión N° 530 (el “Contrato por Series E y F”). Las enmiendas le permiten a la Compañía a reducir su participación de equidad en CAT reduciendo a 45% la mencionada equidad. Las mencionadas enmiendas fueron introducidas para prevenir incumplimientos según el Contrato por Series E y F en conexión al consumo de las transacciones contempladas en el Acuerdo Marco Joint Venture.

El 17 de Octubre, 2014, la Compañía anunció que estaba llamando sus bonos de Series A, C y D emitidos según el número 443 (“Emisión N° 443”) del registro de valores para temprana reembolso, y comunicó lo mismo a la *Superintendencia de Valores y Seguros*. Como especifica el aviso, la Emisión N° 443, se programó que los bonos se reembolsarían el 19 de Noviembre 19, 2014. Emisión N° 443, bonos tenían un monto total agregado de UF 10,000,000. El pago por los bonos fue hecho en pesos chilenos de acuerdo al valor de la UF a la fecha del reembolso. La Compañía ya había previamente buscado, pero no logró obtener, el consentimiento de su Emisión N° 443 de los tenedores de bonos por enmiendas a la relacionada Línea de Emisión de Bonos del Título de Deuda el 4 de Septiembre4, 2014 que permitiría reducir su participación de equidad en CAT reduciendo a 45% la mencionada equidad, lo que fue necesario para que la Compañía consumara transacciones contempladas en el Acuerdo Marco Joint Venture.

El 13 de Noviembre, 2014 la Compañía celebró un Contrato Préstamo Puente por el monto total de U.S.\$400 millones con BNS y HSBC Bank USA, N.A. (el “Préstamo Puente”). El monto total de U.S.\$400 millones fue retirado el 17 de Noviembre, 2014 de acuerdo al Préstamo Puente, monto que fue utilizado por la Compañía para prepagar toda los bonos de la Emisión N° 443. Este prepago se realizó y fue complementado el 19 de Noviembre, 2014. El reembolso de los bonos de la Emisión N° 443 se espera ocurra, está pendiente de aprobación regulatoria, por la completa implementación del Acuerdo Marco Joint Venture.

El 30 de Enero, 2015, la junta de directores de la Compañía resolvió para la evolución de una oferta pública inicial potencial de la división de centros comerciales de la Compañía, enfocándose en Chile, Perú y Colombia, la Compañía probablemente mantendría la mayoría del interés en la entidad. La evaluación del proceso aún está en etapas preliminares, y cualquier transacción en este respecto de cualquier forma requerirá las aprobaciones requeridas por la ley aplicable.

El 12 de Febrero, 2015, la Compañía exitosamente tuvo acceso a mercados internacionales de deuda de capital y emitió U.S.\$1,000 millones de valores de deuda en dos lanzamientos de ofertas en un esfuerzo por refinanciar sus responsabilidades incluyendo el repago de la mencionado facilidad Préstamo Puente con BNS y HSBC Bank USA, N.A. El balance de las ganancias que fueron utilizadas para refinanciar ciertas responsabilidades pendientes. Este refinanciamiento se espera que permita a la Compañía proceder su programa de expansión orgánica lanzado el 30 de Enero, 2014 por los años 2015 a 2018.

### **Principales Gastos de Capital para la Expansión Orgánica**

Los gastos de capital llegan a Ch\$227,423 millones, Ch\$317,710 millones y Ch\$573,650 millones por los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012, respectivamente. Para una discusión de nuestros gastos de capital y futuras proyecciones, ver “Ítem 5. Revisiones y Prospectos Operativos y Financieros—B. Liquidez y Recursos de Capital—Gastos de Capital e inversiones permanentes.”

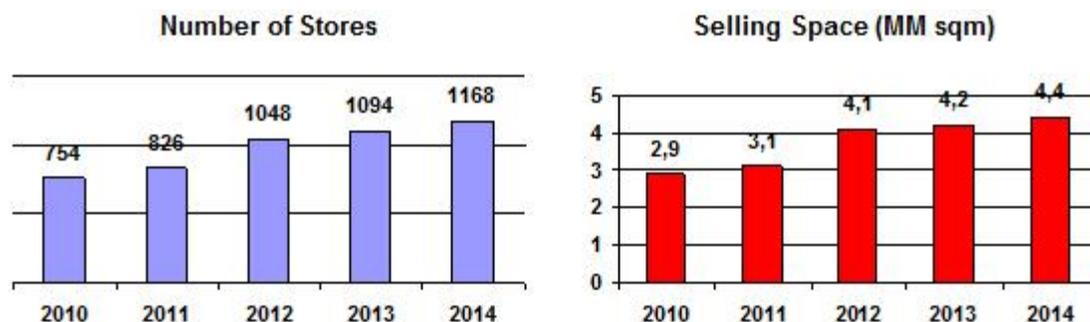
## **B. APRECIACIÓN GLOBAL DEL NEGOCIO**

### **Nuestra Compañía**

Creemos que somos una de los retailers multi-marcas líderes en Sudamérica, considerando los ingresos, espacio de ventas, número de tiendas y área arrendable bruta en los sectores y países en que operamos. Ver “—Apreciación Global de la Industria y Competencia” para mayor explicación de la metodología que utilizamos para calcular nuestra posición de mercado en estos sectores y países. Operamos a través un gran número de formatos, incluyendo Supermercados, Tiendas de Mejoramiento del Hogar, Centros Comerciales y Grandes Almacenes. Nuestra casa matriz se ubica en Chile y tiene operaciones en Chile, Argentina, Brasil, Colombia y Perú. Nuestro negocio consiste en cinco segmentos, incluyendo cuatro segmentos de retail, que nos permite alcanzar un amplio rango de consumidores ofreciendo varias combinaciones de productos, precio, calidad y servicio. La Compañía cree que Brasil, Perú y Colombia son mercados con un alto crecimiento y poco penetrados debido a su demografía favorable, presupuesto de consumo sostenido y baja penetración de retail formal como se describe aquí y en “Apreciación Global de la Industria y Competencia.” Como complemento a nuestro negocio de retail fundamental, estamos activamente involucrados a través de la región en el desarrollo del negocio comercial inmobiliario, particularmente en Chile, Argentina, Colombia y Perú, con 53 centros comerciales representando 800,272 metros cuadrados de área arrendable bruta al 31 de Diciembre, 2014, y también ofrecemos un nivel privado de tarjetas de crédito, créditos de consumo y servicios financieros limitados a nuestros consumidores de retail.

Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, teníamos 1,168 tiendas y Centros Comerciales con una agregado de 4,387,088 metros cuadrados de espacio de ventas y teníamos activos de Ch\$ 10,716,503 millones, responsabilidades de Ch\$ 6,425,017 millones, ganancias netas atribuibles a accionistas controladores de Ch\$ 164,894 millones, y equidad de los accionistas de Ch\$ 4,291,486 millones.

Durante nuestra historia de 50 años de crecimiento hemos desarrollado, adquirido, integrado y expandido varios negocios de retail con fuertes marcas en los variados mercados en que operamos. Desde el 01 Enero, 2005, hemos crecido nuestro número total tiendas y centros comerciales de 425 a 1,168 Al 31 de Diciembre, 2014 y del espacio total de ventas de nuestras tiendas de retail y Centros Comerciales de 1,433,838 a 4,387,088 metros cuadrados Al 31 de Diciembre, 2014. Adicionalmente, durante el mismo periodo, completamos varias adquisiciones estratégicas que han aumentado significativamente el tamaño y alcance geográfico de nuestras operaciones.



En Febrero 2014, revisamos nuestra estructura corporativa interna a capitalizar sinergias entre nuestras líneas de negocio de retail, consolidando la administración de nuestras líneas de negocio de retail (Supermercados, Grandes Almacenes, y Mejoramiento del Hogar) en una división bajo el nuevo Director Corporativo de Administración de Retail. Esta reorganización se espera que facilite el intercambio de mejores prácticas de negocios entre líneas y divisiones de negocio a través de varios de los países en que operamos.

Creemos que nuestra estrategia de operar como un retailer integrado multi-formato y multi-marca, combinado con nuestra amplia oferta de productos y cartera de marcas ha sido una de nuestras ventajas clave estratégicas para el crecimiento de nuestros negocios. Hoy operamos una huella operacional y geográfica diversificada a través de los mercados Sudamericanos con demografía atractiva fuertes fundamentales macroeconómicos. Creemos que nuestra amplia presencia y nuestra posición competitiva en mercados clave continuarán permitiéndonos consolidar el mercado de retail y beneficiar un esperado crecimiento en los mercados de retail no penetrados como Brasil, Colombia y Perú.

La siguiente tabla presenta el número total de nuestras tiendas y centros comerciales por país al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Chile</u>	<u>Argentina</u>	<u>Brasil</u>	<u>Perú</u>	<u>Colombia</u>	<u>Total</u>
Supermercados	238	290	219	87	100	934
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	33	50	—	—	10	93
Grandes Almacenes	79	—	—	9	—	88
Centros Comerciales	25	22	—	4	2	53
Total	<u>375</u>	<u>362</u>	<u>219</u>	<u>96</u>	<u>112</u>	<u>1,168</u>

En resumen, los hitos de nuestras actividades comerciales incluyen:

- 1,168 tiendas y centros comerciales al 31 de Diciembre, 2014.
- 4.387 millones metros cuadrados de espacio de ventas al 31 de Diciembre, 2014.
- A total de 6.0 millones de tarjetas de crédito activas emitidas y U.S. \$1.6 billones en operaciones de tarjetas de crédito al 31 de Diciembre, 2014

La siguiente tabla indica los porcentajes de ingresos de actividades ordinarias y las ganancias brutas de cada uno de nuestros mercados geográficos representados por el periodo indicado:

	Año Finalizado el 31 de Diciembre, 2014				
	Chile	Argentina	Brasil	Perú	Colombia
Ingresos de actividades ordinarias (operaciones continuadas)	3,892,561	2,643,819	2,158,155	937,004	1,079,489
Ganancias Brutas	1,081,358	929,227	437,338	226,509	221,822

Hemos organizado nuestro negocio en seis segmentos: Supermercados, Tiendas de Mejoramiento del Hogar, Grandes Almacenes, Centros Comerciales y Servicios Financieros, más actividades complementarias descritas como “Otros.”

*Supermercados.* Operamos 934 Supermercados a través de Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia al 31 de Diciembre, 2014, vendiendo una amplia variedad de productos de nombres de marca y etiquetas privadas. Creemos que somos el segundo operador más grande de supermercado en Chile, en términos de ingresos, basándonos en comparaciones contra información de Archivos Públicos de nuestros competidores principales Al 31 de Diciembre, 2014, el segundo más grande en Argentina y el más grande en Perú, en base también a información entregada por terceros investigadores del mercado, Nielsen. Fuimos los pioneros en el formato de los hipermercados en Chile con la apertura de nuestro primer Hipermercados Jumbo en 1976. Desde entonces hemos expandido y aumentado nuestra división de Supermercados, y al 31 de Diciembre, 2014 operamos un total de 201 Supermercados y 37 Hipermercados en Chile bajo las marcas Santa Isabel y Jumbo. Operamos 20 Hipermercados y 270 Supermercados bajo las marcas Jumbo, Disco y Super Vea en Argentina al 31 de Diciembre, 2014.

En Brasil gracias a nuestras adquisiciones, ahora somos el cuarto más operador de grande supermercado en términos de ingresos, de acuerdo a ABRAS. Creemos somos el operador más grande en el estado de Minas Gerais, el segundo más grande en el noreste de Brasil, y estimamos que somos el tercero más grande en el estado de Rio de Janeiro (tras la adquisición de Prezunic en Enero 2012), todo en términos de ventas. En Enero 2012 adquirimos Prezunic, el operador de la cadena de supermercados de 31 tiendas en el estado de Rio de Janeiro, en Brasil, expandiendo así nuestra presencia en el mercado brasilero. Nuestras operaciones en Brasil comprenden 178 Supermercados y 41 Hipermercados. De acuerdo a Apoyo, una agencia calificadora peruana asociada con Fitch, Inc., somos el operador de supermercados más grande en Perú en términos de ventas, con 87 tiendas al 31 de Diciembre, 2014.

El 30 de Noviembre, 2012, completamos la adquisición de las operaciones de Carrefour en Colombia, y actualmente somos el tercer operador más grande en Colombia en la industria del retail de comida de acuerdo a Nielsen información al 31 de Diciembre, 2014. Nuestras operaciones en el país comprenden 21 Supermercados operados bajo la marca Metro Express y 79 Hipermercados que operan bajo las marcas Metro y Jumbo. Ver “—A. Historia y Desarrollo de la Compañía—Historia.”

*Tiendas de Mejoramiento del Hogar.* Creemos somos segundo operador más grande tienda de mejoramiento del hogar en Chile y el más grande en Argentina en términos de ingresos de acuerdo a nuestra comparación con información pública de nuestros competidores principales Al 31 de Diciembre, 2014 vendemos una variedad de materiales construcción y otros, incluyendo productos de nombres de marca y marca propia. Al 31 de Diciembre, 2014, tenemos 33 Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy y 313,500 metros cuadrados de espacio de ventas de tiendas de mejoramiento del hogar en Chile y 42 Easy y 8 Blaisten Tiendas de Mejoramiento del Hogar y 383,786 metros cuadrados espacio de ventas de tiendas de mejoramiento del hogar en Argentina. En Octubre 2008, abrimos la primera tienda de mejoramiento del hogar en Colombia y al 31 de Diciembre, 2014 tenemos 10 Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy y 82,320 metros cuadrados de espacio de ventas en Colombia.

*Grandes Almacenes.* Creemos que somos el segundo más grande gran almacén operado en Chile, en términos de ingresos de acuerdo a nuestras comparaciones con Archivos Públicos de nuestros competidores principales al 31 de Diciembre, 2014. También creemos que tenemos el mayor espacio de ventas de Grandes Almacenes en Chile. Operamos 79 Grandes Almacenes en Chile bajo las marcas París y Johnson con 375,586 metros cuadrados del espacio total de ventas al 31 de Diciembre, 2014 y 9 tiendas París en Perú con espacio de ventas de 45,232 metros cuadrados. Nuestras tiendas París venden una gran variedad de mercadería como decoración, muebles de hogar, electrónicos y bienes deportivos, incluyendo productos de nombres de marca y marca propia. Empezamos el uso de una estrategia de dos-marcas en Chile tras la adquisición de un 85.58% de interés en Johnson, que en esa época operaba 39 tiendas en Chile bajo la marca Johnson y un adicional 13 tiendas usando la marca FES con un espacio total de ventas de 117,569 metros cuadrados. La adquisición adhirió 43.2% de espacio de ventas por sobre nuestras tiendas París. Las tiendas FES fueron cerradas durante el periodo 2013. Completamos la adquisición de las restantes acciones pendientes de Johnson el 18 de Diciembre, 2013.

*Centros Comerciales.* Creemos somos el segundo operador más grande de Centros Comerciales en Chile y el más grande Argentina, los términos área arrendable total basadas en nuestras comparaciones contra información pública de nuestros competidores principales al 31 de Diciembre, 2014. Al 31 de Diciembre, 2014, somos dueños y administramos 25 Centros Comerciales en Chile, 22 en Argentina, 4 en Perú y 2 en Colombia con un área arrendable a terceros total bruta de 800,272 metros cuadrados. En Chile y Argentina, cada uno de nuestros Centros Comerciales contiene a los Hipermercados Jumbo, tiendas de mejoramiento del hogar Easy y, en Chile, a París gran almacén así como otros negocios terceros para atraer consumidores y resaltar de manera global su experiencia de compras.

*Servicios Financieros.* Establecimos nuestra división de servicios financieros en 2003 cuando lanzamos nuestra tarjeta de crédito “Jumbo Más” para facilitar las compras en tienda y, desde entonces, aumentó significativamente nuestras operaciones de tarjetas de créditos en Chile, Argentina, Brasil, Colombia y Perú. Hemos acreditado a través de tanto nuestras tarjetas de marca propia

y joint ventures con bancos terceros emisores de tarjeta de créditos, principalmente para financiar las compras de los consumidores en nuestras tiendas. También somos dueños del Banco Paris, un banco especial para consumidores de retail en Chile, que entrega un amplio rango de servicios financieros. En Agosto 2010, lanzamos nuestra propia tarjeta de crédito en Perú y estamos expandiendo nuestras ofertas de Servicios Financieros. En 2011, establecimos el Banco Cencosud en Perú y en Junio 2012 recibimos la licencia para realizar operaciones bancarias de la *Superintendencia de Bancos y Seguros*, e iniciamos nuestras operaciones en Agosto 2012 a través la tarjeta de crédito Cencosud. En 2011, celebramos un contrato con un banco brasilero mayor, Banco Bradesco, para ofrecer Servicios Financieros en nuestras tiendas en Brasil, la emisión y operación exclusiva de la tarjeta de crédito Cencosud to (*Cartão Cencosud*), así como la oferta, dentro de las tiendas Cencosud en Brasil, de créditos de consumo, financiamiento de compras y productos de seguro. Prezunic actualmente no es un participante en la mencionada joint venture.

Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos un total de 6 millones en tarjetas de crédito y otras cuentas en Chile, Argentina, Brasil, Colombia y Perú. Al 31 de Diciembre, 2014, también teníamos U.S.\$1.1 billones en préstamos de consumo pendientes. Nuestro segmento de Servicios Financieros también incluye nuestros servicios de corretaje de seguros en Argentina, Chile, Brasil y Perú.

*Otros.*

En nuestro segmento “Otros” incluimos los resultados de nuestros Centros de Entretenimiento Aventura en Chile, que ofrece a las familias la oportunidad de disfrutar diversas actividades de entretenimiento, como juegos electrónicos, bowling y fiestas de cumpleaños; nuestro Programas de Lealtad de frecuencia de compras, que entrega descuentos y otras promociones para nuestros consumidores; y nuestra oficina corporativa, tesorería y otras operaciones.

Para los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012, los resultados de nuestro segmento “Otros” representa 0.2%, 0.2% y 0.1%, respectivamente, de nuestros ingresos consolidados.

Ver también, “Ítem 5. Revisión y Prospectos Operativos y Financieros—A. Resultados Operativos—Tendencias y Factores que Afectan los Resultados de Nuestras Operaciones—Impacto de Adquisiciones” por detalles adicionales respecto nuestras actividades de adquisición en años recientes.

**Año Finalizado el 31 de Diciembre, 2014**

	<b>Supermercados</b>	<b>Tiendas Mejoramiento Hogar</b>	<b>Grandes Almacenes</b>	<b>Centros Comerciales</b>	<b>Servicios Financieros operaciones continuadas</b>	<b>Otros<sup>(1)</sup></b>
	(en millones dicho\$)					
Ingresos de actividades ordinarias	8,159,237	1,225,616	991,442	214,850	117,679	2,205
Ganancia Bruta	1,955,126	425,274	250,163	186,821	78,632	238
EBITDA Ajustado de operaciones continuadas <sup>(2)</sup>	424,108	119,148	21,854	150,412	38,042	(111,868)

(1) Ver “—Nuestra Compañía” por una descripción de nuestro segmentos “Otros”.

(2) Ver “Presentación de Información Financiera y Otra” por la definición de EBITDA Ajustado y la reconciliación del EBITDA Ajustado a medidas IFRS.

Servimos a varios mercados a través de nuestra extensa red de tiendas y Centros Comerciales en Sudamérica bajo seis segmentos de negocios diversificados. Nuestros cinco segmentos principales son: Supermercados, Tiendas de Mejoramiento del Hogar, Grandes Almacenes, Centros Comerciales y Servicios Financieros. A través de varios formatos de tiendas y de nuestras numerosas marcas, ofrecemos un rango completo de productos para apelar a todos los tipos de consumidores. La mercadería que ofrecemos incluye una o más de las manufacturas que lideran cada categoría complementadas por la oferta de nuestras marcas propias. Creemos que la diversidad y fuerza de nuestras marcas y nuestra variedad de formatos de tienda nos permite competir efectivamente contra nuestros, con un rango tradicional de tiendas independientes y retailers especialistas en comida para la masa mercado.

Al 31 de Diciembre, 2014, nuestra cartera de marcas incluye las siguientes marcas principales:

	SUPERMERCADOS	TIENDA MEJORAMIENTO HOGAR	GRANDES ALMACENES	CENTROS COMERCIALES	SERVICIOS FINANCIEROS
Argentina					
Brasil					
Chile					
Colombia					
Perú					

Creemos que hemos establecido un récord positivo en la operación de nuestros negocios. La siguiente tabla establece medidas métricas de desempleo relacionadas a nuestro crecimiento consolidado por los periodos presentados os:

	Año Finalizado 31 de Diciembre,		
	2014	2013	2012
	(en millones dicho\$) <sup>(1)</sup>		
Número de retail tiendas <sup>(2)</sup>	1,115	1,094	952
Total tienda área (metros cuadrados) <sup>(2)</sup>	3,586,816	3,514,342	2,941,597
Ventas netas <sup>(2)</sup>	10,176,675	9,640,294	8,694,793
EBITDA Ajustado por operaciones continuadas <sup>(3)</sup>	424,108	434,859	403,992

(1) Excepto números de tiendas y espacio de ventas.

(2) Excluye Centros Comerciales y Servicios Financieros.

(3) Ver "Presentación de Información Financiera y otra" por la definición de EBITDA Ajustado y la reconciliación de EBITDA Ajustado a medidas IFRS.

## Supermercados

### General

Somos los pioneros en el formato de hipermercados en Chile con la apertura de nuestro primer Hipermercado Jumbo en 1976. Desde entonces, nos hemos expandido y nuestra división de Supermercados ha crecido, y al 31 de Diciembre, 2014 somos dueños de un total de 37 Hipermercados y 201 Supermercados en Chile operados bajo las marcas Jumbo y Santa Isabel. Abrimos nuestro primer

Hipermercado Jumbo en Argentina en 1982 y en 2004 adquirimos la cadena de supermercados Disco, mejorando significativamente nuestra presencia en Argentina y al 31 de Diciembre, 2014 operamos 20 Hipermercados Jumbo y 270 Disco y Super Vea Supermercados en Argentina. Estimamos que somos el segundo operador más grande en Argentina y Chile en términos de ventas.

En años recientes nos hemos expandido incluso más allá de nuestra presencia en supermercados tradicional en Chile y Argentina y hemos logrado importantes adquisiciones en Brasil y Perú. Por esto al 31 de Diciembre, 2014 operamos 219 tiendas de supermercados e hipermercados en Brasil bajo las marcas GBarbosa, Mercantil Rodrigues, Perini, Bretas y Prezunic. Con nuestra adquisición de Prezunic en Enero 2012, consolidamos nuestra posición como el cuarto operador más grande de supermercados de Brasil, en términos de ingresos, de acuerdo a ABRAS. Regionalmente estimamos que somos el segundo operador más grande del noreste de Brasil, el operador más grande en Minas Gerais y tras la adquisición de Prezunic, el tercer operador más grande en Rio de Janeiro, en términos de ventas. En Perú, operamos 87 Metro y Wong Hipermercados y Supermercados al 31 de Diciembre, 2014. De acuerdo a Apoyo, somos el operador más grande supermercados en Perú en términos de ventas. En 2012, entramos a la industria de supermercados de Colombia inorgánicamente a través de la compra del segundo operador más grande del país, Carrefour. Nuestras operaciones de supermercado en el país dejaron el uso de su ex nombre de marca y fueron remarcadas como Jumbo y Metro. En 2013, se finalizó el proceso de remarcado y Cencosud se ha enfocado en construir la notoriedad de la marca. De acuerdo a información entregada por Nielsen estimamos que somos el tercer operador más grande en el mercado de Colombia. N° por el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, nuestros supermercados generaron ingresos a partir de actividades ordinarias, Ganancias Brutas y EBITDA Ajustado de Ch\$8,159,237 millones, Ch\$1,955,127 millones y Ch\$424,108 millones, respectivamente.

Como menciona el “Ítem 4. Información de la Compañía—A. Historia y Desarrollo de la Compañía—Historia”, nuestras operaciones de supermercado se han expandido a través de un crecimiento orgánico y varias adquisiciones durante años recientes. La siguiente tabla establece por los periodos indicados, el efecto de la expansión de nuestras operaciones de supermercado:

	Año Finalizado 31 de Diciembre,		
	2014	2013	2012
	(en millones dicho\$) <sup>(1)</sup>		
Número de tiendas	934	922	888
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	2,386,391	2,353,168	2,275,172
Promedio de ventas por tienda	8,228 <sup>(2)</sup>	8,228 <sup>(2)</sup>	8,356 <sup>(2)</sup>
Ventas por metro cuadrado	2.40 <sup>(2)</sup>	2.14 <sup>(2)</sup>	0.28 <sup>(2)</sup>

(1) Excepto números de tiendas y espacio de ventas.

(2) No incluye operaciones de Supermercados colombianos operaciones

La siguiente tabla establece por los periodos indicados los ingresos de actividades ordinarias de nuestros Supermercados por País:

<u>Ingresos de actividades ordinarias</u>	Año Finalizado 31 de Diciembre,		
	2014	2013	2012
	(en millones dicho\$)		
Chile	2,354,805	2,227,303	2,057,975
Argentina	1,813,585	1,786,933	1,751,868
Brasil	2,154,313	2,003,898	2,095,104
Perú	836,676	745,470	713,307
Colombia	999,857	919,390	115,354
Total	8,159,237	7,682,994	6,733,610

### **Chile**

Al 31 de Diciembre, 2014, operamos 238 Supermercados en Chile, junto a los 567,873 metros cuadrados de espacio total de ventas que tenemos.

La siguiente tabla establece información respecto nuestros supermercados en Chile y por los periodos indicados:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Número de tiendas	224	224	214
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	546,236	546,236	524,677

*Hipermercados.* Nuestros Hipermercados Jumbo son nuestras tiendas más grandes en Chile y tienen áreas de venta que varían entre 6,000 metros cuadrados y 11,816 metros cuadrados. Al 31 de Diciembre, 2014, operamos 37 Hipermercados Jumbo Chile con un espacio total de ventas de 279,575 metros cuadrados.

La siguiente tabla establece información en porcentajes relacionada a nuestros Hipermercados Jumbo en Chile por los periodos presentados os:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013<sup>(*)</sup></b>	<b>2012</b>
Número de tiendas	37	37	43
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	279,575	279,085	286,664

(\*) El número de Hipermercados fue ajustado en debido a que se establecieron nuevos estándares para su clasificación. Previamente algunas nuevas tiendas Jumbo de formato más pequeño (app. 2,500 metros cuadrados) fueron clasificadas como Hipermercados. La presentación actual las tiendas por formato (Supermercado e Hipermercados) en vez de marca.

Nuestros Hipermercados Jumbo se orientan principalmente a consumidores de medios y altos ingresos y están designados para entregar una experiencia de compra de “una sola parada” al ofrecer una amplia selección de productos de calidad con un servicio de alto nivel. Nos dirigimos hacia un mix de productos en cada Hipermercado Jumbo de acuerdo a las preferencias de los consumidores de cada comunidad específica. Creemos que en años recientes los consumidores chilenos han mostrado un aumento en la preferencia por tiendas de comida que ofrecen no sólo una amplia variedad de comidas e ítems que no son comidas tradicionales, sino que también expandan el surtido de ítems preparados y de frutas y vegetales frescos. En respuesta a esta tendencia decidimos actualizar y continuar actualizando los departamentos con categorías de producto, como textiles, electrónicos y artículos de hogar. Esta estrategia nos permite entregar a los consumidores una mayor selección de productos y servicios de comida, cambiando nuestra mezcla de ventas hacia productos de alto margen.

*Supermercados* Al 31 de Diciembre, 2014, operamos 201 Supermercados en Chile bajo las marcas Santa Isabel y Jumbo Express con áreas de ventas que varían entre 350 metros cuadrados y 3,000 metros cuadrados, y el espacio total de ventas de 279,575 metros cuadrados.

La siguiente tabla establece información en porcentajes relacionada a nuestros supermercados en Chile por los periodos presentados:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013<sup>(*)</sup></b>	<b>2012</b>
Número de tiendas	201	187	171
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	272,881	266,661	238,013

(\*) El número de Supermercados fue ajustado en 2013 debido a que se establecieron nuevos estándares para su clasificación. Previamente algunas tiendas Jumbo nuevas de formato más pequeño (app. 2,500 metros cuadrados) fueron clasificados como Hipermercados. La presentación actual separa las tiendas por formato (Supermercados e Hipermercados) en vez de por marcas.

Operamos nuestros supermercados en Chile principalmente bajo nuestra marca Santa Isabel, que apunta principalmente a segmentos de mediano y bajos ingresos de la población chilena. Nuestras tiendas Santa Isabel tienen una amplia variedad de productos de comida y mercadería general similar a aquella que ofrecen nuestros Hipermercados Jumbo; pero las tiendas Santa Isabel también ofrecen mercadería de alta calidad y ubicaciones convenientes. Adicionalmente ciertas tiendas Santa Isabel tienen un mayor margen de departamentos de especialidad como departamento de comidas preparadas, mariscos frescos y pastelería. Santa Isabel también ofrece productos tales como alcohol, cosméticos, bienes para el hogar y otros que no sean comida. Recientemente comenzamos a usar la marca Jumbo al abrir Supermercados dirigidos a consumidores de medianos y altos ingresos interesados en productos de calidad y

servicio de alto nivel. Principalmente los ítems del Mercado de comida de estas tienen in foco especial en las frutas y vegetales fresco, ofreciendo una amplia variedad de comidas ya preparadas.

## **Argentina**

### **General**

Operamos 290 Supermercados en Argentina al 31 de Diciembre, 2014, y tenemos 529,428 metros cuadrados del espacio total de ventas. De nuestros 290 Supermercados en Argentina, 20 son Hipermercados y 270 son Supermercados al 31 de Diciembre, 2014.

La siguiente tabla establece información respecto nuestros supermercados en Argentina y por los periodos indicados:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Número de tiendas	290	290	288
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	529,428	524,921	522,416

*Hipermercados.* Abrimos nuestro primer Hipermercados Jumbo en Argentina en 1982. Nuestros Hipermercados Jumbo y Supermercados son nuestras más grande tiendas en Argentina y tienen áreas de ventas entre de 3,000 metros cuadrados a 12,223 metros cuadrados. Al 31 de Diciembre, 2013, operamos 20 Hipermercados Jumbo en Argentina, 18 de las cuales se ubican en el área metropolitana de Buenos Aires.

La siguiente tabla establece información en porcentajes relacionada a nuestros Hipermercados en Argentina por los periodos presentados:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013 (*)</b>	<b>2012</b>
Número de tiendas	20	21	24
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	163,068	154,100	162,499

(\*) El número de Hipermercados fue ajustado en 2013 debido a que se establecieron nuevos estándares para su clasificación. Previamente algunas nuevas tiendas Jumbo de formato más pequeño (app. 2,500 metros cuadrados) fueron clasificados como Hipermercados. La presentación actual separa las tiendas por formato (Supermercados e Hipermercados) en vez de por marca.

Así como en Chile y Colombia, el objetivo de mercado de nuestros Hipermercados Jumbo en Argentina son principalmente los segmentos de mediano y altos ingresos de la población argentina. Nuestros Hipermercados Jumbo suelen abrir entre 14 a 15 horas por día, dependiendo de la ubicación y tienen horas de cierre flexibles para acomodar los requerimientos de la comunidad local. En años recientes, consumidores de clase media y alta han mostrado un aumento en la preferencia por tiendas de comida que ofrecen no solo una variedad tradicional de productos que son comida y los que no lo son sino que han expandido su preferencia a comidas preparadas y frutas y vegetales frescos. Entonces escogemos la mezcla de nuestros productos de acuerdo al maquillaje socioeconómico de los consumidores de cada hipermercado. Cada uno de nuestros Hipermercados Jumbo en Argentina tiene un área para estacionamientos para los consumidores.

Como en Chile, nuestros Hipermercados Jumbo en Argentina ofrecen una amplia variedad de productos comida y no comida, incluyendo frutas y vegetales frescos, bienes horneados, carnes frescas y otros ítems. Seleccionamos nuestros productos de acuerdo a su calidad y valor, más que de acuerdo a si son productos con el precio más bajo de mercado.

*Supermercados.* Nuestros supermercados en Argentina operan bajo las marcas Disco y Super Vea. Disco fue fundado en 1961 como una pequeña tienda de abarrotes y fue adquirida por Ahold en 1998. Adquirimos Disco el 01 de Noviembre, 2004 por aproximadamente U.S. \$315 millones. Esta adquisición adhirió 234 Supermercados estratégicamente ubicados a nuestras operaciones en Argentina, añadiendo así una importante presencia en la ciudad de Buenos Aires. La estrategia de Disco se dirige a los segmentos de tiendas en los formatos “orientadas al servicio” (Disco) y “orientadas al precio” (Super Vea). Disco también opera un supermercado virtual (Disco Virtual) que permite a los consumidores ordenar por teléfono e internet con entrega a sus hogares en Buenos Aires y las áreas metropolitanas de Córdoba.

La siguiente tabla establece desempeño métrico relacionado a nuestros supermercados en Argentina por los periodos presentados:

	<u>Año Finalizado 31 de Diciembre,</u>		
	<u>2014</u>	<u>2013<sup>(*)</sup></u>	<u>2012</u>
Número de tiendas	270	269	266
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	366,360	365,071	359,917

(\*) El número de Supermercados fue ajustado en 2013 debido a que se establecieron nuevos estándares para su clasificación. Previamente algunas tiendas Jumbo de formato más pequeño (app. 2,500 metros cuadrados) fueron clasificados como Hipermercados. La presentación actual separa las tiendas por formato (Supermercado e Hipermercados) en vez de por marca.

El objetivo de mercado de nuestras tiendas Disco se dirige principalmente a los segmentos de mediano y alto ingreso de la población argentina. Disco tiene un formato orientado al servicio y ofrece una amplia variedad de productos y servicios a nuestros consumidores. Este formato se dirige a consumidores adinerados dispuestos a pagar por productos Premium de mayor, con servicio más personalizado y mayor variedad de productos, con énfasis en el concepto de servicio concepto, Disco ofrece una amplia variedad de servicios, incluyendo opción de compras por internet (Disco Virtual), servicios de revelado de fotos (Disco Foto), una tarjeta de crédito dentro de la tienda (Discocard o Válida), a programa de fidelización (Discollus) y un sistema para consumidores para pagar sus cuentas de servicios básicos en nuestras cajas (Discolago).

También operamos tiendas orientadas al precio más bajo por la marca Super Vea, que apunta principalmente a los segmentos de medianos y bajos ingresos de la población argentina. Super Vea tiendas son principalmente concentradas en Cuyo (San Juan y Mendoza) y Noroeste (Tucumán, Salta, Catamarca y Santiago del Estero) regiones de Argentina y ofrecen servicios de menor nivel de con una mayor proporción de marcas secundarias y marcas propias.

Disco ofrece una amplia tanda de ítems comida y no comido, incluyendo frutas y vegetales frescos, bienes horneados, carnes frescas, productos de limpieza, salud y belleza y otros bienes e ítems de supermercado. Adicionalmente, a los ítems generales de comida y no comida, Super Vea también vende una variedad de productos para el hogar, incluyendo televisiones y refrigeradores, así como productos para el consumo.

### ***Brasil***

En Noviembre 2007, expandimos nuestras operaciones de supermercado a Brasil con la adquisición de la cadena de hipermercados Supermercados y electrónicos GBarbosa, en la región noreste de Brasil, específicamente en los estados de Alagoas, Bahía y Sergipe. GBarbosa puede rastrear sus orígenes a la apertura de su primera tienda en la ciudad de Aracaju en Julio 1955 por su fundador Sr. Gentil Barbosa.

En 2010, seguimos expandiendo nuestras operaciones en Brasil con las adquisiciones de la cadena de supermercados Super Familia y la cadena Perini. Nuestra expansión continuó el 2011, con la adquisición de Cardoso, una cadena de supermercados de tres tiendas en el estado de Bahía. En 2012, adquirimos Prezunic que estimamos es la tercera cadena de supermercados más grande en Rio de Janeiro.

Al 31 de Diciembre, 2014, operamos 219 tiendas en Brasil que tienen 602,194 metros cuadrados de espacio total de ventas. Adicionalmente también operamos 152 localizaciones en numerosos formatos como tiendas Eletro-show, Farmacias, estaciones de bencina y delicatessen bajo nuestras marcas GBarbosa, Bretas y Perini en Brasil. Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, nuestros supermercados en Brasil generaron ingresos de actividades ordinarias de Ch\$2,003,898 millones, representantes del 19.4% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias por este periodo.

La siguiente tabla establece información en porcentajes relacionada a nuestros supermercados en Brasil por los periodos presentados:

	<u>Año Finalizado 31 de Diciembre,</u>		
	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Número de tiendas	219	221	204
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	602,194	596,746	552,764

\* Excluyendo las tiendas Eletro-show y Farmacias que operaban bajo la marca GBarbosa. Ver “—Otras operaciones—Tiendas electrónicas” y “—Otras operaciones—Farmacias.”

*GBarbosa*. Nuestros Supermercados GBarbosa representan nuestra tienda de mayor formato en Brasil. Nuestros supermercados GBarbosa tienen áreas de ventas entre 400 y 8,000 metros cuadrados. GBarbosa Supermercados vende productos como frutas y vegetales frescos, carnes, aves, productos lácteos, alcohol bebidas, textiles, cosméticos y productos de limpieza, Adicionalmente, ítems más gourmet, como productos delicatessen, pescado fresco e insumos de repostería. Nuestros supermercados GBarbosa también ofrecen una amplia variedad de productos que no son comida, como electrónicos, artículos para el hogar y textiles, que representan una parte importante de sus ventas.

*Mercantil Rodrigues.* Al 31 de Diciembre, 2014, también somos dueños y operamos la tienda de abarrotes Mercantil Rodrigues en Brasil. Mercantil Rodrigues ofrece una amplia variedad de ítems de comida, incluyendo frutas y vegetales frescos, bienes horneados, carnes frescas y otra mercadería.

*Super Familia.* El 23 de Marzo, 2010, adquirimos 100% de las acciones pendientes de Super Familia Comercial de Alimentos Ltda., operado por la de cadena de supermercados Super Familia en Brasil, por aproximadamente U.S.\$33.1 millones (aproximadamente Ch\$17,396 millones). Adquirimos cuatro tiendas Super Familia en la ciudad de Fortaleza, con un área de ventas total de 7,000 metros cuadrados, y dos centros de distribución. En 2011, remarcamos las tiendas Super Familia tiendas por la marca GBarbosa.

*Perini.* El 05 de Julio, 2010, adquirimos 100% de las acciones pendientes de Perini Comercial do Alimento Ltda., operado por la cadena Supermercados de cuatro tiendas Perini en la ciudad de Salvado da Bahia en Brasil, por aproximadamente U.S.\$27.7 millones (aproximadamente Ch\$14,899 millones). Perini es una marca reconocida en Brasil con 47 Años en el mercado que apunta a segmentos del retail altos y complementa nuestra cartera de negocio en Brasil. Adicionalmente, a las cuatro tiendas Perini en la ciudad de Salvado da Bahia, también adquirimos cuatro puntos adicionales de ventas dentro Centros Comerciales, con un área de ventas total de 4,900 metros cuadrados, y dos centros de distribución. En 2012, abrimos una nueva tienda Perini en la ciudad de Recife dentro del centro comercial Rimar y cerramos un centro de distribución. Actualmente operamos cinco tiendas servidas por un solo centro de distribución.

*Bretas.* El 31 de Octubre, 2010, adquirimos 100% de las acciones pendientes de Irmaos Bretas Filhos e Cía. Ltda., operador de una cadena de 63 tiendas de Supermercados Bretas en el estado de Minas Gerais en Brasil, por aproximadamente U.S.\$705 millones (aproximadamente Ch\$336,630 millones). Bretas es una reconocida marca en Brasil con 56 Años en la industria de supermercados. Adicionalmente, a las 63 tiendas Bretas, también adquirimos 10 estaciones de gas adicionales, y dos centros de distribución.

*Cardoso.* En Octubre 2011, adquirimos Cardoso, a una cadena de supermercados de tres tiendas en el estado de Bahia, con ventas netas anuales de aproximadamente R\$60 millones (U.S.\$35.9 millones) en 2011. Acordamos pagar el precio de compra de R\$18 millones (aproximadamente U.S.\$11.3 millones o Ch\$5,429 millones) en tres pagos, 60% al cierre de la transacción, 20% en el aniversario de seis mes desde la fecha de cierre y el 20% restante en el primer Año desde la fecha de cierre. Hemos convertido las tiendas adquiridas en formato tiendas GBarbosa y ahora son operados bajo nuestra marca.

*Prezunic.* El 02 de Enero, 2012, en cumplimiento del contrato de compra de acciones ejecutado el 16 de Noviembre, 2011, Cencosud Brasil adquirió el 100% del capital social de Prezunic de la familia Dias Da Cunha. Estimamos que Prezunic es la tercera cadena de supermercados más grande en Río de Janeiro con 31 tiendas y ventas netas de aproximadamente R\$2.2 billones en 2011. El precio de compra agregado de la operación fue R\$875 millones (o aproximadamente Ch\$242,690 millones), a pagar de la siguiente forma : R\$580 millones a la fecha de cierre de la transacción (02 de Enero, 2012), de los que se redujeron R\$190 millones como ajustes de capital de trabajo, con el balance a ser pagado así: R\$80 millones, R\$85 millones, R\$80 millones y R\$50 millones , en el primer, segundo, tercero y cuarto aniversario de la fecha de cierre, respectivamente. En cumplimiento del contrato de compra de acciones, se entregó también a Cencosud Brasil un derecho preferencial de terceros propietarios de tierra para adquirir o arrendar dos propiedades de supermercados que no fueran propiedad de Prezunic al tiempo de la transacción, pero fueron arrendadas. De acuerdo a los términos de este contrato, Cencosud S.A. hace de garante de Cencosud Brasil.

## **Perú**

El 31 de Enero, 2008, adquirimos 100% de las acciones de GSW S.A., operando bajo el nombre de marca Wong en Perú, por aproximadamente U.S.\$467 millones (aproximadamente Ch\$217,295 millones). Al 31 de Diciembre, 2014, operamos 87 Wong y Metro Hipermercados y Supermercados en Perú que hacían 261,700 metros cuadrados de espacio de ventas de retail totales. Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, nuestras tiendas en Perú generaron ingresos de actividades ordinarias de Ch\$745,470 millones, representando un 7.2% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias para este periodo.

La siguiente tabla establece información en porcentajes relacionada a nuestros Supermercados e Hipermercados Wong y Metro en Perú por los periodos presentados:

	<u>Año Finalizado 31 de Diciembre,</u>		
	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Número de tiendas	87	87	86
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	261,700	259,360	258,762

*Hipermercados.* Al 31 de Diciembre, 2014 operamos 73 Hipermercados principalmente bajo nuestra marca Metro Perú, que tenía un promedio de áreas de ventas de 2,962 metros cuadrados. Las tiendas Metro tienen una línea completa de productos y marcas, con puntos de variedad de precios. El enfoque del mercado de nuestras tiendas Metro son principalmente los segmentos de medianos y bajos ingresos de la población peruana.

*Supermercados.* Al 31 de Diciembre, 2014 operamos 14 Supermercados en Perú principalmente bajo nuestra Wong, que tienen un área de ventas promedio de 2,310 metros cuadrados. Nuestras tiendas Wong llevan un complete línea de productos y marcas, con una variedad de precios. Adicionalmente, algunas tiendas Wong contienen facilidades de retail separadas operadas por terceros. El enfoque del mercado de nuestras tiendas Wong son principalmente los segmentos de medianos y altos ingresos de la población peruana.

### **Colombia**

El 30 de Noviembre, 2012, completamos la adquisición de las operaciones de los supermercados Carrefour en Colombia, por un precio total de compra igual a €2 billones. Carrefour previamente era operado bajo la marca “Carrefour” y “Maxi” en Colombia, incluyendo 72 tiendas de hipermercados, 16 minimarkets, y cuatro tiendas de estaciones de bencina. Ver “Ítem 4. Información de la Compañía—A. Historia y Desarrollo de la Compañía—Historia.”

La siguiente tabla establece información en porcentajes relacionada a nuestros supermercados e Hipermercados en Colombia por los periodos presentados:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Número de tiendas	100	100	96
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	425,196	425,908	416,699

Al 31 de Diciembre, 2014 los Hipermercados que operamos en Colombia tenían un espacio de ventas promedio de 4,252 metros cuadrados. Estas tiendas llevan una gran variedad de bienes a diversos. Cencosud complete el remarcado de estos Supermercados en el tercer cuarto de 2013, trayendo al mercado colombiano sus marcas Jumbo y Metro. Así como en otros países en que operamos, Hipermercados Jumbo apuntan principalmente a los segmentos de altos y medianos ingresos de la población ofreciendo un amplia variedad de productos importados de altos estándares de calidad, sus bienes perecibles y servicio. Así como en Perú el enfoque de nuestros Hipermercados Metro son segmentos de la población de medianos y bajos ingresos y tiene una perspectiva de acercamiento más promocional ofreciendo una combinación de precios competitivos a través de actividades promocionales específicas y niveles de servicio más bajos que los relativos a Jumbo intentando mantener ofertas de productos de alta calidad disponibles a esos precios.

*Hipermercados.* Así como en Chile y Argentina, el enfoque de mercado de nuestros Hipermercados Jumbo en Colombia es principalmente a los segmentos de la población de medianos y altos de ingresos. Nuestros Hipermercados Jumbo generalmente abren 14 a 15 horas por día, dependiendo de su ubicación, y tienen horas de cierre flexibles para acomodar los requerimientos de la comunidad local. Tras la adquisición de las operaciones de supermercado Carrefour en Colombia Cencosud escoge ubicaciones dirigidas a consumidores que compran bajo la marca Jumbo. Cencosud se dirige a realizar mejores prácticas de sus operaciones en Chile y Argentina a Colombia, enfocándose en la comida particularmente en bienes perecibles en conjunción a su enfoque en servicio al consumidor colombiano. Las ubicaciones de nuestros Jumbo son usualmente situadas en áreas del país que apoyen la necesidad de tiendas enfocadas a medianos y altos ingresos y adapte su variedad de productos a las necesidades cada comunidad.

Adicionalmente, a las operaciones de nuestros Hipermercados Jumbo en Colombia, Cencosud también opera Hipermercados bajo la marca Metro. Estos Hipermercados tienen un mayor foco en segmentos de la población de medianos y bajos ingresos. Estas tiendas usualmente 14 a 15 horas por día, dependiendo de su ubicación, y tienen horas de cierre flexibles para acomodar los requerimientos de la comunidad local. A diferencia de los Hipermercados Jumbo, Metro se enfoca mayormente en estrategias promocionales para sus clientes y apunta precios bajos sin dejar de lado la calidad.

El espacio total de ventas por nuestros Hipermercados en Colombia es 425,196 metros cuadrados.

*Supermercado.* Nuestros supermercados en Colombia operan bajo la marca Metro Express. Estos apuntan a los consumidores a con locaciones que apuntan a compras de una parada. Al 31 de Diciembre, 2014, Cencosud opera 21 tiendas bajo esta marca con un espacio total de ventas de 4,065 metros cuadrados. Estos Supermercados ofrecen una variedad limitada de productos debido al tamaño de las instalaciones.

## **Tiendas de Mejoramiento del Hogar**

### **General**

En 1993 abrimos nuestra primera tienda Easy de segmento mejoramiento del hogar en Chile y, desde 2002, hemos expandido rápidamente nuestras operaciones en mejoramiento del hogar. Al 31 de Diciembre, 2014, operamos 93 Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Argentina, Chile y Colombia dedicadas a Mejoramiento del Hogar, hobbies y construcción. Creemos que somos el segundo operador más grande de tiendas de mejoramiento del hogar en Chile y el más grande en Argentina en términos de espacio de

ventas, en vista de comparaciones contra información de Archivos Públicos de nuestros competidores principales al 31 de Diciembre, 2014, y por información entregadas en el reporte de Planet Retail, compañía de investigaciones. En Octubre 2008, abrimos nuestra primera tienda de mejoramiento del hogar en Colombia, donde operamos diez tiendas y 82,320 metros cuadrados de espacio de ventas Al 31 de Diciembre, 2014. Para el año finalizado al 31 de Diciembre, 2014, nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar generaron ingresos de actividades ordinarias, Ganancias Brutas y EBITDA Ajustado de Ch\$1,225,616 millones, Ch\$425,275 millones y Ch\$119,148 millones, respectivamente.

Nuestras operaciones en mejoramiento del hogar se han expandido por un crecimiento orgánico y varias adquisiciones durante los últimos tres años. La siguiente tabla establece porcentajes, por los periodos indicados, información respecto la expansión de nuestras operaciones en mejoramiento del hogar:

	<u>Año Finalizado 31 de Diciembre,</u>		
	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Número de tiendas	93	89	82
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	779,606	757,074	705,933

La siguiente tabla establece porcentajes por los periodos indicados, los ingresos de actividades ordinarias de nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar por país:

	<u>Año Finalizado 31 de Diciembre,</u>		
	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>
	<u>(en millones dicho\$)</u>		
<b>Ingresos de actividades ordinarias</b>			
Chile	465,520	448,703	400,375
Argentina	692,925	682,010	619,985
Colombia	67,171	46,177	42,727
Total	<u>1,225,616</u>	<u>1,176,890</u>	<u>1,063,086</u>

### *Chile*

En Chile, operamos nuestro negocio de tiendas de mejoramiento del hogar a través de 33 Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy. Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012, Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Chile generaron ingresos de actividades ordinarias de Ch\$465,520, Ch\$ 448,703 millones y Ch\$ 400,375 millones, respectivamente, representando un 4.3%, 4.4% y 4.4% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias durante estos periodos.

La siguiente tabla establece información en porcentajes relacionada a Nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Chile por los periodos presentados:

	<u>Año Finalizado 31 de Diciembre,</u>		
	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>
Número de tiendas	33	32	31
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	313,500	307,853	299,806

Nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy son orientadas a tres grupos de consumidores: construcción profesional contratistas y Mejoramiento del Hogar profesional, personas interesadas en proyectos “hágalo usted mismo” y entusiastas por hobbies. Cada tienda es diseñada para entregar a nuestros consumidores una experiencia de compra de una parada para satisfacer sus necesidades para el Mejoramiento del Hogar. Nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy ofrecen una amplia variedad de ítems para el mejoramiento del Hogar, incluyendo herramientas, materiales de construcción y plomería, productos eléctricos, bienes de deportes, suministros de jardinería y otros bienes para el hogar. Como complemento a nuestros productos y servicio mejorado, cada una de nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy también entrega de manera gratis o por un cargo nominal, consejos técnicos, entrega al hogar, recomendaciones de contratistas o constructores, y cortado de madera y fierro. Adicionalmente, Easy permite a los consumidores devolver productos no usados por cualquier razón por un determinado periodo de tiempo.

Easy ha centralizado su modelo de compras con un enfoque demográfico. Pero, cada tienda puede generar sus propias compras suplementarias. El precio y los términos comerciales son determinados por diferentes gerentes de negocios a cargo de la negociación de proveedores principales. El mix de productos es determinado basándose en las necesidades particulares de la comunidad a la que la tienda sirve. Cada año se firma un contrato comercial con cada uno de nuestros proveedores. Estos contratos comerciales son estándares para todos los proveedores y cubrir los términos en que los bienes son comprados por Easy incluyendo volumen,

descuentos, gastos de marketing provenientes del proveedor, tarifas cargadas por el uso de espacio en la tienda, gastos de logística, y espacio en tiendas nuevas. Al 31 de Diciembre, 2014, nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Chile tienen un promedio área de ventas de entre 3,266 metros cuadrados y 14,469 metros cuadrados, con un promedio de 9,500 metros cuadrados de área de venta. Cada una de nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy tienen espacio para estacionamientos fácilmente accesible y muchas se encuentran ubicadas dentro de nuestros Centros Comerciales. Nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy ofrecen una variedad de productos, incluyendo (i) materiales para piso, pinturas, baños y cocina; (ii) materiales para el hogar, muebles, jardín y hobby; (iii) materiales eléctricos y de plomería; (iv) materiales de construcción; y (v) productos de agricultura.

### **Argentina**

En Argentina, operamos nuestro negocio de tiendas de mejoramiento del hogar a través a través de 50 tiendas Easy y Blaisten, que tienen 383,786 metros cuadrados de espacio total de ventas Al 31 de Diciembre, 2014. Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar en Argentina generaron ingresos de actividades ordinarias de Ch\$ 692,925 millones, representando un 6.5% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias durante este periodo.

La siguiente tabla establece información en porcentajes relacionada a Nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Argentina por los periodos presentados:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Número de tiendas	50	48	47
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	383,786	373,490 <sup>(1)</sup>	369,067

(1) Metodología para el cálculo de espacio de ventas fue modificada en 2013 para excluir pasillos y espacio de cajas.

Nuestro negocio de mejoramiento del Hogar en Argentina se ha expandido rápidamente en los últimos años, principalmente a través de adquisición de cuatro ex tiendas Home Depot en 2002 y nueve tiendas Blaisten en 2008. Nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar se ubican en 14 provincias de Argentina e incluyen 11 tiendas en el distrito federal de Buenos Aires y 23 en la provincia de Buenos Aires. Al 31 de Diciembre, 2014, nuestras tiendas Easy y Blaisten en Argentina tienen un promedio de 7,676 metros cuadrados de espacio de ventas. Cada una de nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Argentina tiene fácil acceso a espacios de estacionamiento de vehículos y muchas se encuentran en nuestros Centros Comerciales.

Nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Argentina ofrecen una variedad de productos, incluyendo (i) materiales para piso, pinturas, baños y cocina; (ii) materiales para el hogar, muebles, jardín y hobby; (iii) materiales eléctricos y de plomería; (iv) materiales de construcción; y (v) productos de agricultura.

### **Colombia**

En Mayo 2007, celebramos un joint venture con Casino para desarrollar un negocio de tiendas de mejoramiento del hogar en Colombia, y subsecuentemente adquirimos 100% de la propiedad de joint venture. En Octubre 2008, abrimos nuestra primera Tienda Easy de mejoramiento del hogar en Bogotá, y al 31 de Diciembre, 2014 operamos diez Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy. Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, Nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Colombia generaron ganancias de actividades ordinarias de Ch\$67,171 millones, representando un 0.6% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias por este periodo. Nueve de Nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy se ubican en Bogotá y una en la ciudad de Medellín.

La siguiente tabla establece información en porcentajes relacionada a nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Colombia por los periodos presentados:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Número de tiendas	10	9	4
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	82,320	75,733	37,060

Nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Colombia tienen áreas de ventas entre 8,168 metros cuadrados y 9,895 metros cuadrados, con un área de ventas promedio de 8,232 metros cuadrados. Cada una de nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy tiene fácil acceso a estacionamientos para automóviles.

Nuestras Tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy en Colombia ofrecen una variedad de productos, incluyendo (i) materiales para piso, pinturas, baños y cocina; (ii) materiales para el hogar, muebles, jardín y hobby; (iii) materiales eléctricos y de plomería; (iv) materiales de construcción; y (v) productos de agricultura.

## Grandes Almacenes

Entramos al negocio de los grandes almacenes en Marzo 2005 a través de la adquisición de Empresas Almacenes París S.A., uno de los Grandes Almacenes líderes en Chile en términos de ventas y número de tiendas. La principal actividad de París es la venta de retail de productos de vestuario (incluyendo ropa para mujeres, hombres y niños, zapatos y accesorios) que representa aproximadamente 55% de las ventas de París, así como bienes para el hogar, electrónicos y productos de tecnología que representan el otro 45% de ventas de París al 31 de Diciembre, 2014. Al 31 de Diciembre, 2014, estimamos que éramos el segundo más grande gran almacén operado en Chile, en términos de ventas. De acuerdo a comparaciones contra información de Archivos Públicos de nuestros competidores principales Al 31 de Diciembre, 2014, también creemos que tenemos el más grande espacio de ventas por Grandes Almacenes en Chile.

Al 31 de Diciembre, 2014, operamos 79 Grandes Almacenes en Chile, que tienen 375,586 metros cuadrados del espacio total de ventas. En Perú, las operaciones de nuestras tiendas París comprenden 9 tiendas con 45,232 metros cuadrados de espacio de ventas. Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012, nuestros Grandes Almacenes generaron ingresos de actividades ordinarias de Ch\$ 991,442 millones, Ch\$ 970,360 millones, y Ch\$886,075 millones, respectivamente, representando 9.3%, 9.4% y 9.7% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias por estos periodos.

La siguiente tabla establece información en porcentajes relacionada a nuestros grandes Almacenes en Chile por los periodos presentados:

	Año Finalizado 31 de Diciembre,		
	2014	2013	2012
Número de tiendas	79	77	78
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	375,586	371,891	377,191

### Chile

Nuestros Grandes Almacenes París tienen en Chile áreas de ventas entre 2,568 metros cuadrados y 11,872 metros cuadrados, con un promedio de áreas de ventas de 6,704 metros cuadrados. En nuestro formato Johnson en Chile, tenemos áreas de ventas entre 454 metros cuadrados y 5,718 metros cuadrados, con un promedio de áreas de ventas de 2,967 metros cuadrados.

Nuestros Grandes Almacenes París tienen una variedad de productos, incluyendo (i) vestuario, (ii) accesorios y cosméticos, (iii) decoración del hogar, (iv) artículos electrónicos y para el hogar, (v) bienes deportivos, y (vi) zapatos. Nuestros Grandes Almacenes París actualmente tienen productos de marcas propias bajo las marcas Opposite, alaniz, Tribu, Attimo, Rainforest, Greenfield, Suburbia, Muv, Fes, Yoko y Aussie, entre otros.

### Perú

La siguiente tabla establece información en porcentajes relacionada a nuestros grandes Almacenes en Perú por los periodos presentados:

	Año Finalizado 31 de Diciembre,		
	2014	2013	2012
Número de tiendas	9	6	—
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	45,232	32,208	—

Las operaciones de nuestros Grandes Almacenes París en Perú se lanzaron en 2013 y tienen áreas de ventas entre de 3,543 metros cuadrados y 7,970 metros cuadrados, con un promedio área de ventas de 5,026 metros cuadrados.

## Centros Comerciales

### General

Somos a un operador de Centros Comerciales en Latinoamérica con operaciones en Chile, Argentina, Perú y Colombia. Somos el operador más grande de Centros Comerciales en Argentina y el segundo en Chile en términos de área por arriendo total, en base a comparaciones con información pública de nuestros competidores principales. Teníamos un área arrendable total de 800,272 metros

cuadrados al 31 de Diciembre, 2014. Somos dueños y operadores de 25 Centros Comerciales en Chile, 22 en Argentina y cuatro en Perú, adicionalmente, tenemos la mayoría de las acciones en dos Centros Comerciales en Colombia.

Entonces operamos en los siguientes formatos el negocio de Centros Comerciales:

- **Mega Centro (1):** Centros Comerciales de sobre 100,000 metros cuadrados de área arrendable bruta, o GLA, conteniendo espacio de uso mixto, tiendas, tiendas satélite, centros médicos, oficinas y hoteles.
- **Regional (3):** Centros Comerciales de hasta 100,000 metros cuadrados de GLA con impacto en múltiple áreas geográficas, anclajes, satélites y centros médicos.
- **Barrio (20):** Centro comerciales de hasta 70,000 metros cuadrados de GLA con áreas de influencia en las comunidades de alrededor, con anclajes, satélites y en algunos casos centros médicos.
- **Fábrica (3):** Centros Comerciales por marcas de descuentos.
- **Centros de Poder (17):** Centers de hasta 35,000 metros cuadrados de GLA incluyendo tiendas de un ancho máximo y un pequeño número de tiendas satélite locales.
- **Sri Centers (2):** Centers de hasta 10,000 metros cuadrados de GLA con tiendas de un ancho máximo de hasta 5,000 metros cuadrados, más tiendas satélites adicionales.

En Chile y Argentina, casi todos nuestros Centros Comerciales formatos albergan un Hipermercado Jumbo, una Tienda Easy de mejoramiento del hogar, y en Chile y Perú albergan grandes almacenes París junto a otros negocios de terceros. Cencosud atrae mayor tráfico al satisfacer las necesidades de los consumidores de mejor manera y mejorando de forma general la experiencia de compra.

La siguiente tabla establece por los periodos indicados los Ingresos de actividades ordinarias de nuestros Centros Comerciales por país:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
	(en millones dicho\$)		
<b>Ingresos de actividades ordinarias</b>			
Chile	120,734	112,838	93,091
Argentina	66,589	69,297	65,468
Perú	17,438	14,555	12,726
Colombia	10,089	8,642	819
Total	<u>214,850</u>	<u>205,332</u>	<u>172,104</u>

### ***Chile***

En Chile, Cencosud es el segundo más grande operador de mall, y es dueño y opera 25 Centros Comerciales con una ocupación de 98% y con más de 1 millones de metros cuadrados en total GLA, de acuerdo los formatos de Mega Center, Regional, Barrio, Strip Centers y Centros de Poder.

Los centros Comerciales se encuentran a lo largo de Chile, existiendo nueve Centros Comerciales en Santiago y otros 16 en regiones. Durante 2012 abrimos el Costanera Center, el primer Mega Centro de usos mixtos en Chile y uno de los centros comerciales más grandes y exitosos. El proyecto también comprende cuatro torres de oficinas y un hotel. El mall en sí mismo corresponde a seis tiendas dirigidas a segmentos de alto nivel por categorías, que marca otro paso respecto a la innovación de Cencosud en la industria. Los centros Comerciales promueven un área de marketing de 152,667 metros cuadrados y sobre 300 tiendas.

Adicionalmente Cencosud opera un mega centro en Santiago, ocho Centros Comerciales regionales, quince Centros Comerciales de barrio en Santiago y el resto del país bajo la marca Portal (por ejemplo La Dehesa, La Florida, Ñuñoa y La Reina, Bellotto, Rancagua, Talcahuano, Temuco, Osorno) y un Centro de Poder.

La siguiente tabla nuestra cierta información respecto a los centros Comerciales de los que somos dueños en Chile para el año finalizado 31 de Diciembre, 2014.

<u>Chile</u>	<u>Número de Malls</u>	<u>GLA Total</u>	<u>GLA Tercero</u>	<u>GLA Parte Relacionada</u>
			(metros cuadrados)	
Mega Centro	1	152,667	115,740	36,927
Regional	8	471,603	221,501	250,102
Barrio	15	360,871	21,253	339,618
Centro de Poder	1	117,920	74,559	43,362
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>1,103,061</b>	<b>433,053</b>	<b>670,008</b>

### *Argentina*

Cencosud es el primer operador de Centros Comercial en Argentina, con una porción de mercado estimada de 36%, y un GLA de sobre 700,000 metros cuadrados en el país, con 22 Centros Comerciales con ocupación de 97%.

En Argentina, Cencosud posee y opera cinco formato diferentes: regional, barrio, fábrica, centro de poder y strip center.

Unicenter, ubicado en Buenos Aires, es el centro comercial principal del país. Cencosud también opera 6 Centros Comerciales de barrio bajo la marca Portal, 1 fábrica, 3 centros de poder y 11 strip centers.

Estrategias de marketing y publicidad, junto a la creación de un mix operacional atractivo y eficiente nos ha posicionado en la punta del reconocimiento de marca, como lo evidencian los rankings compilados de varias revistas de la industria.

Cada uno de nuestros Centros Comerciales en Argentina tiene un Hipermercados Jumbo o a Disco o Super Vea supermercado, y todos, salvo Unicenter, tienen una Tienda Easy de mejoramiento del hogar. Apreciamos un Centro Comerciales de “anclaje” alrededor de tiendas Jumbo y Easys y promovemos el flujo de consumidores a estas destinaciones incluyendo otras informaciones que complementen los servicios y mercadería ofrecidos por Jumbo y Tienda Easys. Desde 2002, hemos trabajado activamente para promover estos flujos con el lanzamiento de nuestros Centros de Entretenimiento Aventura. A diferencia de otros Centros Comerciales chilenos, los Centros Comerciales en Argentina normalmente no tienen anchos informativos.

La siguiente tabla presenta información respecto los centros Comerciales de los que somos dueños en Argentina al 31 de Diciembre, 2014.

<u>Argentina</u>	<u>Número de Malls</u>	<u>GLA Total</u>	<u>GLA Terceros</u>	<u>GLA Partes Relacionadas</u>
			(metros cuadrados)	
Regional	1	98,374	74,632	23,741
Barrio	6	102,888	15,748	87,140
Fábrica	1	5,229	492	4,737
Centro de poder	3	117,632	37,073	80,559
Strip Center	11	422,616	153,569	269,047
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>746,739</b>	<b>281,515</b>	<b>465,225</b>

### *Perú*

En Perú, Cencosud posee y opera tres malls, con a GLA de 123,144 metros cuadrados, un Centro Comérciale regional llamado Plaza Lima Sur ubicado en Lima, a mall de barrio en la ciudad de Arequipa, llamado Arequipa Center y dos Strip Centers en Lima.

La siguiente tabla presenta información respecto los centros Comerciales de los que somos dueños Perú al 31 de Diciembre, 2014:

<u>Perú</u>	<u>Número de Malls</u>	<u>GLA Total</u>	<u>GLA Terceros</u>	<u>GLA Partes Relacionadas</u>
			(metros cuadrados)	
Regional	1	75,897	43,634	32,263
Barrio	1	30,280	17,075	13,204
Strip Center	2	16,968	10,481	6,486
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>123,144</b>	<b>71,191</b>	<b>51,953</b>

## Colombia

En Colombia, Cencosud tiene la mayoría de las acciones de dos Centros Comerciales, El Limonar Centro Comercial en la ciudad de Cali con 154 tiendas y Centro Comercial Santa Ana con 54 tiendas en la ciudad de Bogotá, que tienen como total 34,094 metros cuadrados de GLA.

<u>Colombia</u>	<u>Número de Malls</u>	<u>GLA Total</u>	<u>GLA Terceros</u>	<u>GLA Partes Relacionadas</u>
		(metros cuadrados)		
Local	2	34,094	14,514	19,580
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>34,094</b>	<b>14,514</b>	<b>19,580</b>

## Servicios Financieros

### General

Nuestra división de servicios financieros fue establecida en 2003 cuando lanzamos nuestra tarjeta de crédito “Jumbo Más”. Con la adquisición de París en 2005, obtuvimos las cuentas asociadas a las tarjetas de crédito de nuestro predecesor por lo que expandimos significativamente nuestro negocio de tarjetas de crédito. Desplegamos una sola marca de Cencosud por nuestras tarjetas de crédito a través de nuestras operaciones en Sudamérica, que nos permitirán tener ventaja con a la marca “Cencosud” así como para lograr mayores eficiencias operacionales, y nos permitirán consolidar bajo una base de información con toda la información relevante de nuestros consumidores. A través de esta estrategia esperamos lograr una mayor penetración de nuestro negocio de tarjetas de crédito mientras alentamos a los consumidores a usar nuestras tarjetas de crédito en vez de las tarjetas de terceros, como Visa o MasterCard. En Chile, durante el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, 43.0% del total de ventas en Grandes Almacenes, 13.2% en Supermercados y 20.5% en Tiendas de Mejoramiento del Hogar, fueron pagados con una de nuestras tarjetas de crédito. Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos sobre 6 millones de cuentas activas de tarjetas de crédito. Nuestras operaciones de servicios financieros también incluyen joint ventures en Brasil y Colombia y una corredora de seguros en Chile.

La siguiente tabla establece por los periodos indicados, los ingresos de actividades ordinarias de nuestras operaciones de servicios financieros por país, al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Año Finalizado 31 de Diciembre,</u>		
	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>
	(en millones dicho\$)		
<b>Ingresos de actividades ordinarias (operaciones continuadas)</b>			
Chile	330	0	0
Argentina	62,596	44,740	41,238
Brasil <sup>(1)</sup>	3,843	3,983	3,676
Perú	42,814	25,347	13,115
Colombia <sup>(2)</sup>	8,095	7,581	425
Total	<u>117,679</u>	<u>81,651</u>	<u>58,453</u>

<sup>(1)</sup> Joint venture con Banco Bradesco

<sup>(2)</sup> Joint Venture con Colpatría

### Riesgo de Crédito del negocio de tarjetas de crédito.

Dada la relativa importancia de nuestra exposición por el negocio de tarjetas de crédito, Cencosud enfocó su administración de riesgo crediticio hacia desarrollar modelos para sus propias tarjetas de crédito así como para el negocio bancario que sean consistentes con las líneas estratégicas de la Compañía y los perfiles de sus transacciones de crédito. El modelo considera la naturaleza a gran escala y fragmentada de la cartera del tenedor y se estructura en término de la selección del tenedor de tarjeta, la administración de la cartera y el recupero del pago de titulares de tarjetas no pagas.

### Definición del Negocio.

El negocio de los Servicios Financieros se define como uno más de los elementos de valor que Cencosud ofrece, que complementa la oferta de productos y servicios que la Compañía entrega a través de cada unidad de negocios de retail y apunta a la construcción de relaciones a largo plazo con nuestros consumidores. El porcentaje más grande del negocio financiero de retail corresponde a la Tarjeta de crédito Cencosud en Chile, que ha operado por más de 20 Años. Para el continuo desarrollo de este negocio la Compañía celebró el Acuerdo Marco Joint Venture. En otros mercados la Compañía ya había establecido un joint ventures para complementar su oferta a los consumidores, en Brasil con Banco Bradesco, y en Colombia con Banco Colpatría. Comparado a Chile,

la penetración de la tarjeta en el mercado en menos pronunciada en otros países, como Perú donde está disponible desde hace tres años y por un año bajo el mismo nombre de Banco Cencosud Perú.

### *Modelo de Riesgo*

Fundamentos:

El Modelo de Administración de Riesgos está muy relacionado con la naturaleza a gran escala y fragmentada del tenedor de la tarjeta con un gran volumen de titulares de tarjetas (más de 6,000,000 en la región).

En este contexto, el desafío recae en manejar la cartera de tenedores y sus mencionados riesgos, construyendo relaciones a largo plazo con los titulares de tarjetas y haciendo proposiciones de valor y un negocio de retail sustentable a lo largo del tiempo. El manejo de riesgos se estructura para asegurar:

- Selección óptima de tenedores de tarjetas.
- Administración óptima de la cartera, que involucre la activación, empoderamiento, retención, reducción y contención de la cartera de tenedores de tarjetas.
- Administración de recolección óptima de titulares de tarjetas impagas, maximización del recupero con altos estándares de calidad y servicio, sin afectar la relación con los consumidores de Cencosud.

Esfuerzos de administración son ampliamente enfocados a incluir a todos los consumidores, enfocar prospectos de consumidores objetivos del mercado, incluyendo a aquello con o sin compras de retail, con o sin movimientos de tarjeta de crédito y con o sin pagos no cumplidos.

#### a. Administración de Factores de Riesgo Claves

La naturaleza a gran escala y fragmentada de nuestro negocio determina la administración de cartera, en la que los factores de riesgos claves son los siguientes:

- Automatización y centralización del proceso de toma de decisiones.
- Segmentación de clientes.
- Administración de información y proyecciones de ganancias.
- Administración de recolecciones.
- Modelo de control a gran escala y selectivo por crédito y circuito de recolección.
- Modelos de provisión para cubrir riesgos de la cartera en línea con los estándares Basel II.

Automatización y centralización del proceso de toma de decisiones: las decisiones de crédito y recolección son a gran escala y automatizada y sólo en casos específicos son analizadas por personal muy especializado. La Compañía tiene sistemas de clase mundial para administración de riesgos y recolección, incluyendo Capstone Decision Accelerato (CDA), TRIAD, Model Builder (de Fair Isaac Sociedad - FICO) y Cyber Financial (de Inffinix), entre otros.

Segmentación de clientes: los procesos son segmentados, diferenciados por tácticas de estrategia y acciones a favor del perfil de riesgo, nivel de actividad y probabilidad de ocurrencia, entre otros.

Administración de información y proyecciones de ganancias: la Compañía administra información comprensiva y modelos estadísticos en todos los negocios relevantes y variables de clientes, lo que permite hacer pronósticos de decisiones oportunos.

Administración de recolecciones: la Compañía tienen un solo modelo de recolección por tarjetas de retail, que usa un modelo de recolección y recupero de deudas través de administración de calidad de los deudores.

Modelo de control a gran escala y selectivo por crédito y circuito de recolección: la Compañía controla a gran escala todas las fases del proceso de crédito y recolección, desde sus procesos centralizados a su punto de venta y proceso de recolección.

Modelos de provisión para cubrir riesgos de la cartera en línea con los estándares Basel II: la Compañía tiene diferentes modelos de provisiones que se adhieren a regulaciones locales en cada país así como los estándares de Basel II, para un reflejo más adecuado de los riesgos del tenedor. Variables externas que afecten el comportamiento de pago son también incluidas en modelos estadísticos por provisiones estimativas. La Compañía ha progresado en cada país implementando provisiones anti-cíclicas basadas en las mejores

prácticas de la industria, iniciando con Chile y Perú y, en 2012, Argentina. También utiliza pruebas periódicas para monitorear la suficiencia de las provisiones establecidas.

Por último, la Compañía tiene una estrategia de gobierno corporativo que incluya, entre otros, Comités de Riesgos locales para cada país y a un Comité de Riesgos Corporativos en que directores y ejecutivos senior participen. Estos comités tienen los siguientes objetivos, entre otros:

- Monitorear los principales indicadores de riesgos del negocio.
- Monitorear el correcto funcionamiento de políticas y créditos y crédito y procesos de recolección.
- Autorizar la entrada a nuevos mercados y/o nuevos productos con riesgos de impacto.
- Autorizar los modelos de provisiones y monitorear suficientemente.

### **Chile**

#### *Tarjetas de crédito*

Hemos presentado el negocio de tarjetas de crédito en Chile a través de emisión de nuestra Tarjeta de crédito Cencosud de marca propia, que tiene una fuerte presencia en nuestras tiendas y puede ser usada en una variedad de negocios afiliados y al ofrecerlas como Visa y Mastercard. Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos aproximadamente 2,069 millones de cuentas activas de tarjetas de crédito en Chile. Por nuestra tarjeta Cencosud, aumentó el poder de compra de nuestros clientes de medianos y bajos ingresos, quienes generalmente no tienen ofertas de crédito suficientes con otras instituciones, y generalmente no son capaces de soportar los costos fijos cargados por otras tarjetas de créditos.

Adicionalmente, un aumento en las ventas y tráfico en nuestras en nuestras tiendas, también apreciamos un retorno financiero por la facilitación de acceso a crédito por segmentos previamente no servidos de la población. Nos dirigimos a todos los consumidores de nuestras tiendas así como en consumidores en negocios afiliados. Muchos de nuestros consumidores de nuestra tarjeta de crédito también tienen acceso a avances de efectivo al que pueden acceder en tiendas Jumbo, Santa Isabel, Paris, Easy y Turbus o de cajeros automáticos del Banco Santander, permitiendo retirar efectivo desde muchos puntos de Chile.

Nuestras tarjetas de crédito Cencosud ofrecen una sola tarjeta de crédito con características que incluyen pagos mensuales con cargo mínimo, crédito y préstamos. Adicionalmente, al usar nuestra Tarjeta de crédito Cencosud, los consumidores también reciben beneficios adicionales como descuentos y acumulación de puntos, que pueden ser usados en nuestro programa de fidelización y pueden luego utilizarlos para realizar compras en nuestras tiendas. Titulares de tarjetas son cargados con gastos administrativos, y cargos de intereses según la extensión individual del crédito. La tasa mensual de interés promedio carga a los titulares de tarjetas al 31 de Diciembre, 2014, 2013 y, 2012 fue 2.90%, 3.35% y 3.27% respectivamente. Ajustamos la tasa de interés de nuestras tarjetas de crédito regularmente en respuesta los costos de financiación y tasas estándares de la industria. Los cargos de la tasa de interés cargados a titulares de tarjetas son flotantes.

La siguiente tabla establece ventas de tarjetas de crédito por Jumbo, Santa Isabel, Easy y París en Chile y el porcentaje que estas ventas representan del total de ventas de la tienda por los periodos presentados:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>					
	<b>2014</b>		<b>2013</b>		<b>2012</b>	
	<b>Ventas</b>	<b>%</b>	<b>Ventas</b>	<b>%</b>	<b>Ventas</b>	<b>%</b>
	<b>(en millones dicho\$)<sup>(1)</sup></b>					
Jumbo	293,222	17.5%	276,449	17.6%	264,586	18.58%
Santa Isabel	69,978	6.2%	74,470	6.8%	83,146	8.04%
Easy	115,262	20.7%	109,803	20.5%	95,517	19.95%
Paris	400,536	43.6%	426,533	46.0%	430,019	49.42%
Johnson	47,948	26.8%	46,384	26.9%	0	0
Total <sup>(2)</sup>	<u>926,946</u>	<u>21.2%</u>	<u>933,639</u>	<u>21.7%</u>	<u>873,269</u>	<u>22.94%</u>

(1) Porcentajes de excepción.

(2) Incluye valores de impuestos agregados.

La siguiente tabla establece información respecto a nuestras tarjetas de crédito por cobrar en Chile:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
	(en millones dicho\$) <sup>(1)</sup>		
<b>Estado de Cartera</b>			
Desempeño <sup>(2)</sup>	351,532	406,239	401,360
Vencidas:			
31-89 días	18,425	20,542	25,116
90-180 días	14,752	17,106	20,923
181-365 días			—
<b>Total</b>	384,709	443,888	447,400
Sobre 365 días y procedimientos legales <sup>(3)</sup>			—
Reserva para Préstamos Incobrables como % de préstamos vencidos	61.9%	77.01%	67.2%
Reserva para Préstamos Incobrables como % de todos los préstamos <sup>(4)</sup>	5.3%	6.53%	6.9%

- (1) Porcentajes de excepción.
- (2) Créditos de desempeño no vencidos por más de 30 días.
- (3) Cartera entera descartada. Estos reclamos están sujetos a permisos de 100%.
- (4) Pérdidas de préstamos, no incluye Ch\$3,533 millones de provisiones anti-cíclicas

La siguiente tabla establece información respecto nuestros préstamos sin desempeño y descartados, por los periodos indicados:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
	(en millones dicho\$) <sup>(1)</sup>		
Total préstamos sin desempeño como % de préstamos totales	8.6%	8.48%	10.29%
Total descartes	41,382	57,018	69,980
Promedio mensual rechazos de % total de préstamos	0.9%	1.07%	1.30%

- (1) Porcentajes de excepción.

El 20 de Junio, 2014, celebramos el Acuerdo Marco Joint Venture con Scotiabank para desarrollar, en bases conjuntas, el negocio financiero de retail en Chile. De acuerdo a este contrato, creemos que 2.5 millones de titulares de tarjetas serán beneficiados con accesos más fáciles a nuevos productos y Servicios Financieros y la expertiz de Scotiabank, al recibir la Compañía beneficios de clientes en nuestras tiendas Jumbo, Santa Isabel, Easy, París y Johnson y Centros Comerciales. Ver “Ítem 4. Información en la Compañía – A. Historia y Desarrollo de la Compañía – Historia.”

#### *Corredora de seguros*

Entramos en el negocio de seguros para complementar nuestras ofertas de tarjeta de crédito, externalizando garantías por ciertos productos electrónicos vendidos en nuestras tiendas. También ofrecemos atractivos planes de seguros a nuestros consumidores de retail existentes. Nuestras actividades de seguro se enfoca en seguros de vida, médicos, de desempleo, para el hogar y automóvil, formatos simples y a tasas accesibles enfocándose en segmentos socio económicos no servidos. Nuestros productos de seguro son vendidos por canales de distribución y son apoyados por el telemarketing y marketing personalizado a consumidores en tiendas París y Jumbo. Durante los Años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012, nuestras actividades de seguro en Chile generaron ingresos de actividades ordinarias de Ch\$11,438 millones, Ch\$ 21,513 millones y Ch\$25,769 millones, respectivamente, representando aproximadamente 0.2% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias por estos periodos. Estas figuras no incluyen ganancias de garantía, que son reservadas en la división de retail.

#### **Argentina**

##### *Tarjetas de crédito*

En Argentina operamos el negocio de tarjeta de crédito por cada marca de retail. El mercado argentino de por Servicios Financieros es servido por bancos domésticos y extranjeros privados, bancos del sector público, operadores de tarjetas de crédito y retailers. En Abril 2007, entramos en los mercados de Servicios Financieros y seguros mercados en Argentina a través del lanzamiento de nuestra “Tarjeta Más.” Al 31 de Diciembre, 2014, habíamos emitido 1.169 millones de tarjeta de créditos activos. Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, ingresos nuestras tarjetas en Argentina representaban 0.6% de nuestros ingresos totales. Por

nuestra Tarjeta de crédito Cencosud, tenemos aumentos en el poder de compra de clientes de medianos y bajos ingresos, quienes generalmente no tienen créditos con otras instituciones, y generalmente no pueden soportar los costos fijos cargados por otras tarjetas de créditos.

La siguiente tabla establece ventas de tarjetas de crédito por Jumbo, Disco y Vea, y Easy en Argentina y el porcentaje que estas ventas representa en las ventas totales de cada tienda por los periodos presentados:

	Año Finalizado 31 de Diciembre,					
	2014		2013		2012	
	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%
	(en millones dicho\$) <sup>(1)</sup>					
Jumbo	115.071,39	20,8%	131,306	23.9%	116,142	21.4%
Disco y Veá	90.474,10	5,4%	92,378	5.5%	75,455	3.9%
Easy <sup>(2)</sup>	158.058,90	21,3%	141,033	21.2%	113,925	18.0%
Total	363.604,39	12,2%	364,717	12.6%	305,522	10.9%

(1) Porcentajes de excepción.

(2) No incluye Blaisten

La siguiente tabla establece información respecto nuestros préstamos sin desempeño y descartados en Argentina, por los periodos indicados.

	Año Finalizado 31 de Diciembre,		
	2014	2013	2012
	(en millones dicho\$) <sup>(1)</sup>		
Préstamos sin desempeño como % del total de préstamos	3.8%	3.8%	6.4%
Total descarte	7,104	7,226	7,251
Promedio mensual descartes como % de total préstamos	0.30%	0.36%	0.47%

(1) Porcentajes de excepción.

La tabla siguiente establece información respecto a nuestra tarjeta de crédito por cobrar en Argentina:

	Año Finalizado 31 de Diciembre,		
	2014	2013	2012
	(en millones dicho\$) <sup>(1)</sup>		
<b>Estado de Cartera</b>			
Desempeño <sup>(2)</sup>	211,169	163,092	120,956
Vencidas:			—
31-89 días	5,855	4,471	4,618
90-180 días	2,590	1,524	2,136
181-365 días	—	0.81	1,486
<b>Total</b>	219,615	169,088	129,198
Sobre 365 días y procedimiento legal <sup>(3)</sup>	364	364	370
Reserva para Préstamos Incobrables como % de préstamos vencidos	110%	93.8%	99.1%
Reserva para Préstamos Incobrables como % de todos los préstamos	4.2%	3.3%	6.3%

(1) Porcentajes de excepción.

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

(3) Cartera entera descartada. Estos reclamos están sujetos a permiso por 100%.

#### Corredora de seguros

Entramos en el negocio de seguros para complementar la oferta de nuestra tarjeta de crédito, ofreciendo garantías por ciertos productos electrónicos vendidos en nuestras tiendas y la oferta de atractivos planes seguro a nuestros consumidores existentes de retail. En Argentina nuestra corredora de negocios ofrece servicios en las siguientes áreas: cobertura personal, seguros de vida, a dueños y arrendadores, seguro automotriz, seguro de fraude, seguro de salud, seguro de desempleo, seguro de mascotas. Los productos son vendidos en nuestras cadenas de retail y también se encuentran disponible vía telemarketing a través de nuestros centros de llamada. El negocio de seguros ha experimentado un crecimiento sustancial en años recientes, y creemos que continuará creciendo con la introducción de nuevos productos, a medida que el uso de seguros en Argentina se extiende. Al 31 de Diciembre, 2014, las

operaciones de nuestra corredora de seguros en Argentina dan cuenta por menos de 1.0% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias.

### ***Brasil***

En Brasil operamos nuestros servicios financieros a través de joint venture con el Banco Bradesco de Brasil, bajo lo cual operan nuestra tarjeta Credi-Hiper, una de las más grandes marcas propias de tarjetas de crédito en el norte de Brasil. En 2011, también entregamos a Banco Bradesco el derecho exclusivo para emitir y operar nuestra Tarjeta Cencosud (*Cartão Cencosud*) en nuestras tiendas en Brasil, junto a créditos de consumo, financiamiento de compras y productos de seguro.

Nuestras relaciones con Banco Bradesco iniciaron en Mayo 2006, cuando GBarbosa celebró un acuerdo operativo de cinco años con Banco Bradesco a para opera conjuntamente Credi-Hiper. Credi-Hiper fue desarrollada hace 29 Años como instrumento clave para mantener la lealtad de los clientes de GBarbosa y generar una porción significativa de los ingresos de GBarbosa. En Agosto 2011, GBarbosa ha finalizado y restaurado el acuerdo con Banco Bradesco y ha expandido su alcance.

De acuerdo al acuerdo finalizado y restaurado, Cencosud Brasil Comercial, que opera nuestras tiendas GBarbosa en Brasil, Bretas, Mercantil Rodrigues, Perini y Cencosud Brasil celebraron un acuerdo de joint venture con Banco Bradesco en cumplimiento de que Bradesco acordó ofrecer Servicios Financieros en tiendas Cencosud en Brasil. También se entregó a Banco Bradesco el derecho de primera opción, sujeto a ciertas limitaciones, decidimos ofrecer adicionalmente ciertos Servicios Financieros en sus tiendas en Brasil. Banco Bradesco también tiene derecho a requerir a Cencosud Brasil que Banco Bradesco administre su proceso de servicios relacionados, mientras el precio, términos y condiciones de estos servicios de perol sean competitivos, si así lo estimamos. Adicionalmente, las partes acuerdan celebrar un contrato estableciendo los términos y condiciones de nuestras tiendas a operar como representantes del Banco Bradesco por el proceso de pago de cuentas de la tarjeta de créditos. También entregamos a Banco Bradesco una licencia de marca limitada, no-asignable, por el uso de nuestra marca Tarjeta Cencosud.

En consideración de los derechos de Banco Bradesco de acuerdo a este contrato, Banco Bradesco acordó pagar hasta R\$300 millones incluyendo un pago inmediato de R\$100 millones y otros dos pagos de R\$100 millones pagos sujeto a alcanzar ciertas metas respecto a los ingresos de la Tarjeta de crédito Cencosud Ingresos. Adicionalmente, con la excepción de ciertos cargos cobrados por Banco Bradesco a consumidores, el ingreso neto por la operación Tarjeta de crédito Cencosud operación y la entrega de otros Servicios Financieros serán compartidos por partes iguales entre Banco Bradesco y nosotros, y soportamos 50% de los riesgos de crédito asociados con la operación de tarjetas de crédito en cumplimiento de este contrato, incluyendo incumplimientos de pago y pérdidas. El periodo de este contrato es de 16 años desde la fecha de ejecución, pero puede ser terminado previamente sujeto al pago de ciertas penas.

Creemos que nuestra sociedad de largo plazo con Banco Bradesco facilita el crecimiento sustentable de nuestro segmento de servicios financieros en Brasil por la entrega de un gran número de alternativas competitivas de financiamiento y productos de servicios Financieros productos pagables por nuestros clientes. Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos aproximadamente 1.209 millones tarjetas de crédito activas en Brasil.

En el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, 0.04% de nuestros ingresos brutos en Brasil derivaron de nuestro negocio de servicios financieros a través de *Cartão Tarjeta Cencosuds*. A través de estas tarjetas aumentó el poder de compra de nuestros clientes de bajos y medianos ingresos, quienes generalmente no tenían créditos con otras instituciones y suelen no poder pagar los costos fijos cargados por otras tarjetas de créditos. Estas tarjetas actualmente no tienen cargos administrativos, son aceptadas en nuestras tiendas y les permiten a nuestros clientes la compra de productos comida y de no comida. Creemos sin acceso a estas tarjetas, muchos de nuestros clientes no podrían pagar compras de productos no comida de precios más altos. Pese a los pobres antecedentes de crédito de algunos de nuestros clientes, estas tarjetas tienen menos tasas de no pago.

### ***Colombia***

En Colombia, operamos nuestros servicios financieros a través de joint venture con Banco Colpatría “Colpatría”. De acuerdo a este contrato, Colpatría tiene derecho a una marca propia y co-marcar todas las tarjetas de Colombia. Tarjetas de marca propia son sólo aceptadas en tiendas de Cencosud Colombia mientras que las co-marcadas son aceptadas internacionalmente. Este contrato comenzó previo a nuestra adquisición de la operación de supermercados Carrefour en Colombia. En cumplimiento de este contrato, se entregó espacio de ventas a Colpatría en todas nuestras tiendas para ofrecer sus Servicios Financieros a los consumidores. Esfuerzos promocionales y de marketing son realizados por ambas parte para este joint venture.

Colpatría es responsable por todos los procesos administrativos relacionados a la ejecución del negocio como la aprobación y mantención de las facilidades de crédito entregadas a los clientes y la recolección de pagos. Manejar la cartera de préstamos es responsabilidad de Colpatría y todos los esfuerzos deben ser realizados en cumplimiento de las reglas y bajo la supervisión de la Superintendencia Financiera de Colombia (“SuperFinanciera”) u otros cuerpos regulatorios que manden sobre el negocio que se está llevando a cabo. Los resultados de los negocios financieros en Colombia por el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 fueron incluidos en el segmento de supermercados.

Ganancias o pérdidas derivadas de estos joint venture son distribuidas por partes iguales entre las partes cada tres meses. Este joint venture tiene un periodo de cinco años de 2012 siendo automáticamente renovable por otro año si ninguna de las parte notifica a la otra dentro de seis meses previos a la fecha de terminación original. Nuestras operaciones de servicios financieros tienen un total de 593 tarjetas de crédito activas en Colombia.

### ***Perú***

Nos dirigimos a soluciones financieras para nuestros consumidores para hacer nuestra marca propia de tarjeta el principal modo de pago en nuestros supermercados en Perú.

En Agosto 2011, lanzamos nuestra marca propia tarjeta de crédito en Perú y expandimos nuestra oferta de Servicios Financieros. Las tarjetas de crédito son operadas a través de nuestros supermercados en Perú. En 2011, Cencosud creó el Banco Cencosud en Perú. En Junio 2012, recibimos la licencia de operación de la SBS, e iniciamos las operaciones en Agosto 2012 a través de nuestra Tarjeta de crédito Cencosud. Nuestro segmento de servicios financieros también incluye los servicios de la corredora de seguros en Argentina, Chile, Brasil y Perú. Cencosud tiene un total de 478 tarjetas de crédito activas en Perú. Adicionalmente, a nuestras tarjetas de marca propia, Cencosud ofrece tarjeta de crédito Visa y Mastercard. Actualmente 66.8% de nuestra cartera se encuentra bajo nuestra tarjeta de marca propia,

La siguiente tabla establece las ventas de tarjetas de crédito por Paris, Metro y Wong en Perú y el porcentaje que estas ventas representan del total de ventas de cada tienda por los periodos presentados:

	Año Finalizado 31 de Diciembre,					
	2014		2013		2012	
	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%
			(en millones dicho\$) <sup>(1)</sup>			
Paris	16,428	35,4%	4,556	26.58%	0	0
Metro	91,246	15,5%	77,164	14.46%	64,183	12.45%
Wong	3,950	1,1%	3,906	1.27%	2,901	0.99%
Total <sup>(2)</sup>	111,625	11,3%	85,626	100%	67,084	8.28%

(1) Porcentajes de excepción.

(2) Incluye valores más impuestos.

## Otras operaciones

### *Tiendas Electrónicas*

Al 31 de Diciembre, 2014 también operamos 77 tiendas de bienes electrónicos en el estado de Sergipe en Brasil, en que vendemos ítems que no son comida. La primera tienda Eletro-show tienda fue abierta en Diciembre 2005. Nuestras tiendas Eletro-show son operadas en pequeñas ciudades donde no fue posible la apertura nuestras tiendas tradicionales. Este formato barato y original de tienda contribuye a la mejora de nuestra marca GBarbosa en ciudades que no tienen otras tiendas GBarbosa.

Nuestras tiendas Eletro-show consisten en pequeñas salas de exhibición con docenas de productos en exhibición más un catálogo en línea accesible a través de los computadores de nuestras tiendas. Las tiendas Eletro-show tiendas tienen un espacio promedio de ventas por tienda de menos de 100 metros cuadrados. El principal objetivo del mercado con consumidores de medianos y bajos ingresos que no tienen acceso a internet en sus casas, no están habituados a las compras virtuales y no viven cerca de nuestras tiendas tradicionales. La tienda tiene un número de computadores en que potenciales clientes pueden acceder a un amplio rango de productos. Nuestras personas de ventas se encuentran presentes para ayudar a los consumidores en la selección y compra de los productos deseados. Sólo podemos vender productos que no sean comida en estos kioscos. Una vez que el cliente presenta una por productos, aseguramos la entrega dentro de 48 horas. Las tiendas Eletro-show tienen un espacio separado para actividades de la comunidad, que nos permite atraer más consumidores. Continuamos instalando kioscos en ubicaciones seleccionadas en que así lo requiere la demanda. Al 31 de Diciembre, 2014, nuestras tiendas Eletro-show daban cuenta por menos de 1.0% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias.

Los resultados de nuestras tiendas Eletro-show son reportados bajo el segmento “Supermercados” segmentos en nuestros estados financieros.

### *Farmacias*

También operamos 62 Farmacias en Brasil bajo la marca GBarbosa al 31 de Diciembre, 2014, ubicadas dentro o al lado de nuestros Supermercados GBarbosa. Al 31 de Diciembre, 2014, nuestras farmacias dan cuenta por menos de un 1% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias. Los resultados de nuestras GBarbosa Farmacias son reportados bajo el segmento “Supermercados” segmentos en nuestros estados financieros.

Al 31 de Diciembre, 2014, operamos 47 Farmacias en Perú bajo las marcas Punto Farma Wong y Punta Farma Metro, que se encuentran ubicadas dentro o junto a nuestros Supermercados Wong y Metro. Al 31 de Diciembre, 2014, nuestras Punto Farma Farmacias daban cuenta por menos de 0.2% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias. Los resultados de nuestras Punto Farma Farmacias son reportados bajo el segmento “Supermercados” segmentos en nuestros estados financieros.

Al 31 de Diciembre, 2014, operamos 39 Farmacias en Colombia bajo la marca FarmaSanitas, ubicadas dentro o al lado de nuestros Supermercados adquiridos de Carrefour en Colombia. Al 31 de Diciembre, 2014, nuestras FarmaSanitas Farmacias daban cuenta por menos de 0.2% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias. Los resultados de nuestras FarmaSanitas Farmacias son reportados bajo el segmento “Supermercados” segmentos en nuestros estados financieros.

### *Estaciones Bencineras*

También operamos 11 estaciones bencineras en Brasil, bajo la marca Bretas, ubicadas dentro o al lado de nuestros Supermercados Bretas. Al 31 de Diciembre, 2014, nuestras estaciones bencineras Bretas bajo el segmento 1.0% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias. Los resultados de nuestras estaciones bencineras Bretas se reportan en el segmento “Supermercados” de nuestros estados financieros.

También operamos 40 estaciones de bencina en Colombia, bajo las marcas Terpel, Chevron y Biomax, ubicadas dentro o junto a nuestros supermercados en Colombia. Al 31 de Diciembre, 2014, nuestras estaciones de bencina en Colombia bajo el segmento 1.0% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias. Los resultados de nuestras estaciones de bencina en Colombia son reportados bajo el segmento “Supermercados” de nuestros estados financieros.

### ***Centros de Entretenimiento***

En Chile y Argentina, operamos doce Centros de Entretenimiento familiares bajo la marca Aventura. Nuestros Centros de Entretenimiento Aventura ofrecen juegos de arcade, juegos mecánicos, líneas de bowling, juegos 3D e incluso una montaña rusa en nuestro centro Aventura center en el Florida Center en Santiago. Al 31 de Diciembre, 2014, nuestros Centros de Entretenimiento Aventura bajo el segmento 1.0% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias. Los resultados de nuestros Centros de Entretenimiento Aventura son reportados en el segmento “Otros” de nuestros estados financieros.

### ***Programas de Lealtad***

#### **General**

Por los últimos 14 años hemos invertido en Programas de Lealtad con recompensas, para retener y atraer a nuevos consumidores. Nuestros programas de Lealtad nos permiten desarrollar una base de información de consumidores que nos permite aumentar la selección de mercadería y perfeccionar nuestros esfuerzos de marketing. Nuestros programas de Lealtad nos permiten mejorar la retención de clientes al mejorar nuestro entendimiento de patrones de compra y las preferencias de nuestros consumidores.

Nuestro programas de Lealtad entrega a nuestros consumidores un beneficio al acumular puntos por las compras que efectúan nuestras diferentes tiendas así como por las compras que realicen en nuestros afiliados, que entonces pueden ser utilizadas para adquirir productos señalados en catálogos especiales y vendidos en nuestras tiendas. En 1999, empezamos con Jumbo Más y, en 2006, luego de un significativo crecimiento en nuestras operaciones debido a varias adquisiciones, migramos a un programa de multi auspiciadores llamado Círculo Más. En 2010, lanzamos el programa Néctar, programa de fidelización a través de la sociedad con Grupo Aeroplan Inc, una compañía líder en la administración de fidelización y enfoque de consumidores.

Néctar fue creado en el Reino Unido en 2002 y se convirtió en uno de los más grandes Programas de Lealtad en el mundo. A través de nuestra sociedad con Grupo Aeroplan, podemos utilizar las más sofisticadas experiencias de fidelización y consumidores de sobre 15 países entregada por retailers líderes como Sainsbury, uno de los principales retailers de comida del Reino Unido, Auchan, operadores de Hipermercados italianos, y CVS Caremark, uno de los más grandes operadores de farmacias de Estados Unidos. Néctar nos permite mejorar la experiencia de nuestros consumidores al entregar recompensas generosas, flexibles día a día reduciendo los costos operativos generales así como costos compartidos por el grupo de negocios que participan en el programa y entregarnos una gran y rica base de información que nos permite un mejor entendimiento de nuestros consumidores.

Creemos en la fuerza nuestros programas de Lealtad en nuestra relación con nuestros consumidores y que una parte sustancial de nuestras ventas proviene de clientes leales.

En 2014, la alianza entre Cencosud – y Aeroplan cambió respecto al uso de la marca. Decidimos desarrollar nuestro propio programa de fidelización, Puntos Cencosud, que fue lanzado el 28 de Marzo, 2014 con nuevos beneficios para los consumidores: incluyendo la simplificación del sistema de reembolso permitiendo a los consumidores la rendición de beneficios de lealtad por la presentación de sus tarjetas de identificación y, la incorporación de Johnson Grandes Almacenes así como de Eurofashion con sus marcas Umbrale, Foster, Topshop, Topman, u\*Kids, Moon por Foster, JJO, Legacy y Women Secret, como nuevos auspiciadores. A partir del 01 de Abril, 2014 los consumidores ganarán puntos de lealtad adicionales en estas tiendas y podrán reembolsar sus puntos durante el segundo semestre. El nuevo programa ofrece adicionalmente puntos bonus extra por el uso de nuestra tarjeta Cencosud.

El programa ya opera en Colombia y Chile. Actualmente planificamos la réplica del modelo de negocio en otros países de la región.

Los resultados de nuestro programa de Lealtad son reportados bajo los segmentos “Otros” segmentos en nuestros estados financieros.

### ***Chile***

Ofrecemos nuestro Programas de Lealtad Puntos Cencosud en Chile. Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos sobre 3 millones de miembros activos en Chile, y a la misma fecha, 75% de nuestras ventas en Chile provenían de miembros del programa de lealtad.

La siguiente tabla establece información respecto nuestro programa de fidelización ventas por cada una de nuestras divisiones en Chile, por los periodos indicados.

	Año Finalizado 31 de Diciembre,					
	2014		2013		2012	
	Ventas (C/impuest o)	% <sup>(1)</sup>	Ventas (C/impuest o)	% <sup>(1)</sup>	Ventas (C/impuest o)	% <sup>(1)</sup>
	(en millones deCh\$, Porcentajes de excepción)					
Jumbo	1,673,103	84%	1,570,694	83%	1,428,399	84%
Santa Isabel	1,133,754	62%	1,081,17	62%	1,034,326	63%
Easy	442,895	68%	436,352	65%	381,974	66%
Paris	922,445	79%	933,451	80%	875,538	80%
Total	4,172,197	75%	4,021,670	74%	3,720,237	76%

(1) Porcentaje que estas ventas representan de ventas totales por cada una de nuestras tiendas en Chile.

#### Argentina

En Argentina también ofrecemos nuestros Programas de Lealtad Jumbo Más y Ve a Ahorro. Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos sobre 2 millones de miembros del club de lealtad en Argentina y, a la misma fecha 59.0 % de nuestras ventas de supermercados en Argentina se volvieron en miembros del club de lealtad.

La siguiente tabla establece información respecto a las ventas por nuestro programa de fidelización ventas por cada una de nuestras divisiones en Argentina, por los periodos indicados.

	Año Finalizado 31 de Diciembre,					
	2014		2013		2012	
	Ventas (C/imp uesto)	% <sup>(1)</sup>	Ventas (C/imp uesto)	% <sup>(1)</sup>	Ventas (C/imp uesto)	% <sup>(1)</sup>
	(en millones de Ar\$ nominal, Porcentajes de excepción)					
Jumbo	5,005	63%	3,979	65%	3,333	65%
Disco	4,935	63%	3,892	63%	3,722	66%
Ve a	3,517	50%	1,744	35%	494	31%
Total	13,457	59%	9,615	55%	7,549	61%

(1) Porcentaje que estas ventas representan del total de ventas por cada una de nuestras tiendas en Argentina.

#### Perú

En Perú, somos miembros del programa de fidelización Bonus, con una propiedad de 42.5%. Bonus es un programa líder de fidelización que desarrolla y administra programas de lealtad e incentivos a través de un Sistema de recompense a los consumidores entregándoles puntos por sus compras en cualquier de nuestras tiendas que luego pueden ser cambiados por otros productos. Por ahora permite administrar una base de información para campañas de marketing dirigidas segmentos específicos.

La siguiente tabla establece información respecto nuestro programa de fidelización ventas por cada de nuestras divisiones en Perú, por los periodos indicados.

	Año Finalizado 31 de Diciembre,					
	2014		2013		2012	
	Ventas (c/impu esto)	% <sup>(1)</sup>	Ventas (c/impu esto)	% <sup>(1)</sup>	Ventas (c/impu esto)	% <sup>(1)</sup>
	(en millones deS/., Porcentajes de excepción)					
Wong	1,407	80%	1,337	80%	1,302	81.0%
Metro	2,203	73%	2,158	73%	2,230	79.0%
Total	3,610	76%	3,495	76%	3,532	80.0%

(1) Porcentaje que estas ventas representan las ventas totales por cada una de nuestras tiendas en Perú.

## Colombia

En Colombia lanzamos nuestro programa de fidelización en Febrero 2014 con 100% por ciento de propiedad del programa. Nuestro programa de fidelización en Colombia ha tenido un amplio uso de nuestros compradores logrando impresionante niveles de penetración con 76% de nuestras ventas provenientes de miembros leales. Este programa administra programas de lealtad e incentivos a través de un sistema de recompensa a consumidores entregándoles puntos por sus compras en cualquiera de nuestras tiendas que luego pueden ser cambiados por otros productos.

La siguiente tabla establece información respecto nuestro programa de fidelización ventas por cada de nuestras divisiones en Colombia, por los periodos indicados.

	Año Finalizado 31 de Diciembre,	
	2014	
	Ventas (C/impuesto)	% <sup>(1)</sup>
	(en millones de COP/., Porcentajes de excepción)	
Jumbo	1,337	80%
Metro	2,158	73%
Total	3,495	76%

(1) Porcentaje que estas ventas representan de ventas totales por cada una de nuestras tiendas en Colombia.

## Bancos para Consumidores Retail

### Banco París

Desde 2005, somos propietarios de Banco Paris, un banco de consumidores de retail en Chile. Banco París fue antes Santiago Express división de Banco Santander Santiago, que adquirimos en 2005 y registraba como parte separada del banco bajo la marca Banco París ante la *Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras* (o “SBIF”).

Los préstamos y actividades de crédito del Banco Paris se dirigen principalmente a satisfacer las demandas individuales de servicios Financieros. Banco París ofrece a los consumidores un amplio rango de productos y servicios dirigido a satisfacer sus necesidades de servicios financieros, incluyendo créditos de consumo, tarjetas de crédito y créditos hipotecarios. Al mantener su orientación al mercado bancario de retail, Banco París ofrece un rango de instrumentos de depósito tradicionales, incluyendo cuentas de ahorro y depósitos a plazo. Banco París también ofrece seguros de vida y hogar.

Al 31 de Diciembre, 2014, Banco París sirve a más de 400,781 consumidores, con préstamos pendientes de aproximadamente 350,973 deudores, incluyendo aproximadamente 315,373 créditos de consumo y 87,276 cuentas de tarjetas de crédito. A la misma fecha, Banco París tiene 1,235 depósitos a plazo.

Para evaluar el riesgo crediticio de un consumidor, Banco París usa sistemas de notas y otros automatizados para determinar el perfil del consumidor y su capacidad de pago en términos de ingreso, educación, obligaciones familiares, otras obligaciones financieras y otros factores.

La siguiente tabla establece información respecto a la cartera de préstamos de nuestro Banco París:

	Año Finalizado 31 de Diciembre,		
	2014	2013	2012
	(en millones de COP/.) <sup>(1) (2)</sup>		
<b>Estado de Cartera</b>			
En desempeño <sup>(3)</sup>	214,332	239,986	195,293
Vencidos:			
31-89 días	8,549	4,375	6,719
90-180 días <sup>(4)</sup>	6,620	2,996	5,354
+ 180 días	499	456	660
<b>Total</b>	230,000	247,813	208,025
Reserva para Préstamos Incobrables como % de préstamos vencidos	85%	79%	84%
Reserva para Préstamos Incobrables como % de todos los préstamos	6%	3%	5%

- (1) Incluye actividades de comisiones postpuestas.
- (2) Porcentajes de excepción.
- (3) Préstamos en desempeño no vencidos por más de 30 días. Excluye la cartera chilena de tarjeta de crédito cartera.
- (4) Cartera totalmente descartada. Estos reclamos están sujetos a un permiso por el 100%.

### **Banco Cencosud**

En 2011, establecimos Banco Cencosud en Perú y en Junio 2012 recibimos la licencia de operación de la SBS, y comenzamos las operaciones en Agosto 2012 a través de nuestra Tarjeta de crédito Cencosud. Banco Cencosud es regulado por la *Superintendencia de Bancos, Seguros y Pensiones*.

La tabla a continuación establece información respecto a lo a pagar según nuestra tarjeta de crédito en Perú:

	<b>2014</b>
	<b>(En millones de S.\$)<sup>(1) (2)</sup></b>
<b>Estado de Cartera</b>	
En desempeño <sup>(3)</sup>	64,189
Vencidos:	
31-89 días	3,564
90-180 días	2,142
181-365 días	27
Total	S,\$ 69,923
Sobre 365 días y procedimientos legales <sup>(4)</sup>	
Reserva para Préstamos Incobrables como % de préstamos vencidos	277.1%

- (1) Incluye actividades de comisiones postpuestas.
- (2) Porcentajes de excepción.
- (3) Préstamos en desempeño no vencidos por más de 30 días. Excluye la cartera chilena de tarjeta de crédito cartera.
- (4) Cartera totalmente descartada. Estos reclamos están sujetos a un permiso por el 100%.

La tabla a continuación establece información respecto a lo a pagar según nuestra tarjeta de crédito en Perú:

	<b>2014</b>
	<b>(En millones de S. \$)<sup>(1) (2)</sup></b>
Préstamos no en desempeño como % de total préstamos total	8.2%
Total descartes	Ch\$ 15,889
Promedio mensual Descartes como % de total préstamos total	1.9%

- (1) Porcentajes de excepción.

### **Precios**

Nuestra estrategia de precios varía dependiendo del formato, mercado y unidad de negocio. Para formatos de alto corte ofrecemos calidad y servicio, mientras que para nuestros formatos de medianos y bajos ingresos ofrecemos precios competitivos sin comprometer el servicio y calidad. Adicionalmente por artículos de estación, nuestra estrategia es marcar periódicamente estos ítems hasta tener vendido completamos el stock de temporada. Para asegurar la mantención de precios de mercado competitivos, monitoreamos los precios de nuestros competidores y posicionamos nuestros precios para mantener la competitividad. Finalmente, también apoyamos nuestros precios con ofertas especiales y descuentos a través del uso de nuestra tarjeta de crédito de marca propia.

### **Compras**

Compramos nuestros productos de aproximadamente 13,000 proveedores. Ningún proveedor o grupo de proveedores relacionados puede dar cuenta por más de un 10% del total de productos comprados por nosotros en 2014 en a bases consolidadas. Adicionalmente, a local y regional proveedores, somos también podremos importar productos directamente desde Asia, donde podremos obtener precios más favorables, y que por su parte nos permite negociar en términos de compra mejorados con ciertos proveedores. Creemos que fuentes y disponibilidad de materiales para nuestras operaciones de tienda de retail son adecuadas y continuarán siéndolo en el futuro cercano. No hemos experimentado ninguna dificultad en la obtención de tipos o cantidades de

mercadería que requerimos normalmente y creemos que si cualquiera de nuestras actuales fuentes de suplemento no estuvieran disponibles, podríamos obtener fuentes alternativas sin ninguna interrupción material a nuestro negocio.

### **Negocio de Marca Propia Marca propia Business**

Los productos de productos de marca propia son aquellos manufacturados por una compañía para nosotros bajo la marca de nuestra Compañía. Llevamos nuestro propio programa de marca propia programa en ambos negocios de retail, de comida y de no comida, lo que nos permite ofrecer una variedad de productos usando nuestra cartera de marcas en vez de marcas de terceros. Los objetivos principales del programa de marca propia son:

- Entregar una diferenciación y singularidad a nuestras tiendas al ofrecer un set de productos únicos disponibles sólo en nuestras tiendas; y
- Lograr incrementar el margen versus marcas nacionales.

En 2008, iniciamos una optimización de nuestra cartera de marcas de 70 a 53 marcas. También establecimos un proceso de desarrollo de marca propio, un índice de desempeño clave (KPI), investigando retailers del mundo entero buscando referencias, y creamos una red de proveedores, agencias, consultores y compañías investigadores para ayudar a desarrollar nuestra marca propia. Nuestros Grandes Almacenes París actualmente ofrecen productos de marca propia bajo las marcas Tribu, Opposite, Aussy, Greenfield y Alaniz. También hemos desarrollado las marcas URB y NEXT para nuestras operaciones de supermercado y en mejoramiento del hogar. Nuestra estrategia es desarrollar a cartera de marcas privadas compartidas a través de todos los países y unidades de negocios y así cubrir las categorías más importantes y desarrollar marcas de valor agregado (70%) y primer precio (30%). Un logro en esto es que en 2009 desarrollamos un equipo corporativo de marca propia consistente en ex empleados de compañías consumidoras de bienes, como L'Oreal, Unilever, P&G y Nestlé.

Como resultado de estas acciones, nuestra marca propia continúa creciendo de dos a tres veces más rápido que el resto de nuestro negocio, y esperamos que esta tendencia continúe, no sólo en términos de acciones de ventas sino también en el incremento de la rentabilidad de nuestro negocio.

<b>País</b>	<b>Supermercados- Comida</b>	<b>Supermercados - No Comida</b>	<b>Mejoramiento del Hogar- No Comida</b>	<b>Grandes Almacenes – No Comida</b>
Argentina	2.8%	20.4%	10.2%	
Brasil	0.4%	3.5%		
Chile	4.5%	27.4%	16.5%	30.4%
Colombia	6.4%	8.7%	5.9%	
Perú	5.1%	28.4%		54.9%
<b>Total</b>	<b>3.3%</b>	<b>15.5%</b>	<b>10.6%</b>	<b>30.4%</b>

### **Distribución**

#### **General**

Algunos de nuestros productos son entregados directamente a nuestras tiendas por nuestros proveedores mayores y otros son enviados a nuestros centros de distribución. El uso de nuestros propios centros de distribución nos permite lograr eficiencias operacionales como proveedores que pueden entregar sus productos a ubicaciones centralizadas en vez de nuestras muchas ubicaciones de tiendas y podemos beneficiar las economías de escala. En caso que experimentemos un crecimiento significativo de nuestra área geográfica actual, pero que podamos escoger instalaciones adicionales en términos similares o ver alternativas para reconocer ciertos costos de eficiencia.

#### **Supermercados**

##### **Chile**

Para las ventas rápidas y de alto volumen de mercadería, proveedores nacionales distribuyen productos directamente a cada tienda. Para bienes más lentos, frutas y vegetales perecibles y productos importados y carne, la distribución es centralizada a través de nuestros centros de distribución y entregada por compañías de terceros. Ventas de productos entregados a nuestros centros de distribución dan cuenta de aproximadamente 39.0% de nuestras ventas al 31 de Diciembre, 2014.

Operamos en tres sitios de distribución la región metropolitana de Santiago donde conducimos todas las entregas centralizadas a nuestras tiendas Jumbo y Santa Isabel, incluyendo:

- Un centro de distribución de 41,000 metros cuadrados que opera en tres turnos de seis días a la semana y es usado para entregar productos no perecibles, frutas perecibles, vegetales y otras comidas refrigeradas a tiendas Santa Isabel y Jumbo. Usamos un sistema de acoplamiento cruzado para productos frescos que nos permite que estos productos lleguen a las tiendas en 24 horas. Acoplamiento cruzado es la práctica de recibir bienes de un centro de distribución, que son inmediatamente consolidados con otros bienes para su rápida distribución a tiendas.
- Un centro de distribución de 90,000 metros cuadrados usado para entregar no perecibles, no comida y productos textiles. Tres cuartos del centro de distribución son dedicados a productos importados y el resto es usado por un sistema de acoplamiento cruzado de productos nacional que nos permite que los productos sean enviados en menos de 24 horas.
- Un centro de distribución de 2,500 metros usado para el almacenamiento y entrega de carne fresca importada.

Al segundo cuarto de 2013, nuestro centro de acoplamiento cruzado de 3,000 metros cuadrados en Concepción fue completamente operacional, sirviendo nuestras 19 tiendas en la ciudad, y así mejorando nuestro tiempo y servicio con camiones pequeños locales.

Productos congelados (importados y nacionales) son almacenados y entregados usando terceros proveedores de logística.

Para lograr eficiencias operacionales, durante 2011 aumentamos el uso de nuestro sistema centralizado de distribución para tiendas Jumbo en la región metropolitana de Santiago, principalmente por productos no perecibles y frutas y vegetales. Durante 2013 hemos finalizado la implementación de McKinsey “Lean Logistics Project,” que revisa y racionaliza nuestros procedimientos de bodega. Usamos un programa basado en SAP de reposición automatizada de todos los productos almacenados en nuestros centros de distribución con la meta de incrementar la disponibilidad de productos y manteniendo menores inventarios. Durante 2013 mejoramos nuestra selección de productos frescos con tecnologías de Voice Picking obteniendo entregas más exactas.

Las entregas son realizadas usando transportistas externos. Los contratos de flete son generalmente firmados por periodos de tres o cuatro años, e incluyen a tasas ajustadas basadas en los precios del petróleo, tasas de cambio y otros factores.

### *Argentina*

La distribución a nuestras tiendas en Argentina es centralizada en tres centros de distribución ubicados en Buenos Aires, Cuyo y Córdoba, y un sitio de transferencia en Tucuman teniendo en total 153,000 metros cuadrados, que dan cuenta de un 80.0% de nuestras ventas de supermercados en Argentina en 2014, incluyendo carne y productos de repostería. Aproximadamente 20% de nuestros productos son distribuidos a nuestras tiendas directamente por nuestros proveedores.

Cada centro de distribución apoya entre 60 y 120 tiendas específicas en bases de cinco a seis días a la semana, llevando ambos a un stock operación de productos nacionales e importados y a la operación de acoplamiento cruzado para vegetales y frutas frescas, y a compartir mercadería recibida de proveedores nacionales. Todas las operaciones son apoyadas por un sistema de administración de bodega y tecnología de radio frecuencia (consistente en un chip especial adjunto a nuestros productos que luego puede ser detectado por antenas, que nos permiten conocer en tiempo real la ubicación de nuestros productos). Durante 2013 condujimos una mejora importante de nuestros instrumentos de comunicación a nivel nacional. También completamos y modernizamos nuestro parque de empuje.

Información de órdenes en tiempo real es transmitida de tiendas a centros de distribución y subsecuentemente a proveedores vía nuestro sitio de intranet. Este sistema de tiempo real nos permite optimizar la disponibilidad de un producto y tiempo de entrega. Adicionalmente, nuestros centros de distribución en Argentina tienen un sistema automático de reposición y administran todos los bienes no perecibles, incluyendo bienes en descuento y por estacionarios, lo que ayuda a mantener niveles de inventario correctos y evitar carencias.

Para aumentar nuestra capacidad y productividad, desplegamos el programa de voice picking al centro de distribución de Mendoza. Esta tecnología entrega a nuestros empleados el libre uso de sus manos, así mejorando su productividad y seguridad.

Todos los camiones son provistos por compañías de terceros en cumplimiento a contratos de uno a tres años.

En Diciembre 2013, nuestro centro de distribución en la ciudad argentina de Córdoba fue allanado y dañado en medio de una protesta civil que ocurrió en la ciudad debido a una huelga civil. Las pérdidas fueron parcialmente cubiertas por seguros, y se

encuentran en la línea de ganancias (pérdidas) para el periodo. Ningún pago de seguros fue recibido durante el periodo de 2013. Este centro de distribución ha retomado sus operaciones.

### *Brasil*

Actualmente usamos tres centros de distribución por nuestras tiendas GBarbosa en el noreste de Brasil, con un total de aproximadamente 51,000 metros cuadrados. Se encuentran ubicadas en Aracaju (32,000 metros cuadrados), Salvador da Bahia (21,000 metros cuadrados) y Fortaleza (8,000 metros cuadrados). Nuestros centros de distribución daban cuenta por aproximadamente el 80% de nuestras ventas Al 31 de Diciembre, 2014. Los centros de distribución GBarbosa llevan a cabo la operación de stock de bienes secos y frescos. El centro de distribución arrendado en Salvado aumentó a 21,000 metros cuadrados para apoyar el aumento de operaciones en el estado de Bahia en 2013, y reducir los costos de transportación de otros centros de distribución. Entregas a Tiendas GBarbosa son hechas principalmente a través de transportistas externos pese a que poseemos una pequeña cantidad de vehículos de entrega. Las entregas a hogares son manejadas completamente por transportistas externos.

Tiendas Bretas en central Brasil son apoyadas por dos centros de distribución, con un total aproximadamente de 40,000 metros cuadrados y a 6,000 metros cuadrados de bodegas para vegetales frescos en la ciudad de Uberlandia. Los dos más grandes centros de distribución están ubicados en Belo Horizonte (30,000 metros cuadrados) y Goiania (10,000 metros cuadrados). Ambos centros de distribución realizan operaciones de bienes secos, vegetales y bienes frescos. Ambos centros de distribución tienen un lugar para dejar stock (almacenaje) y capacidades de acoplamiento cruzado, que permiten recibir bienes en el centro de distribución en que serán guardados y distribuidos posteriormente o inmediatamente a nuestras tiendas. Actualmente, los centros de distribución incluyen bienes electrónicos por tienda y de hogar. Productos almacenados en nuestros centros de distribución daban cuenta por aproximadamente 60 % de nuestras ventas en 2014. La distribución de entregas a tiendas y hogares entregas son realizadas completamente por transportistas externos.

La tiendas Perini en Salvado da Bahia también tienen su propio centro de distribución ubicado en una tienda, por su oferta de menos escala y de productos de mayor calidad, tiendas Perini también recibe entregas directas de proveedores. Perini posee una pequeña flota de vehículos para la distribución a sus tiendas.

Mercantil Rodrigues son tiendas con alta rotación de bienes de comida, como frutas y vegetales frescos, carne, lácteos y otros. Estas tiendas reciben entregas directas de proveedores.

Nuestras 31 Tiendas Prezunic en la ciudad de Rio de Janeiro son servidas por un centro de distribución arrendado. Este centro de distribución ubicado en el centro de la ciudad de Rio de Janeiro, tiene un área de 45,000 metros cuadrados e instalaciones para bienes secos, fríos y congelados. La distribución a tiendas es realizada por una flota estándar de 21 camiones, que poseemos, con un completo sistema de monitoreo GPS, y una flota arrendada de un tercero en la temporada de mayor demanda. Durante 2013, empezamos entregando a nueve ex tiendas Bretas en el estado de Minas Gerais de nuestra instalación de Rio de Janeiro.

Durante el cuarto cuarto de 2013 completamos el despliegue de SAP ERP en todos los centros de distribución en Brasil, reemplazando diferentes sistemas legados.

### *Perú*

Operamos tres centros de distribución y tres bodegas, que apoyan a las tiendas de supermercados e hipermercados Wong y Metro. El centro de distribución principal es un sitio de 26,248 metros cuadrados, poseído y usado para el acoplamiento cruzado de vegetales frescos, carne y otros productos de comida. Centros de distribución adicionales rentados agregan 29,200 metros cuadrados de área de almacenaje, y para entregas de no comida, textiles, bienes importados, y por hogar entrega de artículos del hogar y otros ítems de gran tamaño. Durante el segundo cuarto de 2013 un importante mejoramiento del sistema de administración de bodega SAP bodega y procedimientos administrativos fue llevado a cabo, logrando una mayor rapidez y mejor logística de nuestra operación en Lima.

Dos de las otras instalaciones se ubican en el coste norte y la última se encuentra en Lima para el almacenamiento de bienes congelados y refrigerados. La distribución centralizada da cuenta por aproximadamente 76% de las ventas de los supermercados de Perú.

El acoplamiento cruzado de mercadería nacional mercadería y productos fresco representa aproximadamente 80% de distribución centralizada mientras que la operación regular en stock es usada para la distribución de productos importados y algunas categorías de productos nacionales no comida. Usamos el sistema de administración de bodega SAP para nuestras operaciones. Para las entregas usamos transportistas externos y los contratos de entrega son negociados periódicamente.

## *Colombia*

Nuestras operaciones de distribución en Colombia son llevadas a cabo a través de un tercero que ofrece servicios de almacenamiento y manejo de productos. Aproximadamente 60% de nuestros bienes vendidos son manejados a través de tres plataformas diferentes usadas por nuestro tercero.

El acoplamiento cruzado es usado en las ciudades de Bogotá, Cali, Bucaramanga, Barranquilla y Medellín. Este servicio no tiene cargo para Cencosud, ya que los proveedores se llevan los costos de estas operaciones y cada uno negocia en bases ad hoc. Tanto los bienes perecibles como no comida son manejados a través de esta plataforma. Cencosud asume los costos de logística asociados al manejo de bienes perecibles. Los bienes importados son manejados por una plataforma específica en Bogotá de los bienes que son distribuidos a nuestras tiendas.

## ***Grandes Almacenes***

Operamos un centro de distribución 80,137 metros cuadrados ubicado en Santiago que ofrece servicios a todos nuestros grandes almacenes París en Chile. La distribución centralizada da cuenta por casi todas las ventas de nuestro París. Usamos el sistema de administración de bodega, tecnología RF y un diseño automatizado para casos y ciertos textiles. Adicionalmente, tenemos la operación del mismo centro de distribución por inventarios netas y ofrece servicios especiales de valor agregado (envoltorio, envoltorio de regalo, gift cards y otros) y entrega los productos directamente a las casas de nuestros consumidores.

Las entregas son realizadas mediante transportistas externos. Tenemos diferentes tipos de contratos por cada zona de distribución y tipo de servicio requerido. Los contratos generalmente son negociados en bases de dos a tres años.

Para la cadena de grandes almacenes Johnson, operamos un centro de distribución arrendado de 21,175 metros cuadrados ubicado en Santiago. La distribución centralizada da cuenta por todas las ventas. La distribución es llevada a cabo por terceros. Las operaciones de entrega a hogares son compartidas por toda la nación con flota y rutas París.

La distribución para nuestras tiendas París en Perú es manejada por un tercero debido al tamaño de las operaciones.

## ***Tiendas de Mejoramiento del Hogar***

### *Chile*

Nuestro centro de distribución de 90,000 metros está ubicado en Santiago y daba cuenta por aproximadamente 65% de las ventas de Easy en 2014. La distribución centralizada es principalmente apoyada por el sistema de acoplamiento que opera con más de 450 proveedores y da cuenta por dos tercios de las operaciones, mientras que el resto proviene de bienes importados almacenados.

El transporte es manejado por transportistas externos. Los contratos para la transportación de entrega a hogares son firmados por periodos de entre uno y dos años. Los contratos para el transporte de centro de distribución a tienda son firmados por periodos de cuatro años debido a la gran inversión requerida para personalizar la óptima capacidad de carga de los camiones. Camiones especiales de con compartimentos por el lado diseñados para transportar productos con forma irregular que son comúnmente vendidos en nuestras tiendas Easys.

Nuestro sistema de reposición automática administra los niveles de stock en nuestras tiendas para maximizar el nivel de servicio y optimizar nuestro inventario.

### *Argentina*

Operamos tres centros de distribución ubicados en Buenos Aires para las operaciones de nuestros Easy y Blaisten, con un total de 59,000 metros cuadrados. Easy Argentina también se apoya en entregas directas de proveedores a tiendas.

La distribución centralizada incluye la operación regular de una bodega mercadería almacenada (bienes importados y domésticos) y la operación de acoplamiento cruzado en crecimiento con más de 600 proveedores. También está la operación de entrega a hogares que da cuenta por aproximadamente 15.0% de ventas en 2014.

La transportación es manejada por transportistas externos. Los contratos para la transportación de centro de distribución a tienda y hogares son negociados cada dos años.

## **Marketing**

Durante 2013, trabajamos un mayor desarrollo de la marca Cencosud, con dos objetivos principales: (i) consolidando Cencosud como una marca fuerte, ampliamente reconocida a través de los grupos socioeconómicos y regiones, y (ii) crear marcas de familia reconocidas y valoradas por nuestros consumidores, con el auspicio de Cencosud como sello de calidad y confianza.

Nuestro objetivo es desarrollar marcas fuerte preparadas para competir con marcas globales, pero que sean atractivas para consumidores locales. Para esto tenemos una unidad de investigación de consumidores que nos permite entender de mejor manera el comportamiento, actitudes, demografías y tendencias de nuestros consumidores, y entregarnos información importante y de valor necesaria para ajustar nuestra estrategia de marketing en cada unidad de negocios en todos los países en que operamos.

## *Supermercados*

### *Chile*

Consistente con nuestra estrategia de negocio, nuestro plan de marketing se dirige a proyectar nuestra imagen como hipermercados y cadena de supermercados que ofrece valor a través de la combinación de alta calidad de servicio y precios competitivos. En Chile, Jumbo es una de las marcas de mayor valor, principalmente por su asociación con calidad, variedad y servicio. Nuestros temas principales de marketing para nuestros Hipermercados Jumbo en Chile y Argentina son “*Jumbo te da más*”. Santa Isabel es un supermercado basado en el concepto de familiaridad y cercanía con nuestros consumidores. Nuestro tema principal para nuestros supermercados Santa Isabel es “*Santa Isabel te Conoce*”.

Operamos programas separados de marketing para nuestros Hipermercados Jumbo y supermercados Santa Isabel. Nuestros avisos primarios de outlets, además un punto de venta de marketing, es el marketing en masa, principalmente televisión y radio, a nivel nacional y regional, panfletos e insertos en revistas de diarios, e invertimos fuerte y constantemente en marketing digital, incluyendo redes sociales y marketing de correos electrónicos. Recibimos pagos de nuestros proveedores chilenos por acceso a espacios de ventas en nuestros Hipermercados y Supermercados y en conexión con promociones especiales y otros programas de marketing.

### *Argentina*

Así como en Chile, nuestra estrategia de marketing en Argentina se dirige principalmente al aumento de ventas netas y proyección la imagen de nuestra cadena de hipermercados cadena que ofrece servicios de gran calidad y precios competitivos. Nuestros esfuerzos de marketing para Jumbo y Disco en Argentina se dirigen más a los consumidores de niveles de ingreso medianos y altos. Para el nivel de ingresos bajos, operamos supermercados Super Vea. Ubicado principalmente en provincias, los supermercados Super Vea se enfocan en el concepto de los valores de precios de productos y, en consecuencia en ahorro financiero de los consumidores de retail. Nuestro principal método de publicidad en Argentina, marketing en puntos de venta, marketing de masa, principalmente televisión y radio, prensa a nivel nacional y regional, panfletos e insertos en revistas de diarios mayores, constante marketing digital, y marketing con correos electrónicos.

### *Brasil*

Creemos que tenemos una imagen positive a los ojos de nuestros clientes en las locaciones en que operamos, debido a nuestros precios bajos, la alta calidad de servicios que ofrecemos, y el gran rango y calidad superior de productos. Durante 2014 la Compañía decidió tomar una estrategia de marketing a nivel regional en Brasil, nos permitimos una mayor flexibilidad en nuestras compañías lanzadas en el país para cada objetivo de audiencia. Brasil es el único país donde Cencosud actualmente opera con marketing con regional debido a la estructura de sus operaciones ahí.

Nuestro departamento de marketing y agencias de publicidad externa cumple en bases periódicas para analizar y desarrollar nuestra estrategia de marketing, desarrollo de producto y campañas de publicidad. Por esto podemos personalizar y ajustar nuestra estrategia de marketing a tradiciones locales y antecedentes étnicos, un significativo valor. Los proveedores de nuestra marca GBarbosa son principalmente las celebraciones tradicionales brasileras de “Sao Joao” y “Carnaval”.

Por los mayores ingresos de los consumidores, operamos los supermercados Perini, ofreciendo una gran variedad de productos de delicatessen y Premium, y comida producida en la tienda y productos de pastelería. La comunicación de Perini es principalmente directa. Cada segmento de cliente recibe comunicación confeccionada, con actividades y eventos de interés. Nuestros esfuerzos de marketing y publicidad en avisos de televisión regional, prensa local y también en la distribución de panfletos promocionales en nuestras tiendas. Dado que un significativo número de nuestros clientes son de segmentos de mediano y bajos ingresos, y la mayoría son dueñas de casa de mediana edad, avisos de televisión son nuestras principales herramientas de marketing.

Hemos incluido Cartao Cencosud (nuestra tarjeta de marca propia) en nuestras campañas de publicidad por GBarbosa, por ser uno de nuestros principales conductores lealtad de nuestros clientes. En 2014, celebramos nuestro aniversario de ventas conmemorando la llevada de Cencosud al mercado brasiler. Estas celebraciones son acompañadas de ventas especiales en productos seleccionados en nuestras operaciones en Brasil. El resultado de estos esfuerzos fue un incremento inmediato en el tráfico y ventas de estos productos de la oferta.

## *Perú*

Nuestra estrategia de marketing en Perú es segmentada. Nuestra estrategia de marketing por nuestra marca Wong, que se enfoca principalmente consumidores de altos ingresos, se apoya en reconocidos diarios, auspiciadores y promotores de productos y festividades peruanas como “El Corso”, “Evento del Pisco” y otros. Nuestra estrategia de marketing por la marca Metro se apoya más en medios de masa, principalmente televisión, lo que nos permite comunicar ampliamente nuestra oferta y posición de valor a familias de medianos ingresos, un segmento en crecimiento del mercado peruano. Así como en Chile, recibimos colaboraciones de los proveedores peruanos por acceso a los espacios de ventas en nuestras tiendas peruanas y en conexión especial con promociones y otros programas de marketing.

## *Colombia*

2013 fue el Año en que Jumbo y Metro llegó a Colombia. Esto nos dio derecho a realizar la transformación de tiendas de acuerdo a la identidad de cada marca y su lanzamiento al mercado.

En 2014, con las marcas establecidas, nuestro desafío fue el reconocimiento y posicionamiento de Jumbo y Metro dentro de cada objetivo de audiencia y comenzar su consolidación. De acuerdo a lo anterior planeamos enfocarnos en las siguientes áreas:

1. Establecer y fortalecer la propuesta de valor para cada marca a través de atributos que las distinguen nivelando el prestigio de Cencosud y reconocimiento entre los consumidores de Latinoamérica.
2. Construir el “precio imagen” de ambas marcas, reconociendo el hecho como conductor vital para el mercado colombiano.
3. Personalizar las expectativas colombianas de Jumbo y Metro y regionalizar la comunicación para una mejor relación de las necesidades de las consumidores e integrarse en la sociedad colombiano.
4. Resaltar la relación con los consumidores y un mejor funcionamiento de las inversiones en marketing.

## ***Tiendas de Mejoramiento del Hogar***

### *Chile*

Nuestros esfuerzos de marketing de Mejoramiento del Hogar son dirigidos a proyectar nuestra imagen como proveedor de todo aquello que es necesario para la construcción de proyectos pequeños y grandes para la población general, incluyendo desde constructores profesionales a dueños de hogares. Nuestra estrategia de marketing refuerza nuestro compromiso a ofrecer las mejores soluciones para nuestros consumidores a los mejores precios. Nuestra estrategia de marketing se apoya fuertemente en los medios de masa y reciente menes, pero con un gran crecimiento, en medios digitales. Consistente con nuestra política de satisfacción de consumidores, garantizamos los precios más bajos y aceptamos la devolución de productos si el cliente no está satisfecho.

### *Argentina*

En Argentina, adicionalmente a los correos electrónicos y catálogos similares a aquellos distribuidos en Chile, conducimos programación a través de nuestro sitio web, [www.easy.com.ar](http://www.easy.com.ar), televisión y radio que enseña a nuestros clientes cómo usar nuestros productos. También educamos a nuestros clientes a través de clases prácticas en las nuestras tiendas. Nuestras programaciones en televisión y radio aparecen constantemente en Canales locales. En Argentina, también garantizamos la satisfacción del cliente y aceptamos cualquier devolución dentro de los límites de plazo establecidos por las guías de protección al consumir actualmente vigentes.

## ***Grandes Almacenes***

Nuestros Grandes almacenes París tienen un calendario de marketing, con inversiones Fuertes y consistentes en los medios de masa así como en los medios digitales. Nuestra página de Facebook de París tiene más de 1 millón de fans. París es el pionero en la creación de eventos especiales para fans y seguidores de redes sociales. París tiene contratos de publicidad con reconocidas celebridades de la comunidad local, posicionando a París como una marca orientada a mujeres a la moda y modernas.

Desde 2010, París preocupado por el impacto social de los accionistas ha organizado varios proyectos con un impacto positivo en la comunidad y ambiente. “París Parade” se ha convertido en un evento sitio de la ciudad de Santiago para el mes de Diciembre. Este evento, similar al desfile de día del día de acción de gracias de Macy en Nueva York, atrae a más de 1 millón de personas a la avenida principal de Santiago a ver un desfile de enorme globos inflados. Adicionalmente, en 2013, lanzó el programa CSR llamado “Ropa x Ropa,” que alienta al reciclaje de ropa, convirtiendo el gran almacén en una de las principales instituciones de reciclaje en Sudamérica.

## Centros Comerciales

Actividades y programas de marketing para nuestros Centros Comerciales son llevadas a cabo por cada centro comercial. Nuestro objetivo principal marketing es atraer consumidores a nuestros Centros Comerciales a través de publicidad tradicional en televisión, radio y anuncios en diarios así como a través de eventos especiales en los centros Comerciales, incluyendo shows de moda, conciertos, producciones de teatro, catas de vino, clases de cocina y clases de aeróbica además regularmente entregamos regalos a través de loterías a las que los consumidores pueden participar al comprar un producto de uno de los retailers de nuestros Centros Comerciales.

Todos los costos de promociones y marketing de todos los Centros Comerciales son pagados por nuestros arrendatarios como parte de sus pagos de mantención mensual. La contribución de cada arrendatario es proporcional a sus ventas.

## Competencia

La industria del retail es altamente competitiva y se caracteriza por un gran inventario, operaciones de control de gastos y pequeñas márgenes de ganancias como porcentaje de ventas. Las ganancias dependen principalmente de la mantención de altos volúmenes de venta por tienda, compras de productos eficientes y distribución y administración de operaciones de tiendas e inventario efectivo en costos. Gastos en publicidad son necesarios para mantener nuestra posición competitiva en mercados mayores. Competimos principalmente en bases de precio, y de menor forma en la ubicación, selección de mercadería, calidad de mercadería (en particular los perecibles), servicio, condiciones de tiendas y promociones. Nos enfrentamos a una fuerte competencia de internacional y operadores domésticos de Supermercados, Grandes Almacenes, Tiendas de Mejoramiento del Hogar y Centros Comerciales, incluyendo Casino, Carrefour, Wal-Mart, y Falabella.

La siguiente tabla entrega un breve resumen de nuestra posición competitiva cada uno de nuestros mercados principales al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Chile</u>	<u>Argentina</u>	<u>Brasil</u>	<u>Perú</u>	<u>Colombia</u>
Supermercados	2 <sup>nd</sup>	2 <sup>nd</sup>	4 <sup>th</sup>	1 <sup>st</sup>	3 <sup>rd</sup>
Grandes Almacenes	2 <sup>nd</sup>	—	—	*	—
Tiendas Mejoramiento del Hogar	2 <sup>nd</sup>	1 <sup>st</sup>	—	—	—
Centros Comerciales	2 <sup>nd</sup>	2 <sup>nd</sup>	—	—	—

Fuente: ASACH, ABRAS, Nielsen, comunicados de prensa de competidores y estimados de la compañía.

\* Las operaciones de nuestro gran almacén París están iniciando.

Ver “—Apreciación Global de la Industria y Competición” a continuación información respecto a los mercados en los que competimos.

## Sistemas de Administración de Información

Nuestros sistemas de administración de información incluyen tecnología que nos permite automatizar nuestra oficina, distribución, operaciones de caja y analíticas. Nuestro departamento de tecnología es responsable por el apoyo técnico, operaciones, desarrollo y mantención de nuestra administración de sistemas e infraestructura de información. Nuestra equipa se especializa en entrega a nuestra Compañía inteligencia amplia de negocios y de acuerdo a nuestra estrategia de negocio lograr una ventaja competitiva.

Hemos hecho significativas inversiones en la mantención y actualización de nuestra infraestructura de tecnología y sistemas de aplicación y solución de negocios. Nuestros sistemas información personalizada han contribuido significativamente a nuestra competitividad y crecimiento a la fecha, pero también tienen diversa, complicada, cada vez más caras y limitada flexibilidad respecto a la evolución de la tecnología y crecimiento de nuestro negocio. Por esto a inicios del año 2010, comenzamos a simplificar nuestra arquitectura de sistemas. Por ejemplo, el año pasado empezamos la integración de operaciones de nuestros supermercados en Brasil, bajo SAP Retail y la aplicación POS, resultando en operaciones eficientes y ahorro de costos. También hemos estado trabajando en la integración de SAP FICO a nivel regional en Argentina y Colombia desde 2012 y en Perú desde 2013. Finalmente todas nuestras entidades incluyendo las adquiridas recientemente son operadas bajo la misma red de información, compartiendo redes de servicios, teléfono IP y servicios de video conferencias, así como protocolos y herramientas de seguridad de tecnología de información, nos permiten operar a bajos costos y establecer el piso para TI de gran escala integrando a través de las regiones en que operamos.

Estamos en el proceso de ampliar las soluciones de cada negocio simplificando los actuales procesos y mejorar nuestra estrategia de crecimiento. Las soluciones de negocio se basan en tecnología obtenida a través de contratos estratégicos con SAP A.G. Estos proyectos se espera que mejoren un control financiero, optimización de inventario, operaciones de tiendas y suplemento de planificación y ejecución de la cadena. Más allá de lo anterior facilitará y simplificará la incorporación de tiendas nuevas, nos

permiten mantener la competitividad y rápida adaptación de tendencias y necesidades de nuestros consumidores. Esperamos tener la totalidad de nuestra división de supermercado en la plataforma regional SAP para 2016. Para los segmentos de nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar, la plataforma inició su funcionamiento el año 2011 en Chile y fue completada en Argentina y Colombia en 2012. Estimamos que concluiremos el mismo proceso para nuestros segmentos de grandes almacenes el 2016, con París en Perú ya habiendo completado la implementación en 2013. Para la división de servicios financieros en Perú, ya tenemos en funcionamiento de sistemas necesarios para apoyar la apertura de Banco Cencosud y entregar los sistemas necesarios para apoyar las operaciones diarias de nuestro brazo financiero en el país.

Las operaciones, procesos, sistemas y controles del proceso de integración son parte del negocio que adquirimos, estamos trabajando en el fortalecimiento de los mecanismos de control existentes de acuerdo a las provisiones de la Sección 404 de la Ley de Sarbanes Oxley. En conexión con esto creamos una nueva área en nuestro departamento de TI cuyo role es realizar todas las iniciativas de TI relacionadas con el mejoramiento de nuestros control internos y con el cumplimiento de los requerimientos y estándares de la Ley de Sarbanes Oxley. Actualmente, el trabajo se enfoca en mejoramientos a nuestros sistemas para recolectar el control general de información de manera eficiente.

En el caso de la logística, empezamos a implementar SAP WMS (Sistema de Administración de Bodega) en Brasil. La primera implementación comenzó en nuestro centro de distribución de Aracaju; planeamos terminar todos los de distribución en Brasil para 2015.

Estamos implementando mejoras en la infraestructura para estar mejor preparados en caso de catástrofe o fallas claves en el Sistema. Durante el año 2013, establecimos dos centros de información en Santiago y Buenos Aires con la asistencia del servicio global de proveedores, reemplazamos la infraestructura de nuestros sistemas clave para tener redundancia y actualizamos nuestros sistemas claves en ambos centros de información. Nuestros sistemas claves (ERP) ya están en las nuevas plataformas.

### **Seguridad cibernética**

Nuestra plataforma de seguridad nos permite manejar las identidades de los usuarios y asegurar el acceso a fuentes de recuperación. Debemos de revisión de segregación de nuestro Departamento de Seguridad de Información y Departamento Corporativo Auditor. Tenemos acceso a procesos de administración para todas las aplicaciones claves que apoyan las unidades de negocio basadas en Chile, Argentina, Perú, Brasil y Colombia.

Detecciones de ciber ataques al Sistema se encuentran actualmente en funcionamiento, incluyendo firewalls y sistemas de prevención de intrusión. Hemos desplegado soluciones antivirus para puntos de fin y servidores, antispam y antivirus para correo electrónico corporativo y a filtraciones web para soluciones el acceso seguro a internet. Esta infraestructura de Seguridad se ha desplegado en Chile, Argentina, Perú, Brasil y Colombia.

Todas las políticas, procedimientos y herramientas descritas anteriormente también son usados en las operaciones de banco y tarjeta de crédito. Adicionalmente, en 2011 iniciamos un programa para asegurar en cumplimiento con Pago Card Industria Información Security Standard (PCI DSS), un estándar de seguridad de la información para organizaciones que manejan información de titulares de tarjetas de crédito, débito, prepagos, billetera electrónica, cajeros automáticos y POS. A partir de Pago Card Industria Security Standards Council, el estándar fue creado para aumentar los controles de la información de titulares de tarjeta de crédito y reducir fraudes vía su revelación. La validación de su cumplimiento se realiza anualmente por una organización externa que maneja grandes volúmenes de transacciones Qualified Security Assessor (QSA), o por Self-Assessment Questionnaire (SAQ) para compañías que manejan volúmenes más pequeños.

Todos nuestros centros de distribución tienen un nexo de respaldo, entrega no interrumpible de energía y sistemas de emergencia de energía en caso de cualquier interrupción en el suministro de energía o cortes. También diariamente usamos el sistema de respaldo de información y tenemos contratos de servicio para reparar cualquier falla,

En Abril 2009, la página de nuestros centros comerciales Unicenter en Argentina fue hackeada. Por esto nuestros consumidores no pudieron acceder a la página por un corto periodo. No hubo un daño material a nuestras operaciones de negocio. En respuesta a este evento, y para prevenir cualquier futura interrupción, hemos definido recomendaciones de seguridad más estrictas para el desarrollo de Software Software está sujeto a exhaustivas pruebas de seguridad antes que la aplicación sea trasladada en el ambiente de producción y actividades de hacker son realizadas periódicamente para asegurar su seguridad.

En Abril 2014, sufrimos un ataque a nuestra seguridad donde varios sitios web de compañías en Chile fueron atacados por un grupo organizado de hackers. Debido a esto la mayoría de los sitios web debieron ser desconectados. Sufrimos ataques e infiltraciones a dos de nuestros sitios web de información obteniendo acceso a nuestro servidor, pero con un impacto bajo y sin que lograrán obtener información de clientes. Desde que ocurrió esto tenemos acuerdos para remediar debilidades de seguridad en nuestros sitios, incluyendo pruebas a la seguridad de nuestros sitios web por un tercero, fortalecimiento de protocolos y procedimientos de seguridad, proveer entrenamiento apropiado a nuestros administradores de TI, aumento de pruebas periódicas realizadas por equipos de un

tercero especializado, y monitorear en tiempo real la seguridad de nuestros servicios en los sitios web para permanecer alerta frente a cualquier actividad maliciosa.

## Propiedad, Plantas y Equipos

Nuestras propiedades incluyen Hipermercados, Supermercados, Tiendas de Mejoramiento del Hogar, Grandes Almacenes, Centros Comerciales y reservas para la construcción de tiendas y Centros Comerciales. Todas nuestras propiedades están ubicados en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú. Creemos que todas nuestras instalaciones son adecuadas para nuestras necesidades satisfacer nuestras necesidades y cumplir sus propósitos correspondientes.

Somos dueños de nuestra matriz ubicada en Av. Kennedy 9001, Las Condes, Santiago, Chile.

La siguiente tabla establece información respecto a nuestras instalaciones al 31 de Diciembre, 2014:

<u>Segmentos</u>	<u>País</u>	<u>Número de tiendas</u>	<u>Área<sup>(1)</sup></u>	<u>% Arriendo</u>
Supermercados	Chile	201	272	68%
Hipermercados	Chile	37	279	16%
Supermercados	Perú	73	167	51%
Hipermercados	Perú	14	94	38%
Supermercados	Argentina	270	366	57%
Hipermercados	Argentina	20	163	16%
Supermercados	Brasil	178	434	96%
Hipermercados	Brasil	41	167	73%
Supermercados	Colombia	21	4	100%
Hipermercados	Colombia	79	421	15%
Tiendas Mejoramiento del Hogar	Argentina	50	383	28%

<u>Segmentos</u>	<u>País</u>	<u>Número de tiendas</u>	<u>Área<sup>(1)</sup></u>	<u>% Arriendo</u>
Tiendas Mejoramiento del Hogar	Chile	33	313	3%
Tiendas Mejoramiento del Hogar	Colombia	10	82	30%
Grandes Almacenes	Chile	79	375	73%
Centros Comerciales	Argentina	22	746	13%
Centros Comerciales	Chile	25	1,103	27%
Centros Comerciales	Perú	4	123	0%
Centros de Distribución	Argentina	14	227	29%
Centros de Distribución	Brasil	12	147	100%
Centros de Distribución	Chile	9	334	78%
Centros de Distribución	Colombia	9	33	100%
Centros de Distribución	Perú	6	55	100%

(1) En miles de metros cuadrados.

Adicionalmente, rutinariamente compramos propiedades no desarrolladas cuyo uso anticipamos para la construcción de futuros supermercados, Tiendas de Mejoramiento del Hogar y Centros Comerciales. Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos las siguientes propiedades no desarrolladas:

<u>País</u>	<u>Número de propiedades<sup>(1)</sup></u>	<u>Área Total (en metros cuadrados)</u>	<u>Propiedad</u>
Argentina	26	1,439,357	Dueño
Brasil	25	354,253	Dueño
Brasil	21	173,958	Arrendada
Chile	35	2,461,171	Dueño
Chile	7	301,828	Arrendada
Colombia	4	89,953	Dueño
Perú	29	148,210	Dueño
Perú	11	21,230	Arrendada

<u>País</u>	<u>Número de propiedades</u> (1)	<u>Área Total (en metros cuadrados)</u>	<u>Propiedad</u>
Total	158	4,989,960	

(1) Incluye propiedades que actualmente están en construcción.

### Propiedad Intelectual

Los principales servicios y nombres de marca usados en nuestro negocio son *Jumbo, Jumbo Más, Easy, Más Easy, Santa Isabel, Disco, Vea, Paris, Más Paris, París Corredores de Seguros, Banco Paris, Johnson, Puntos Cencosud, Wong, Metro, GBarbosa, y Prezunic* entre otros, y sus respectivos logos, que cubren todos los mayores mercados de Sudamérica. Somos dueños o tenemos derechos sobre el uso de estos nombres y servicios de marcas y sus respectivos logos relacionados. Creemos que nuestro uso, nombre y servicios de marcas son bienes valorables que nos han diferenciado exitosamente de nuestros competidores.

### Seguro

Mantenemos pólizas de cobertura cubriendo, entre muchas otras cosas, incendios, terremotos, inundaciones, actos de terrorismo y responsabilidad del negocio en general. La interrupción del seguro del negocio actualmente no está disponible en Chile en términos que consideremos comercialmente atractivos. La Gerencia cree que la cobertura de seguros es adecuada para nuestro negocio.

### Acuerdos Materiales

Para la descripción de contratos materiales relacionados a nuestro endeudamiento, por favor ver “Ítem 5—Prospectos y Apreciación Global Operativa y Financiera—B. Recursos de Liquidez y Capital —Endeudamiento.”

El 30 de Noviembre, 2012, Cencosud S.A. completó la adquisición de las operaciones del supermercado Carrefour en Colombia, por el precio total de compra de €2 billones. La Compañía remarcó todas las tiendas adquiridas a formato Cencosud en 2013. Ver “Ítem 4. Información de la Compañía—A. Historia y Desarrollo de la Compañía—Historia.”

### Apreciación Global de la Industria y Competencia

Los países en que operamos—Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú—representan una población combinada de aproximadamente 331.0 millones, de acuerdo a la agencia de estadísticas de cada país al año 2014. Chile, nuestro mercado más grande en términos de ingresos de actividades ordinarias, tiene una población de aproximadamente 16.5 millones y experimentó un GDP de crecimiento de 6.0% en 2011, 5.5% en 2012 y se estima que se expandirá un 4.7% en 2013 y 1.8% en 2014, como reporta el Banco Central de Chile. Argentina, nuestro segundo mercado más grande en términos de ingresos de actividades ordinarias, tiene una población de aproximadamente 41.0 millones y, de acuerdo al Banco Central de Argentina, experimentó un GDP anual de crecimiento de 1.9% en 2012, 5.3% en 2013 y 0.5% en 2014, según lo reportado por el Ministerio de Economía de Argentina. Brasil, nuestro tercer mercado más grande en términos de ingresos de actividades ordinarias, tiene una población de aproximadamente 196.5 millones y, de acuerdo al Banco Central de Brasil, experimentó un GDP anual de crecimiento de aproximadamente 0.9% en 2012, 1.9% en 2013 y GDP 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 Almacenes en Chile. Durante el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, 76.2% de nuestros ingresos de actividades ordinarias provino de nuestras operaciones de supermercado, 11.4% de operaciones en mejoramiento del hogar, 9.4% de nuestros grandes Almacenes, 2.0% de nuestros Centros Comerciales y 3.0% de nuestros servicios financieros.

	Año finalizado 31 de Diciembre, 2014					
	<u>Supermercados</u>	<u>Tiendas Mejoramiento o Hogar</u>	<u>Grandes Almacenes</u>	<u>Centros Comerciales</u>	<u>Servicios Financieros operaciones continuadas</u>	<u>Otros<sup>(1)</sup></u>
Ingresos de actividades ordinarias	8,159,237	1,225,616	991,442	214,850	117,679	2,205
Ganancias Brutas	1,955,126	425,274	250,163	186,821	78,632	238
EBITDA Ajustado de operaciones continuadas <sup>(2)</sup>	424,108	119,148	21,854	150,412	38,042	(111,868)

(1) Ver “Ítem 4. Información de la Compañía—B. Apreciación Global del Negocio” para una descripción de nuestro segmentos “Otros”.

- (2) Ver “Presentación de Información Financiera” para la definición de o EBITDA Ajustado y la reconciliación a EBITDA Ajustado a medidas IFRS.

## La Industria de Supermercados

### Chile

Al 31 de Diciembre, 2013, estimamos que la industria de supermercados chilenos está compuesta de aproximadamente 1,372 tiendas a nivel nacional, incluyendo Hipermercados y Supermercados. Al 31 de Diciembre, 2014, el ventas totales netas por Supermercados en Chile creció un 3.9% en comparación al mismo periodo en 2013, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas Chileno durante los últimos tres años, ventas nominales en la misma tienda en nuestros supermercados crecieron un 4.3%, 1.6%, y 4.8% en 2014, 2013 y 2012, respectivamente.

La industria de supermercados chilena se ha caracterizado por la construcción de grandes tiendas (incluyendo más Hipermercados), tanto en bases de libre postura y dentro de Centros Comerciales y otros desarrollos comerciales, y la consolidación de la propiedad en algunos, cadenas de supermercados. Las actuales tendencias de la industria incluyen el aumento diferenciación entre competidores, con algunas cadenas de supermercados enfatizando la estrategia de a bajo precio/bajo servicio, mientras que otros siguen la estigia de precios altos o moderado con altos niveles de servicio. Otras tendencia recientes de la industria de supermercados chilena incluyen el desarrollo de canales especializados de ventas por internet, lo que aumentó los costos por proveedores de marketing, la expansión por cadenas fuera de la región metropolitana de Santiago y a áreas urbanas con menor poder de compra, el crecimiento de productos de marca propia, y aumento de productos orgánicos y comida preparadas.

Como se mencionó anteriormente, creemos que la industria de supermercados chilena en Santiago muestra ciertos signos de saturación saturación, y por esto tiendas recientemente abiertas tienen a canibalizar las ventas de tiendas existentes. Al 31 de Diciembre, 2014, estimamos que el cuarto más grande operador de supermercados en Chile representa sobre 90% de la industria en términos de ingresos netos. Nuestros prospectos de crecimiento en el mercado chileno de retail en el sector de comida probablemente dependerán bastante del futuro crecimiento del GDP chileno o adquisiciones de otras cadenas de supermercados, y no podemos asegurar que alguno de estos hechos ocurrirá. Nuestros competidores incluyen Hipermercados, Supermercados, tiendas de descuentos, tiendas de autoservicio, tradicionales, minimarkets de propiedad familiar en barrios y mercados abiertos. Pese a que la competencia ya es muy intensa en muchas ubicaciones, creemos que la competencia es probable que se intensifique aún más mientras nuestros competidores expandan sus tiendas y mejoren la calidad de sus operaciones y entren nuevos competidores al mercado. La competencia se basa en precio, calidad, variedad, servicio al cliente y ubicación de tienda, con varios competidores enfatizando estos factores en diferentes grados.

La siguiente tabla presenta información respecto a nosotros y nuestros competidores principales en la industria de supermercados chilena al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Wal-Mart Chile</u>	<u>Cencosud</u>	<u>SMU</u>	<u>Falabella (Tottus)</u>
Número de tiendas	380	238	393	52
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	890,000	567,873	575,00	182,892
Porción de mercado <sup>(1)</sup>	38.1%	33.1%	22.9%	6.0%

Fuente: Archivos públicos, INE, ASACH, Nielsen.

- (1) Al 31 de Diciembre, 2014 según ingresos netos reportados de operaciones de supermercado en Chile.

Estimamos que Walmart Chile es la cadena de supermercados más grande en Chile en término de ingresos netos y, al 31 de Diciembre, 2014, operaba 380 tiendas en Chile. Walmart Chile opera cuatro tamaños de tienda diferentes bajo marcas diferentes, que nos permiten apuntar a diferentes segmentos del mercado ofreciendo una combinación de precios bajos cada día, servicio y proximidad. Walmart Chile entró al mercado chileno en Enero 2008, y debido a su asociación con Wal-Mart, creemos que tiene mayor fortaleza al momento de negociar con sus proveedores que nosotros o sus otros competidores. Por esto puede obtener términos de compra más favorables que los nuestros.

Recientes esfuerzos del holding de retail chileno Compañía SMU S.A. (“SMU”) consolidó sobre 50 retailers de comida regionales en Chile en un solo rival integrado que incrementó la competencia en la industria de supermercados chilena. Adicionalmente, en Septiembre 2011 SMU anunció que adquirió al Supermercados del Sur, que estimamos era la cuarta más grande cadena de supermercados en Chile en términos de ingresos a la época. Estos esfuerzos de consolidación aún no han tenido un impacto material, pero percibimos que aumentó el riesgo sobre los intermediarios a largo plazo. Hemos visto una esfuerzos de consolidación similares apuntando a pequeñas ferretería y tiendas “hágalo usted mismo” en la industria de Mejoramiento del Hogar, como la adquisición de SMU de Construmart, el tercer más grande retailer en la industria chilena de Mejoramiento del Hogar en términos de

ingresos. Durante 2013 SMU ha enmendado sus estados financieros para reflejar mejor de contratos de arriendos para sus operaciones. Esto los llevó a reestructurar sus responsabilidades. SMU además anunció que decidió vender Construmart y Monserrat en Chile y Mayorsa en Perú. Adicionalmente, muchas tiendas de supermercado operadas bajo la marca Unimarc. Creemos que otros rivales podrían emerger en el futuro. En Diciembre, 2014 SMU anunció que exitosamente ahora invirtió en el 40% de las acciones de la cadena de supermercados Montserrat por un precio de U.S.\$ 44.3 millones.

Incluso en el 14 de Diciembre, 2011, la *Fiscalía Nacional Económica*, o “FNE”, anunció una investigación en prácticas contra la competencia en la industria de retail de comidas incluyendo varios operadores locales como Cencosud. Detalles de la investigación no se han hecho públicos. Pero, Cencosud cree que ha cumplido todas las regulaciones aplicables al conducir sus negocios. La investigación podría resultar en la imposición de multas en las partes que están siendo investigadas.

En general percibimos una homogeneidad en los precios de retail y términos base de proveedores en Chile entendido como bastante consolidado y caracterizado por estructuras de oligopolios y monopolios entre los retailers, pese que se perciben ventajas a escala.

### **Argentina**

Históricamente, la industria argentina de supermercados fue dominada por los almacenes tradicionales de barrio propiedad de familias. En los 1980s, los supermercados empezaron a proliferar y apareció el primer Hipermercados, una tendencia que se aceleró a principios de 1990s con una expansión significativa de operaciones de supermercados modernos, incluyendo mini mercados, Supermercados e Hipermercados en áreas urbanas. Durante 1990s, los consumidores de compras en almacenes fueron declinando. Desde 1999, el nivel de penetración en el mercado ha permanecido relativamente estable. La industria argentina de supermercados es altamente competitiva y fragmentada, y estimamos que las cuatro más grandes cadenas de supermercados en Argentina dan cuenta por aproximadamente 68% de las ventas totales de supermercado Al 31 de Diciembre, 2014. En Argentina, donde los retailers de como extranjeros han establecido presencia somos un competidor pequeño, enfrentamos una atmósfera más competitiva que en Chile. Creemos que parte de estas compañías de retail de comidas tienen mayores recursos financieros que nosotros. Además hay una fuerte competencia de tiendas independientes e individuales, tiendas no cadena que representan una significativa t creciente parte del negocio de comidas y mercadería en Argentina.

Por muchos años, grandes cadenas de retail internacionales, como Wal-Mart, el retailer más grande de U.S. basado en la capitalización de mercado, y Carrefour han operado en el mercado argentino. Cuando Wal-Mart entró al mercado argentino de retail en 1995, implementado la estrategia de comida de bajos precios se dirigió a capturar una porción del mercado de grandes Hipermercados como Carrefour. Debido a esto la tasa de consolidación de la industria aumentó substancialmente durante años recientes, como grandes formatos de tienda que han aumentado su porción de mercado a costas y a través de compras de tiendas de formatos más pequeños.

La siguiente tabla presenta cierta información de nosotros y nuestros competidores principales en Argentina al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Cencosud</u>	<u>Carrefour</u>	<u>Wal-Mart</u>	<u>Coto</u>
Número de tiendas	290	442 <sup>(2)</sup>	100 <sup>(3)</sup>	130
Porción de mercado <sup>(1)</sup>	17.3%	22.5%	15.3%	14.8%

Fuente: Archivos Públicos, INDEC, Planet Retail.

- (1) En términos de ventas.
- (2) Incluye formato Express
- (3) Tiendas Walmart & Changomas

Nuestro principal competidor en Argentina es Carrefour. Al 31 de Diciembre, 2014, Carrefour operaba 442 tiendas. Parte de la ventaja competitiva de Carrefour proviene de sus bajos precios y campañas promocionales agresivas en la época de temporadas especiales junto a una estrategia de multiformato.

Esperamos que este ambiente altamente competitivo continúe ejerciendo presión en nuestros resultados de operaciones en este mercado.

### **Brasil**

La industria brasilera de retail es altamente fragmentada. Pese a la consolidación dentro de la industria brasilera de retail, de acuerdo a ABRAS, en 2012, las 20 más grandes cadenas de supermercados representaban sólo aproximadamente 76% de la industria de retail de comida. De acuerdo a ABRAS nuestras tiendas daban cuenta por aproximadamente 4.2% de las ventas brutas de toda la

industria de retail de comida brasilera en 2013. Creemos que futuras adquisiciones involucrarán principalmente tiendas de pequeños tamaños. Otra tendencia en la industria de retail de comida es que las grandes cadenas migran a pequeños locales, como Tesco Express y e local Sainsbury.

Como establece la siguiente tabla, de acuerdo a información de ABRAS, en 2013, los diez más grandes retailers registraron ingresos de aproximadamente R\$140 billones, conduciendo negocios en aproximadamente 3,301 tiendas

Compañía	Ingresos brutos		Número de Tiendas	Espacio disponible por ventas (metros cuadrados)	Número of Checkouts	Empleados
	(R\$ millones)	%				
Companhia Brasileira de Distribuicao	64,405	27.76%	14,993	2,752,860	16,079	156,342
Carrefour	34,012	14.66%	241	NA	NA	64,776
Wal-Mart Brasil	28,477	12.27%	544	1,544,074	9,381	75,475
Cencosud Brasil	9,811	4.23%	221	596,746	2,962	35,133
Zaffari	3,765	1.62%	30	132,454	852	9,691
<b>Total—quinta más grande</b>	<b>140,472</b>	<b>60.55%</b>	<b>3,035</b>	<b>5,026,134</b>	<b>29,274</b>	<b>341,417</b>
Condo Super Center Ltda	3,190	1.38%	918	128,024	852	9,716
Irmão Muffato & Cia	3,111	1.34%	820	131,295	1,003	9,115
Supermercados BH	2,848	1.23%	1,120	113,340	1,300	12,200
Sonda	2,639	1.14%	847	86,428	905	8,075
A Angeloni	2,364	1.02%	652	107,096	691	9,547
<b>Total—décima más grande</b>	<b>154,626</b>	<b>66.65%</b>	<b>33,451</b>	<b>5,592,317</b>	<b>34,025</b>	<b>390,070</b>

Fuente: ABRAS.

\* Nota ventas por compañías durante el periodo 2013

Nuestro competidor principal en Brasil es Bompreço, una compañía controlada por Wal-Mart. Ranqueada como tercera en ventas en Brasil, de acuerdo a ABRAS. Bompreço es el más grande retailer en el noreste de Brasil, donde creemos que tenemos la posición número dos en términos de ventas, y es nuestro competidor nuestro competidor en los estados de Sergipe, Bahia y Alagoas, con seis, 54 y ocho tiendas, respectivamente. También competimos contra Companhia Brasileira de Distribuição, a través de sus marcas Extra, Assai y Pao de Azucar, en varios de nuestros mercados. En Minas Gerais, también competimos contra Carrefour a través de sus marcas Carrefour y Atacadao. Creemos que tenemos la posición número uno en términos de ventas en ese estado. En Rio de Janeiro, donde creemos tener la posición número tres en términos de ventas, competimos contra Guanabara y Mundial. También competimos contra ferias abiertas y retailers de pequeño y mediano tamaño que compran sus productos de manera informal a través de redes de distribución que obtienen precios más bajos que los aquellos que nos cargan nuestros proveedores.

### Perú

Al 31 de Diciembre, 2014, estimamos que la industria peruana de supermercados fue compuesta de aproximadamente 237 tiendas a nivel nacional, incluyendo Hipermercados y Supermercados. Creemos que la penetración de supermercado para el área metropolitana de Lima fue aproximadamente 35.0 % resultando en qué País promedió menos de 20.0 %. Un gran porcentaje de consumo en Perú es todavía servido por comercio informal. Pequeños almacenes, tiendas pequeñas y mercados al aire libre tienen un importante rol en esta industria con alrededor de 75% de la porción de mercado al 2014. El nivel de competencia y la identidad de competidores han cambiado sobre los últimos años.

La siguiente tabla presenta información respecto nosotros y nuestros competidores principales en Perú al 31 de Diciembre, 2014:

	Cencosud	Supermercados Peruanos	Tottus (Falabella)
Número de tiendas	87	101	40
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	261,700	269,718	182,892

Fuente: Archivos Públicos.

Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, creemos fuimos el operador más grande de Supermercados en Perú en términos de ventas netas en base a comparaciones contra información de Archivos Públicos de nuestros competidores principales al 31 de Diciembre, 2014. Nuestros competidores principales en el formato de hipermercados son en Retail, controlados por la familia

Rodriguez Pasto, quienes también controlan el grupo financiero peruano Intergroup, a través de sus marcas Plaza Veja, Plaza Veja Super y Vivanda y Tottus, controlado por Falabella.

### **Colombia**

El mercado de retail colombiano es conducido principalmente por el nivel general de actividad económica y el crecimiento per cápita de ingresos disponible en Colombia. Desde la recesión emergente a inicios de 2000s, la economía colombiana ha experimentado un crecimiento significativo y mejoras en las condiciones de seguridad. De acuerdo a DANE, las ventas totales de retail incluyendo el comercio formal e informal y otros canales, como premisas de outlets de comida y farmacias, se mantenían en U.S.\$15 billones en 2012 con 76% de ventas totales realizadas por mercado normal siendo controlado por los cuatro más grandes operadores del país. Creemos que el crecimiento futuro en el sector de retail será movido por, entre otras cosas, la expansión económica y el aumento de disponibilidad de créditos para los consumidores en Colombia

El sector de retail de comida en Colombia comprende varios tipos de tiendas, incluyendo Supermercados de propiedad privada, limitados a almacenes y minimarkets, cooperativas de mercado subsidiadas por el gobierno conocidas como *cajas de compensación*, tiendas de especialidad (como carnicerías y pastelerías) y operaciones de entrega. Un gran número de colombianos también compra a través de canales informales, como almacenes de barrio y mercados de comida al aire libre.

El ambiente macroeconómico positivo en años recientes ha contribuido al crecimiento de tanto el mercado formal como informal. En los últimos años, el Mercado formal ha crecido a un ritmo más rápido que el informal movido principalmente por un aumento en el poder de compra, estrategias de penetración agresivas por retailers formales bien capitalizados que han reducido la ventaja de proximidad de los mercados informales, mejores opciones de empaque en los canales formales incluyendo mejor presentación a precios competitivos, y crecientes ofertas de productos de crédito para grandes retailers. El mercado formal de retail se espera que continúe creciendo en el mediano término debido al fuerte punto macroeconómico, aumentando la consolidación de mercado y la penetración relativamente baja en comparación en otros países. Creemos que el crecimiento del mercado formal también será conducido por un aumento en la concentración de la población de Colombia en centros urbanos. Colombia tiene una población de aproximadamente 47 millones, 46% tiene alrededor 25 años. El negocio de retail de comida y mercadería en Colombia es altamente competitivo y se caracteriza por un aumento en la presión en márgenes de ganancia. El número y tipo de competidores y el grado de competencia experimentado por cada una de nuestras tiendas varía por locación. La competencia ocurre principalmente en bases de precio, ubicación, selección de mercadería, calidad de mercadería (en particular por los perecibles), servicio, condiciones y promociones de tiendas.

La siguiente tabla presenta información respecto a nosotros y nuestros competidores principales en Colombia al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Cencosud</u>	<u>Éxito</u>	<u>Olímpica</u>
Número de tiendas	100	537	260
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	425,196	818,132	282,980

Fuente: Archivos Públicos.

### **Industria de Mejoramiento del Hogar**

#### **Chile**

Creemos la industria chilena de mejoramiento del hogar es la más desarrollada en Sudamérica. Pero, es todavía altamente fragmentada entre grandes operadores y varias ferreterías (algunas se han asociado a empresas como MTS y Chilemat). El crecimiento de los principales operadores de la industria se basa en la expansión de las industrias de construcción y hogar en Chile, así como la consolidación del sector.

La industria chilena de mejoramiento del hogar es altamente competitiva y ha estado sometida a un aumento en su consolidación. En 1998, Home Depot entró al mercado chileno y fue subsecuentemente adquirido por Falabella, a través de sus tiendas subsidiarias Home en 2001. En Noviembre 2002, compramos una cadena de tiendas chilenas de mejoramiento del hogar y productos de agricultura, Proterra. En Enero 2011, el holding chileno de retail Compañía SMU adquirió el total de acciones de capital de la cadena de ferreterías Construmart, operando un número de tiendas bajo la marca Construmart con un tamaño promedio de 2,500 metros cuadrados siendo el tercer operador más relevante en el mercado de mejoramiento del hogar.

La industria de mejoramiento del hogar apunta al mejoramiento del hogar, reparaciones y mantención, y construcción. Los consumidores en este sector incluyen dueños de casa, pequeños contratistas y grandes compañías de construcción buscando materiales para nuevos proyectos. Este sector se caracteriza por la alta sensibilidad de precios y por altos niveles de variedad de productos.

La siguiente tabla presenta información respecto nosotros y nuestros competidores mayores en Chile, al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Sodimac</u>	<u>Cencosud</u>
Número de tiendas	84	33
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	689,217	313,500

Fuente: Archivos Públicos, estimados internos.

Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, estimamos que fuimos el segundo operador más grande de Tiendas de Mejoramiento del Hogar en Chile en términos de ventas netas en comparación contra información pública de nuestros competidores principales al 31 de Diciembre, 2014. Al 31 de Diciembre, 2014, Sodimac operaba 84 Tiendas de Mejoramiento del Hogar con un total de 689,217 metros cuadrados de espacio de ventas. Su ventaja competitiva proviene de su estructura multi-formato, con sus tiendas Sodimac Homecenter que son similares a nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar Easy, así como sus tiendas Sodimac Constructor que se dirigen a constructores profesionales, y sus bodegas Sodimac Empresas que entregan la eficiente entrega de materiales de construcción en Antofagasta, Viña del Mar, Santiago y Talcahuano principalmente usada por grandes compañías de construcción. Sodimac también acepta la tarjeta de crédito CMR de abierto uso de Falabella que tiene una mayor penetración en el mercado que nuestra tarjeta de crédito Cencosud.

### ***Argentina***

Creemos que la industria de mejoramiento del hogar argentina está compuesta por más de 70 tiendas de mejoramiento del hogar a nivel nacional, de las que operamos 50 al 31 de Diciembre, 2014. Las tiendas restantes son operadas por Sodimac, Hiper Tehuelche y Barugel Azulay. También hay varias ferreterías pequeñas más especializadas y tiendas de suministro de construcción. Previo al año 2002, nos enfrentamos a la competencia de Home Depot (Argentina) hasta nuestra adquisición de sus operaciones argentinas en Febrero 2002. Nos enfrentamos a una fuerte competencia con ferreterías y tiendas de especialidad dedicadas a áreas específicas de construcción y mejoramiento del hogar. Hasta 2007, cuando Sodimac entró al mercado, éramos la única gran tienda de mejoramiento del hogar cadena en Argentina, con 17% de porción de mercado, de acuerdo a nuestros estimados. Creemos que el mercado argentino de mejoramiento del hogar mercado todavía ofrece mucho espacio para su consolidación, permitiéndonos crecer en los años siguientes.

La siguiente tabla presenta información respecto nosotros y Sodimac, nuestro competidor principal en Argentina, al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Cencosud</u>	<u>Sodimac</u>
Número de tiendas	50	8
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	383,786	84,289

Fuente: Archivos Públicos de Falabella, estimados internos.

Para el año Finalizado 31 de Diciembre, 2014, estimamos que somos el operador más grande de tiendas de Mejoramiento del Hogar en Argentina en términos de ventas netas basados en comparación contra información pública de nuestros competidores principales al 31 de Diciembre, 2014. Nuestro competidor principal en Argentina es también Sodimac, que opera 8 tiendas de Mejoramiento del Hogar con un total de 84,289 metros cuadrados de espacio de ventas al 31 de Diciembre, 2014.

### ***Colombia***

Creemos la industria de mejoramiento del hogar colombiana es la menos desarrollada en los países donde competimos. Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, había 44 Tiendas de Mejoramiento del Hogar. Por esto la industria es altamente fragmentada y compuesta de tanto retailers generales y especializados.

Nuestro competidor principal es Sodimac HomeCenter, joint venture entre el Grupo colombiano Corona (51%) y la chilena Falabella (49%), compitiendo en el mercado de mejoramiento del hogar en Colombia desde 1993.

La siguiente tabla presenta información respecto nosotros y Home Center, nuestro competidor principal en Colombia, al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Sodimac</u> <u>Home Center</u>	<u>Cencosud</u>
Número de tiendas	34	10
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	331,441	82,319

Fuente: Archivos Públicos de Falabella, estimados internos.

### La industria de grandes almacenes chilena

La industria de grandes almacenes en Chile tiene sus orígenes en 1889, cuando Salvatore Falabella abrió una tienda de costura en Chile tras su arribo de Italia. Nuestras operaciones de grandes almacenes tienen sus orígenes a la fundación de la Mueblería Paris, una tienda de muebles fundada en 1900 por José María Couso. La tienda luego cambió su nombre a Almacenes París debido a la incorporación de líneas de productos adicionales. Desde entonces, otras compañías han entrado en el mercado chileno y la industria ha experimentado una intensa consolidación. Almacenes París fue pionero en esta industria lanzando en 1970s la primera tarjeta de crédito emitida por un retailer, movimiento que luego fue imitado por Falabella y el competidor más pequeño Ripley. En 1990s, luego de la bancarrota de Muricy, Almacenes París adquirió mejores ubicaciones en los Centros Comerciales Parque Arauco y Mall Plaza Vespucio. En 1996, Almacenes París se volvió en una sociedad abierta registrada en la Bolsa de Valores de Santiago. Empresas Almacenes París S.A. fue luego adquirida por Cencosud en Marzo 2005.

Nuestro competidor principal en Chile es Falabella, que es más grande que París y Johnson en términos de ingresos. La industria de grandes almacenes en Chile es muy madura y altamente competitiva. Competimos por consumidores con retailers de especialidad, tradicionales y Grandes Almacenes, cadenas de tiendas nacionales, boutiques, tiendas de especialidades individuales y firmas directas de marketing. Competimos por consumidores principalmente en bases de calidad y moda, servicio de consumidor, valor, variedad y presentación de mercadería, marketing y Programas de Lealtad. Algunos de estos competidores tienen mayores recursos financieros que nosotros.

La siguiente tabla presenta información respecto nosotros y nuestros competidores principales Al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Falabella</u>	<u>Cencosud</u>	<u>Ripley</u>	<u>La Polar</u>
Número de tiendas	45	79	43	38
Espacio total de ventas (metros cuadrados)	304,994	375,586	276,080	159,000

Fuente: Archivos Públicos de Falabella, Archivos Públicos de Ripley y estimados internos.

Para el año Finalizado el 31 de Diciembre, 2014, creemos que fuimos el segundo operador más grande de Grandes Almacenes en Chile en términos de ventas netas de acuerdo a comparaciones con información pública de nuestro competidor principal a la misma fecha. Estimamos que Falabella es el más grande almacén operado en Chile en términos de ingresos y, al 31 de Diciembre, 2014, operaba 45 Grandes Almacenes con un total de 304,994 metros cuadrados de espacio de ventas. Las tarjetas de crédito y Programas de Lealtad de Falabella son muy conocidas en el mercado. En las mismas bases, creemos que Ripley es el tercer más gran almacén operado y, al 31 de Diciembre, 2014, operaban 43 Grandes Almacenes con un total de 276,080 metros cuadrados de espacio de ventas. Muchos de nuestros competidores tienen una activa división de servicios financieros que apoya sus actividades de retail, y tanto Falabella y Ripley operan bancos enfocados a préstamos a consumidores.

### La industria de centros comerciales

#### *Chile*

El primer Centro Comercial en Chile, Cosmocentro Apumanque, abrió en 1981. Las ventas de Centros Comerciales como porcentaje de ventas totales de retail en el país aumentó continuamente desde entonces, de acuerdo al Consejo Chileno de Centros Comerciales. Pero, la mayoría de ventas de retail en Chile todavía se dan en tiendas por sí solas, de acuerdo al Consejo Internacional de Centros Comerciales. Entramos a la industria de centros comerciales en Chile a principios de 1990s con el centro comercial Alto Las Condes.

La industria de Centros Comerciales en Chile es altamente competitiva y al 31 de Diciembre, 2014, era compuesta por más 45 Centros Comerciales a nivel nacional, la mayoría de estas son operadas por nosotros, Grupo Plaza (controlada por Falabella), Parque Arauco y Espacio Urbano (controlada por Walmart Chile), de acuerdo a estimados internos y públicos. Los Centros Comerciales no sólo compiten con otros Centros Comerciales, sino también con un número en incremento de tiendas de retail individuales.

La siguiente tabla entrega información respecto nosotros y nuestros competidores en Chile al 31 de Diciembre, 2013:

	<u>Área arrendable bruta<sup>(1)</sup></u>	<u>Porción de mercado</u>
Grupo Plaza (Falabella)	832	22%
Espacio Urbano <sup>(2)</sup> (Wal-Mart)	615	16%
Cencosud <sup>(2)</sup>	1,103	29%
Parque Arauco S.A. <sup>(3)</sup>	306	10%

Fuente: Consejo Chileno de Centros Comerciales y Archivos Públicos por Falabella, Parque Arauco y Walmart Chile, así como estimados internos.

- (1) En miles de metros cuadrados.
- (2) Incluye áreas arrendadas a compañías relacionadas.
- (3) Área arrendable bruta ajustada para reflejar la participación de propiedad proporcional en cada centro comercial.

Al 31 de Diciembre, 2014, somos operador de Centros Comerciales más grandes en Chile en términos de espacio bruto arrendable de acuerdo a nuestras comparaciones contra información pública de nuestro competidor principal al 31 de Diciembre, 2014. Como se nota en la tabla anterior, nuestros competidores principales incluyen Grupo Plaza, Espacio Urbano y Parque Arauco. El centro comercial Parque Arauco está ubicado cerca y compite directamente con dos de nuestros más grandes Centros Comerciales, Alto Las Condes y Costanera Center. Parque Arauco ofrece muchos de los mismos servicios que ofrece el Alto Las Condes y Costanera Center, incluyendo amplio espacio de estacionamiento de vehículos y Grandes Almacenes mayores.

El 13 de Junio, 2012, abrimos el centro comercial Costanera Center, una marca en el desarrollo de la ciudad de Santiago, con un total bruto arrendable de 140,000 metros cuadrados. Al 31 de Diciembre, 2014, la ocupación de estos Centros Comerciales fue 98% y tiene más de 3 millones de visitantes por mes.

### ***Argentina***

En 2014, de la industria de Centros Comerciales estaba compuesta por más de 36 Centros Comerciales, la mayoría estas son operadas por IRSA Inversiones Representaciones S.A. (“IRSA”) y Cencosud. Como en Chile, los Centros Comerciales son relativamente nuevos en el mercado de Argentina, y la mayoría de ventas de retail se realizan en tiendas de retail individuales, de acuerdo al Consejo Internacional de Centros Comerciales.

La siguiente tabla presenta información respecto nosotros y nuestro competidor principal en Argentina, IRSA, al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Porción de mercado</u>	<u>Área arrendable bruta<sup>(1)</sup></u>
IRSA	17%	311
Cencosud	41%	747

Fuente: Cencosud y IRSA.

- (1) Incluye área usada por compañías afiliadas.

Al 31 de Diciembre, 2014, éramos el primer operador de Centros Comerciales en Argentina en términos de espacio bruto arrendable, con una porción de mercado de 41% basado en comparación con información pública de nuestro competidor principal al 31 de Diciembre, 2014. Nuestro competidor principal en el mercado de centros comerciales en Argentina es IRSA que posee y opera el centro comercial Abasto, Alto Palermo, Alto Avellandada, Paseo Alcorta y Patio Bullrich, entre otros.

### ***Perú***

En 2014, estimamos que la industria de Centros Comerciales peruana estaba compuesta por más de 30 Centros Comerciales, la mayoría de estos son operados por Real Plaza (asociada con el Grupo Interbank que también opera Supermercados Peruanos), Falabella, Aventura Plaza, Parque Arauco y Jokey Plaza. La industria centros comerciales es relativamente nueva en el mercado en Perú, y la mayoría de las ventas de retail se llevan a cabo en tiendas de retail individuales.

La siguiente tabla establece la porción de mercados mantenida por el mayor operador de centros comerciales en Perú al 31 de Diciembre, 2014:

	<u>Área arrendable bruta<sup>(1)</sup></u>	<u>Porción de mercado<sup>(2)</sup></u>
Real Plaza (Interbank)	613	20.3%
Aventura Plaza	234	9.1%
Open Plaza	274	10.7%
Jockey Plaza	156	6.1%
Parque Arauco	124	9.9%
Cencosud	123	4.8%

Fuente: registros de la Compañía

(1) En miles de metros cuadrados.

(2) Basado en Área arrendable bruta e incluyendo sólo el operador mostrada.

Nuestro principal Centro Comercial Perú es Plaza Lima Sur con un supermercado y área arrendable de 40,160 metros cuadrados, que eran una porción de mercado de aproximadamente 4.8% del mercado de centros comercial, basado en un área arrendable bruta al 31 de Diciembre, 2014. Creemos que el mercado de centros comerciales en Perú tiene un alto potencial de crecimiento, y estamos actualmente desarrollando Centros Comerciales adicionales en Perú.

En Junio 2012, abrimos un adicional centro comercial en Perú, ubicado en la zona de Miraflores de Lima, con una tasa ocupación de 100%, 19 tiendas y un área arrendable bruta de 1,196 metros cuadrados. En 2013, abrimos otro Centros Comercial en la ciudad de Arequipa llamada centro comercial Cerro Colorado.

### **Regulaciones Medioambientales y Cumplimiento**

En Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú, estamos sujetos a un amplio rango de regulación y supervisión gubernamental aplicable a compañías en cada negocio en cada País, incluyendo leyes laborales, de seguridad social, salud pública, protección a los consumidores y medioambientales, de valores y anti monopolio. Estas incluyen regulaciones a para asegurar condiciones sanitarias y de seguridad en instalaciones de ventas y distribución de comida y requerimientos para obtener permisos de construcción para nuestras nuevas instalaciones. Creemos que cumplimos todos los aspectos materiales de las regulaciones estatutarias respecto a nuestro negocio en cada país en que operamos, incluyendo regulaciones aplicables medioambientales.

La regulación de asuntos relacionados a la protección del medioambiente no está tan desarrollada en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú como en Estados Unidos y otros países. De acuerdo a esto anticipamos que leyes y regulaciones adicionales serán promulgadas en el tiempo en estos países respecto a asuntos medioambientales. Creemos que no hay ningún procedimiento judicial o administrativo material pendiente contra nosotros respecto asuntos medioambientales y estamos en cumplimiento de todos los aspectos materiales respecto regulaciones medioambientales en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú. No podemos asegurar que el futuro desarrollo legislativo regulatorio no impondrán restricciones contra nosotros que fuesen materiales.

### **Chile**

Nosotros y todas nuestras subsidiarias con operaciones en Chile estamos sujeto a la *Ley de Protección al Consumidor*. El cumplimiento de *Ley de Protección al Consumidor* es ejecutado por el SERNAC. Aparte de los descritos en “Ítem 8. Información Financiera—A. Estados consolidados y Otras Informaciones Financieras—Procedimientos Legales y Administrativos,” no tenemos ningún procedimiento material respecto a la *Ley de Protección al Consumidor*, y creemos que cumplimos con todos los aspectos materiales de esta ley.

Nuestros supermercados están sujetos a inspección por la correspondiente *Secretaría Regional Ministerial de Salud* o “SEREMI de Salud”) que inspecciona en bases regulares y toma muestras para análisis Supermercados. Regularmente contratamos un inspector privado para inspeccionar las instalaciones de la Compañía para asegurarnos el cumplimiento o sobrepasar los estándares de salud chilenos. Nuestros supermercados son también sujetos a inspecciones por el *Servicio Agrícola y Ganadero* o “SAG”. Concesionarios que operan Farmacias dentro de algunos de nuestros supermercados son también sujetos a licenciamiento e inspección por el SEREMI de Salud. Salvo las licencias gubernamentales requeridas para la venta de bebidas alcohólicas, bienes horneados, farmacéuticos, mariscos y vegetales y negocios personalizados requeridos por autoridades gubernamentales locales, no hay licencias o permisos gubernamentales especiales requeridos para la venta y distribución de comida u otros productos vendidos por nosotros.

Adicionalmente, las autoridades antimonopolio chilenas tienen amplios poderes regulatorios para rechazar adquisiciones que consideran tendrán efectos competitivos adversos en el mercado relevante o promoverán comportamientos anticompetitivos. Las autoridades antimonopolio de vez en cuando rechazarán la autorización de ciertas adquisiciones, como el rechazo a la propuesta de Falabella de adquisición de D&S en Enero 2008.

*Banco París* y CAT se encuentran bajo la supervisión de la SBIF, y París Corredores de Seguros Limitada se encuentran bajo la supervisión de la SVS. Adicionalmente, *Banco París* está sujeto a la *Ley General de Bancos* y sus regulaciones, y es inspeccionado por la SBIF al menos una vez al año. La inspección incluye una revisión de las políticas y procedimientos de riesgos operacionales y otros asuntos como el servicio de consumidor, reglas de contabilidad, tasa de interés, información y operaciones de tecnología y financieras. *Banco París* cumple todos los requerimientos materiales respecto las regulaciones de las que es sujeto.

CAT comenzó sus operaciones de su tarjeta de crédito en 2003 y hasta 2006 no fue sujeto de regulaciones especiales. En 2006 la SBIF emitió un set de regulaciones especiales que apuntaban al negocio de tarjetas de crédito y partió con la supervisión de compañías relacionadas con la emisión u operación de tarjeta de créditos, incluyendo CAT, u otros sistemas similares, donde el operador asume obligaciones monetarias al público. Incluso el SERNAC regula emisores de tarjetas de crédito que emiten retailers en asuntos relacionados con la protección de los consumidores. Hay una tasa de interés máxima que puede ser cargada, pero hay ciertos cargos que no son considerados por propósitos que nos permiten incrementar nuestros márgenes.

Cencosud Administradora de Tarjetas S.A. (“CAT”) fue un demandado en una acción presentada por el SERNAC. El 24 de Abril, 2013, la Corte Suprema de Chile falló a favor del SERNAC ordenando a CAT el reembolso a algunos titulares de tarjetas por gastos de mantención excesivos cargados desde 2006 más ajustes por inflación e interés. Al 31 de Diciembre, 2014 la Compañía continúa con una provisión por Ch\$1,887 millones para reembolsos principales en conexión con estas acciones, y adicionalmente, a Ch\$759 millones por interés e inflación.

El 13 de Diciembre, 2013, una enmienda a la Ley N° 18,010 (que gobierna las operaciones de crédito) se volvió efectiva. La enmienda resultó en varias modificaciones a las entonces existente Reglas, incluyendo: (i) el establecimiento de límites de interés más bajos cargados a montos pendientes bajo UF 200, (ii) reducciones en el monto de cargos cobrados por prepago, y (iii) un aumento del periodo mínimo previo el pago anticipado podría ser sujeto de demandas por transacciones de UF 200 o bajo, a 60 días.

París Corredores de Seguros Limitada obtuvo en 1998 una corredora de seguros la autorización de la SVS y es sujeto a su supervisión y regulaciones. París Corredores de Seguros Limitada cumple todos los aspectos materiales de las regulaciones a las que se encuentra sujeto.

Debemos obtener permisos y autorizaciones para operar nuestros Centros Comerciales, que incluyen la aprobación de *Dirección de Obras Municipales* correspondiente, entre otros. Adicionalmente debemos obtener permisos de construcción para todos nuestros nuevos proyectos y cumplir con las regulaciones de uso, inmobiliario comercial y medioambientales.

Por una iniciativa de la Presidente Michelle Bachelet el Congreso chileno aprobó la modificación al Código Laboral chileno enmendando las normas de empleo de establecimientos de retail en domingos y vacaciones. Ambas cámaras agregaron 7 domingos al año de días libres. La enmienda aumentó los días libres de dos domingos al mes, que ya se encontraba contemplado en la ley laboral. Los sueldos por hora también fueron enmendados por esta iniciativa implementando un cargo mínimo de 30% de lo ya acordado en salarios por horas en domingo. Las comisiones y bonos no se consideraron al calcular este cargo. El derecho de un empleado a tener un número de domingos asignados no es negociable y los empleadores no pueden compensar en efectivo o por cambiar el número de domingos de un año al siguiente.

Este proyecto actualmente está pendiente de aprobación presidencial. A este punto Cencosud no anticipa que la promulgación de este Proyecto tenga un efecto materialmente adverso en nuestras operaciones o condición financiera.

## **Argentina**

Nosotros y todas nuestras subsidiarias con operaciones en Argentina están sujetas a la Ley de Protección al Consumidor. El cumplimiento con la mencionada Ley es ejecutado por la *Secretaría de Comercio Interior* a nivel nacional nivel. A nivel provincial y municipal, hay numerosas agencias que también castigan las violaciones. No tenemos ningún procedimiento material contra nosotros por parte de la *Ley de Protección al Consumidor*, y creemos que cumplimos todos los aspectos materiales de esta Ley.

Nuestros supermercados están sujetos a la inspección de autoridades nacionales, provinciales y municipales, incluyendo el *Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria*, *Administración Nacional de Medicamentos, alimentos y Tecnología Médica* (“ANMAT”) y la *Secretaría de Comercio Interior*. Regularmente contratamos una compañía de inspección privada que realiza inspecciones privadas de nuestras instalaciones para asegurar que cumplan o sobrepasen los estándares de salud de Argentina. Las concesionarias que operan Farmacias dentro de nuestros supermercados también están sujetas a licenciamiento e inspección por ANMAT. Salvo por las licencias gubernamentales requeridas para la venta de bebidas alcohólicas, bienes horneados, farmacéuticos, carne, mariscos y vegetales y licencias de negocios personalizadas requeridas por autoridades locales gubernamentales, no hay licencias o permisos especiales requeridos para la venta y distribución de comida u otros productos vendidos en nuestras tiendas. Se exige que nuestros supermercados, Centros Comerciales y Tiendas de Mejoramiento del Hogar en Argentina tengan una serie de autorizaciones y permisos para operar. También nuestros nuevos proyecto en la provincia de Buenos Aires requieren cumplí con la

Ley 12.573 respecto a áreas comerciales mayores para obtener las autorizaciones necesarias. Los supermercados existentes y en proyecto deben cumplir con las regulaciones respecto al uso, inmobiliario comercial y el medio ambiente.

Nuestras operaciones de tarjeta de crédito operaciones deben cumplir la Ley de Tarjetas de Crédito Ley y sus regulaciones, ejecutadas por la *Secretaría de Comercio Interior*. También debemos cumplir las regulaciones emitidas por el Banco Central de Argentina.

Adicionalmente, la Comisión Antimonopolio de Argentina tiene amplios poderes regulatorios y tiene autoridad para rechazar adiciones que considere que generen efectos competitivos adversos en el mercado relevante mercado o que promueven el comportamiento anticompetitivo.

## **Brasil**

Debemos cumplir una serie de regulaciones gubernamentales y someternos a la supervisión generalmente aplicable a compañías que realizan negocios en Brasil, incluyendo regulaciones federales, estatales y municipales, como leyes laborales, de salud pública y medio ambiental. Para que nuestras tiendas en Brasil abran y operen, necesitamos permisos y aprobaciones de sitio, un certificado de inspección del departamento de bomberos local así como permisos de salud y seguridad. Nuestras tiendas deben someterse a inspecciones de autoridades municipales. Creemos que cumplimos todos los aspectos materiales respecto a las regulaciones estatutarias y administrativas aplicables a nuestro negocio.

Las operaciones de nuestro negocios en Brasil son principalmente afectadas por un set de reglas de protección a los consumidores en asuntos como publicidad, etiquetado y créditos de consumidores. Creemos que cumplimos todos los aspectos materiales respecto a las regulaciones de protección a consumidores.

Debido a la inflación significativa durante largos periodos en el pasado, era una práctica común en Brasil no etiquetar ítems individuales. Pero, una regulación federal establece que productos expuestos a consumidores deben contener información respecto precios (por ejemplo etiquetas con precio, signos o códigos de barra que puedan ser leídos por escáner) para facilitar la identificación de precios de cada producto por los consumidores. En cumplimiento de estas nuevas Reglas, información de precios debe estar físicamente adjunta o adyacente al producto. Cuando se usan códigos de barra, el establecimiento comercial debe proveer escáner fácilmente accesible. Creemos que cumplimos todas estas provisiones.

El Congreso brasilero está discutiendo un Proyecto que requiere un análisis previo del impacto por la construcción de hipermercados de sobre 1,000 metros cuadrados en el barrio relevante. La regulación propuesta busca proteger los retailers de propiedad de familias tradicionales que han estado disminuyendo su porción en el mercado de Brasil frente a cadenas e Hipermercados. Las regulaciones de este tipo ya existen a nivel municipal. Por ejemplo, autoridades gubernamentales en la ciudad de Porto Alegre en el estado de Rio Grande do Sul emitieron una ordenanza en Enero 2001 prohibiendo la construcción de tiendas de retail de comida con área de ventas de más de 1,500 metros cuadrados, que en Mayo 2005, fue enmendada por un incremento de 1,500 a 2,500 metros cuadrados de área de ventas de tiendas de retail de comida. Otras regiones brasileras pueden adoptar leyes similares, y si el proyecto pendiente ante el Congreso de Brasil se convierte en Ley, nuestra futura expansión y crecimiento puede enfrentar graves limitaciones.

Adicionalmente, las autoridades antimonopolio brasileras tienen amplios poderes regulatorios y tienen autoridad para rechazar adquisiciones que consideren tengan efectos competitivos adversos en el mercado relevante o puedan promover comportamientos anticompetitivos.

*Farmacias.* Las Farmacias de nuestra propiedad u operadas por nosotros están sujetas al control y monitoreo de ANVISA y autoridades de salud estatales y municipales. De acuerdo a la Ley N° 6,360, del 23 de Septiembre, 1976, y el Decreto N° 79,049, del 05 de Enero, 1977, ANVISA tiene poderes para controlar, monitorear y emitir autorizaciones a compañías que legalmente extraigan, produzcan, empaquen, importen, exporten, y tiendas de medicamentos, ítems farmacéuticos, drogas y productos relacionados, cosméticos, productos de higiene personal, perfumes y productos similares, productos de limpieza doméstica y productos de belleza. La autorización emitida por ANVISA permite a que este tipo de compañías puedan operar en Brasil, como un todo, durante un periodo indeterminado de tiempo. La autorización de ANVISA debe ser renovada cuando exista un cambio en las actividades de la compañía, accionistas, ejecutivos o gerentes. Es más, el establecimiento de venta de productos terapéuticos, farmacéuticos, cosméticos y/o de higiene, o desarrollar cualquier de las actividades mencionadas debe también tener licencia de la autoridad sanitaria estatal o municipal competente, y tener una persona técnicamente responsable debidamente autorizada por el Comité Regional de Farmacias. El 17 de Agosto, 2009, ANVISA promulgó la Regulación N° 44, que establece que cambios significativos a regulaciones que establezcan (i) tipos de productos que pueden ser comercializados; (ii) que tanto debe estar un producto en el mostrador; (iii) servicios farmacéuticos ofrecidos; y (iv) interventas netas.

## Perú

Nuestras subsidiarias con operaciones en Perú se encuentran sujetas a la Ley Antimonopolio y de Protección a Consumidores. El cumplimiento de estas leyes es ejecutado por el *Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual* (“INDECOLI”), la agencia de antimonopolio público peruana y protección de consumidores. Las adquisiciones requieren la autorización de INDECOLI.

Adicionalmente, se requieren licencias gubernamentales para la venta de bebidas alcohólicas, bienes horneados, farmacéuticos, mariscos y vegetales y licencias de negocio personalizadas requeridas por autoridades gubernamentales, como el Ministerio de Agricultura, son licencias o permisos gubernamentales especiales requeridos para la venta y distribución de comida u otros productos vendidos en nuestras tiendas. Nuestros supermercados están sujetos a la inspección de la *Dirección General de Salud*, una oficina gubernamental del Ministerio de Salud que verifica la calidad de nuestros productos. La inspección sanitaria de nuestros supermercados está a cargo de la municipalidad local. Las concesionarias que operan Farmacias dentro de algunos de nuestros supermercados también están sujetas a la otorgación de licencias e inspección por parte de la *Dirección Regional de Medicamentos, Insumos y Drogas*. Creemos que cumplimos todos los aspectos materiales de las regulaciones estatutarias y administrativas respecto a nuestro negocio.

Nuestros Centros Comerciales requieren obtener una serie de autorizaciones, como la licencia para la operación de la municipalidad local, para operar. Adicionalmente, debemos obtener para todos nuestros nuevos proyectos en construcción permiso y licencia de la autoridad local. Creemos que cumplimos todos los aspectos materiales de estos requerimientos.

## Colombia

En Colombia, debemos cumplir todas las reglas que regulan la competencia y protección de consumidores. Estas leyes incluyen la *Ley de Protección al Consumidor*, que es ejecutada por la *Superintendencia de Industria*.

Adicionalmente, las fusiones y adquisiciones son revisadas por la Superintendencia de Industria y Comercio y por la Superintendencia colombiana de Compañías para el cumplimiento de requerimientos de leyes antimonopolio y de sociedades en general.

Debemos obtener una serie de permisos y autorizaciones para operar nuestros negocios dependiendo del tipo de productos y servicios que son ofrecidos al público, pero generalmente debemos obtener la aprobación de agencias locales y nacionales para la venta de artículos de mascotas, productos de cuidado personal de los consumidores sean importados o de origen doméstico, y cumplir con las regulaciones de ruido y energía. Cada negocio que operamos también requiere aprobaciones medio ambientales. Adicionalmente, debemos cumplir la regulación medioambiental respecto a la disposición de basura de cada una de nuestras tiendas. El financiamiento a consumidores y las operaciones de tarjeta de crédito también requieren la aprobación de la *Superintendencia Financiera de Colombia*.

### *Farmacias.*

Las Farmacias de nuestra propiedad u operadas por nosotros están sujetas al control y monitoreo de la Superintendencia Nacional de Salud (“SUPERSALUD”) a través del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (“INVIMA”) y las autoridades de salud de la ciudad. De acuerdo a la Ley N° 100, de 1993, art. 245, INVIMA tiene el poder para controlar, monitorear y emitir autorizaciones a compañías que legalmente extraen, producen, empaacan, importan, exportan y almacenan medicamentos, ítems farmacéuticos, drogas y productos relacionados, cosméticos, productos de higiene personal, perfumes y productos similares, productos de limpieza doméstica y productos de belleza. La autorización emitida por INVIMA permite que este tipo de compañías puedan operar en Colombia, como un todo, durante un periodo indeterminado de tiempo. La autorización de INVIMA debe ser renovada cuando haya un cambio en las actividades, accionistas, ejecutivos o gerentes de la compañía.

### *Bencineras*

De acuerdo a la Sección 212 del Código de Petróleo y la Ley 39 de 1987, la distribución de combustibles líquidos y sus derivados se consideran como actividad de utilidad pública. Consecuentemente los individuos o entidades que lleven a cabo este tipo de actividades están sujetos a regulaciones emitidas por el gobierno en el interés de los ciudadanos colombianos. Gobierno colombiano tiene el poder para determinar los estándares de calidad, medidas y control de combustibles líquidos, y establecer penas que pueden aplicar a quienes no cumplan con estas reglas.

El Ministerio de Minas y Energía de Colombia es la entidad que controla y ejerce la supervisión técnica sobre la distribución de combustibles líquidos derivados del petróleo, incluyendo el refinamiento, importación, almacenamiento, transporte y distribución en el país. La Ley 812 de 2003 identifica los agentes de la cadena de suplemento de combustibles líquidos derivados del petróleo.

La distribución de combustibles líquidos, salvo LPG, es regulada por el Decreto 4299 de 2005, y por las modificaciones introducidas por los Decretos 1333 y 1717 de 2007 y 2008, respectivamente, que establecen los requerimientos, obligaciones y penas aplicables a los agentes de suplemento en la distribución, refinamiento, importación, almacenamiento, venta al por mayor, transporte, venta de retail y consumo de combustibles líquidos.

Los decretos 283 de 1990 y 1521 de 1998, y sus modificaciones, establecen requerimientos mínimos técnicos para la construcción de plantas de almacenamiento y estaciones de servicio. Los Decretos también regulan la distribución de combustibles líquidos, estableciendo los requerimientos mínimos por distribuidores y de actividades y tipos de contratos permitidos para estos agentes. El Ministerio de Minas y Energía también regula que tipos de combustibles líquidos pueden ser vendidos y comprados y las penas por el no cumplimiento de estas regulaciones gubernamentales.

A Mayo del año 2012, la CREG (Comisión de Regulación de Energía y Gas) determinó los precios por los productos de crudo regulados, excepto la gasolina, diésel y biocombustibles (todos los que están determinados por el Ministerio de Minas y Energía). La ANH (Agencia Nacional de Hidrocarburos) determinó los precios del petróleo crudo correspondientes a pagos de royalty. Los precios del combustible para aviones son determinados de acuerdo a Ley 1450 de 2011.

La distribución de combustibles en áreas cerca de los bordes de Colombia está sujeta a regulaciones específicas que imponen procedimientos y requerimientos de control estrictos. Actualmente, Ecopetrol ya no es responsable por la distribución de combustibles en estas áreas. Esa responsabilidad fue transferida al Ministerio de Minas y Energía, en cumplimiento de la Ley 1430 de 2010.

#### Regulación de Biocombustible y Actividades Relacionadas

La venta y distribución de biocombustibles es regulada por el Ministerio de Minas y Energía. Las regulaciones establecidas respecto a los estándares de calidad y precios para biocombustibles e impone requerimientos mínimos para mezclar etanol con gasolina y biodiesel con diésel.

### C. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### Estructura Organizacional

Lo siguiente es un esquema organizacional simplificado que muestra nuestra Compañía y nuestras divisiones operativas principal al 31 de Diciembre, 2014.



#### Nuestras Subsidiarias

Las siguientes son las subsidiarias mayoritariamente de nuestra propiedad directa o indirectamente al 31 de Diciembre, 2014:

<u>País</u>	<u>Control Acciones</u>	<u>Número Identificación Fiscal Chilena</u>	<u>Nombre Compañía</u>
Chile	99.9%	81.201.000-K	Cencosud Retail S.A.
Chile	99.9%	76.365.580-6	Jumbo Administradora Norte S.A.
Chile	99.9%	99.571.870-7	Jumbo Administradora Temuco S.A.
Chile	99.9%	76.819.580-3	Santa Isabel Administradora Norte Ltda.
Chile	99.9%	76.819.500-5	Santa Isabel Administradora Sur Ltda.

<u>País</u>	<u>Control Acciones</u>	<u>Número Identificación Fiscal Chilena</u>	<u>Nombre Compañía</u>
Chile	99.9%	76.062.794-1	Santa Isabel Administradora S.A.
Chile	99.9%	78.448.780-6	París Administradora Sur Ltda.
Chile	99.9%	77.779.000-5	París Administradora Ltda.
Chile	99.9%	77.301.910-K	Logística y Distribución París Ltda.
Chile	99.9%	77.251.760-2	Jumbo Supermercados Administradora Ltda.
Chile	99.9%	77.218.570-7	Cencosud Corredores de Seguros y Servicios S.A.
Chile	99.9%	77.312.480-9	Administradora de Servicios Cencosud Ltda.
Chile	99.9%	99.586.230-1	Viajes París S.A.
Chile	99.9%	79.829.500-4	Eurofashion Ltda.
Chile	99.9%	76.116.801-3	Administradora TMO S.A.
Chile	99.9%	76.168.900-2	Meldar Capacitación Ltda.
Chile	99.9%	77.566.430-4	Sociedad Comercializadora de Vestuarios FES Ltda.
Chile	99.9%	99.512.750-4	MegaJohnsons Puente Alto S.A.
Chile	99.9%	96.953.470-3	MegaJohnsons S.A.
Chile	99.9%	96.973.670-5	MegaJohnsons Maipú S.A.
Chile	99.9%	96.988.680-4	MegaJohnsons Puente S.A.
Chile	99.9%	96.989.640-0	MegaJohnsons Viña del Mar S.A.
Chile	99.9%	96.988.700-2	Johnson Administradora Ltda.
Chile	99.9%	96.988.690-1	MegaJohnsons Quilen S.A.
Chile	99.9%	76.398.410-9	Johnsons Mega San Bernardo S.A.
Chile	99.9%	76.190.379-9	Cencosud Retail Administradora Ltda.
Chile	99.6%	96.671.750-5	Easy S.A.
Chile	99.6%	76.365.590-3	Easy Administradora Norte S.A.
Chile	99.9%	99.500.840-8	Cencosud Administradora de Tarjetas S.A.
Chile	99.9%	76.023.825-2	Cencosud Servicios Integrales S.A.
Chile	99.9%	94.226.000-8	Cencosud Centros Comerciales S.A.
Chile	99.9%	88.235.500-4	Sociedad Comercial de Tiendas S.A.
Chile	99.9%	84.658.300-9	Inmobiliaria Bilbao Ltda.
Chile	44.9%	78.409.990-8	ACC Alto las Condes Ltda.
Chile	99.9%	76.433.310-1	Costanera Center S.A.
Chile	99.9%	96.732.790-5	Inmobiliaria Santa Isabel S.A.
Chile	99.9%	76.203.299-6	Comercializadora Costanera Center S.P.A.
Chile	99.9%	99.565.970-0	Banco París S.A.
Chile	99.9%	76.099.893-1	BanParís Corredores de Seguros Ltda.
Chile	99.9%	96.978.180-8	Cencosud Internacional Ltda.
Chile	99.9%	76.258.307-0	Jumbo Argentina S.P.A.
Chile	99.9%	76.258.309-7	Cencosud Internacional Argentina S.P.A

<u>País</u>	<u>Control Acciones</u>	<u>Número Identificación Fiscal Chilena</u>	<u>Nombre compañía</u>
Argentina	99.9%	Extranjera	Cencosud S.A. (Argentina)
Argentina	99.9%	Extranjera	Unicenter S.A.
Argentina	99.9%	Extranjera	Jumbo Retail Argentina S.A.
Argentina	87.4%	Extranjera	Agrojumbo
Argentina	99.9%	Extranjera	Blaisten S.A.
Argentina	99.9%	Extranjera	Cavas y Viñas El Acequion S.A.
Argentina	50.0%	Extranjera	Carnes Huinca S.A.
Argentina	99.9%	Extranjera	Agropecuaria Anjullon S.A.
Argentina	99.9%	Extranjera	Corminas S.A
Argentina	99.9%	Extranjera	Invo S.A.
Argentina	99.9%	Extranjera	Pacuy S.A.
Argentina	99.9%	Extranjera	Supermercados Dave S.A.
Uruguay	100%	Extranjera	SUDCO Servicios Regionales S.A.
Colombia	99.9%	Extranjera	Cencosud Colombia S.A.
Brasil	99.9%	Extranjera	Cencosud Brasil S.A.
U.S.A	99.9%	Extranjera	Gbarbosa Holding LLC
Brasil	99.9%	Extranjera	Gbarbosa Holding S.A
Brasil	99.9%	Extranjera	Cencosud Brasil Comercial Ltda.

<u>País</u>	<u>Control Acciones</u>	<u>Número Identificación Fiscal Chilena</u>	<u>Nombre compañía</u>
Brasil	99.9%	Extranjera	Mercantil Rodrigues Comercial Ltda.
Brasil	99.9%	Extranjera	Perini Comercial de Alimentos Ltda.
Perú	99.9%	Extranjera	Cencosud Perú

<u>País</u>	<u>Control Acciones</u>	<u>Número Identificación Fiscal Chilena</u>	<u>Nombre compañía</u>
Perú	99.9%	Extranjera	Teledistribución S.A.
Perú	99.9%	Extranjera	Almacenes Metro S.A.
Perú	99.9%	Extranjera	E. Wong S.A.
Perú	99.9%	Extranjera	Cencosud Retail Perú S.A.
Perú	99.9%	Extranjera	Tres Palmeras S.A.
Perú	99.9%	Extranjera	Las Hadas Inversionistas S.A.
Perú	99.9%	Extranjera	Cinco Robles SAC
Perú	99.9%	Extranjera	ISMB Supermercados S.A.
Perú	99.9%	Extranjera	Travel Internacional Partners Perú S.A.
Perú	99.9%	Extranjera	Banco Cencosud S.A.

## **D. PROPIEDAD, PLANTAS Y EQUIPOS**

Ver “—B. Apreciación Global del Negocio—Propiedad, Plantas y Equipos.”

### **Ítem 4A. Comentarios No Resueltos de Personal**

No aplicable.

### **Ítem 5. Revisión y Prospectos Operativos y Financieros**

Somos uno de los retailers multi marcas líderes de Sudamérica, en base de los ingresos, espacio de ventas, número de tiendas y área arrendable bruta en los sectores y países en que operamos. Operamos a través de un número de formatos, incluyendo Supermercados, Tiendas de Mejoramiento del Hogar, Centros Comerciales y Grandes Almacenes. Vemos un incremento en las operaciones a través de un crecimiento orgánico y adquisiciones en Brasil, Perú y Colombia, que la Compañía cree son alto crecimiento y mercados poco penetrados debido a su demografía favorable, crecimiento de consumo de hogar sustentable, bajo penetración normal de retail, y fuerte ambiente macroeconómico, como se describe en Propiedad, Plantas y Equipos “Ítem 4. Información en la Compañía—B. Apreciación Global del Negocio—Nuestra Compañía” y “—Apreciación Global de la Industria y Competencia.” Como complemento de nuestro negocio principal de retail, estamos activamente involucrados a lo largo de la región en el negocio de desarrollo inmobiliario, particularmente en Chile, Argentina, Colombia y Perú, con 53 centros comerciales representando 800,272 metros cuadrados de área arrendable bruta para terceros al 31 de Diciembre, 2014. También ofrecemos una tarjeta de crédito de marca propia, créditos de consumo y servicios financieros limitados a nuestros consumidores de retail.

## **A. RESULTADOS OPERATIVOS**

### **Tendencias y Factores que Afectan Nuestros Resultados de Operaciones**

Nuestros resultados de operaciones han sido influenciados y continuarán siendo influenciados por los siguientes factores:

#### ***Desarrollos en la economía chilena***

Nuestras operaciones en Chile daban cuenta por 36.3% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014. Consecuentemente, nuestra condición financiera y los resultados de operaciones dependen sustancialmente de las condiciones económicas que prevalecen en Chile. En 2010, la economía chilena comenzó a recuperarse de la recesión de 2009. Como reportó el Banco Central de Chile, el GDP se contrajo un 1.0% en 2009, pero aumentó por 6.1% en 2010, 6.0% en 2011, 5.5% en 2012 y estimamos que crezca un 4.2% en 2013 como reportó el Banco Central de Chile. De acuerdo a ILACAD World Retail (“ILACAD”), una compañía consultora internacional que monitorea la industria del retail, el sector normal de retail chileno, que consiste en los negocios que tributan y que emplean fuerza laboral normal, da cuenta por 63% del sector de retail, un número relativamente alto en comparación al de otros países en que operamos, pero bajo en comparación con Estados Unidos, donde el sector normalmente da cuenta por 92% del sector de retail, de acuerdo al U.S. Census Bureau, al 2013.

El recupero de la economía chilena en 2010 fue parte importante en el descubrimiento de los precios de exportaciones de Chile, lo que de acuerdo al Banco Mundial contribuyó a 32.6% de GDP en el periodo 2010-2014 periodo. Debido a este recupero económico, el Índice de Precios al Consumidor (“IPC”) inflación aumentó 4.6% en 2014, 3.0% en 2013 y 1.5% en 2012, de acuerdo al Banco Central de Chile. La inflación empezó a acelerar durante el año 2014 debido a los menos favorables precios del cobre y el alza en el precio del petróleo, la baja en la tasa de interés real y las expectativas de política monetaria con tendencia a apretar en U.S.

Durante el año 2014, el Banco Central Chileno inició un proceso de afloje de la política monetaria en respuesta a una actividad económica más débil con el fin de impulsar el crecimiento. El rendimiento local, demografía y los indicadores de empleo continuaron

mostrando una dinámica más suave en la economía durante este periodo. Estos factores, junto los tímidos prospectos de crecimiento global, llevaron a que el banco cortara su tasa marca por cuarta vez consecutiva a 3% durante su reunión del 16 de Octubre, 2014. La tasa de desempleo aumentó a 6.7% al 31 de Diciembre, 2014, y el rendimiento bajó, de 5.6% en Diciembre 2013, y fue 6.1% en Diciembre 2012, 6.6% en Diciembre 2011, 7.1% en Diciembre 2010 y 10.0% en Diciembre 2009, de acuerdo al Banco Central de Chile. Ver “Ítem 3. Información Clave - D. Factores de Riesgo. Riesgos Relacionados a Chile.”

Chile mantiene uno de las más altas calificaciones de su moneda en Latinoamérica, actualmente calificada AA- por Standard & Poor’s Servicios Financieros LLC, (“S&P”), Aa3 por Moody’s Inversionistas Services, Inc. (“Moody’s”) y A+ por Fitch, Inc. (“Fitch”), al 31 de Diciembre, 2014. El futuro económico, social y político en Chile, sobre el que no tenemos control, podría tener un efecto material adverso en nosotros, incluyendo dañar nuestro negocio, condición financiero o resultados de operaciones. Las clasificaciones de crédito están sujetas a una revisión periódica y no podemos asegurar que las calificaciones actuales no sean revisadas o bajadas en el futuro.

El 29 de Septiembre, 2014, Chile promulgó la Ley N° 20,780 (la “Reforma Tributaria”). La Reforma Tributaria introdujo cambios a la tasa corporativa de impuesto, mandando el incremento a gradual de la tasa de 20% a 25% o 27% en ciertos casos, las reglas respecto la capitalización mínima, y la tributación de inversiones chilenas en el extranjero (las Reglas de empresas controladas en el extranjero), entre otros. Las nuevas reglas surtirán efectos gradualmente, con la implementación procesos iniciados el 01 de Octubre, 2014 y estará completado el 01 de Enero, 2018. Los efectos de esa reforma tributaria pueden incrementar nuestros costos operativos y de cumplimiento, lo que podría afectar negativamente nuestros resultados financieros y la habilidad de nuestro negocio para crecer.

### *Desarrollos en la economía argentina*

Nuestras operaciones en Argentina daban cuenta por 24.7% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014. Por esto la Compañía es sensible a las condiciones macroeconómicas en Argentina.

Desde finales de 1998 a 2002, la economía argentina estuvo marcada por una recesión económica debido a niveles de consumo reducidos y una alta tasa de no inversión y desempleo. Como reportó INDEC, el GDP de Argentina disminuyó por 0.8% en 2000, 4.4% en 2001 y 10.9% en 2002. En Diciembre 2001 una fuerte crisis económica y política obligó a Argentina a declarar la suspensión del pago de su deuda extranjera. A principios del 2002, el gobierno liberó el Peso argentino de su uno a uno con el U.S. dólar y permito a la tasa de cambio flotar, resultando en una devaluación de un 49.6% del Peso argentino el 01 de Enero, 2002 a 31 de Diciembre, 2002, de acuerdo al Banco Central de Argentina. Del 2003 a 2010, los indicadores económicos mostraron signos de recuperó, debido a una tasa de cambio competitiva, un contexto internacional más saludable, precios de cómoda más altos y políticas de expansión fiscal y monetaria. En 2005, Argentina complete la reestructuración de la mayoría de su deuda no pagada de 2001, lo que redujo significativamente el riesgo de primas en sus bonos pendientes. El gobierno recientemente completó negociaciones para server el remanente de la deuda con el Club París. Por esto Argentina pudo disminuir to coeficiente público a GDP de 139% en 2003 a alrededor de 45% en 2014, como reportó el Ministerio de Economía.

De acuerdo al INDEC, la economía argentina creció un 9.2% en 2005, 8.5% en 2006, 8.7% en 2007 y 6.8% en 2008. Debido a la crisis global financiera, el GDP de Argentina de acuerdo al Banco Mundial, expandió por sólo 0.1% en 2009, mientras que mostró fuertes signos de recuperó en 2010 y 2011, creciendo por 9.1%, y 8.6%, respectivamente. Durante 2012 y 2013 el GDP de Argentina creció por 0.9%, y 3.0%, respectivamente, también de acuerdo al Banco Mundial. Los niveles de desempleo también mejoraron, de 8.6% y 7.7% en el cuarto cuarto de 2009 y 2010, respectivamente, a 7.2% y 6.8% en el cuarto cuarto de 2011 y 2012, respectivamente, como reportó el Banco Mundial. De acuerdo a INDEC el desempleo para el 2013 estaba a 7.2%. A Diciembre 2014, la tasa de desempleo fue 6.9%. El mercado de retail de Argentina ha sido un sector poco penetrado, ya que en sector formal de retail da cuenta por 42% del sector de retail, de acuerdo a ILACAD, al 2012. Debido al alto consumo, pero el país ha experimentado inflación de 11% en 2010, 10% en 2011, 11% en 2012 y 10.5% en 2013, como reportó por INDEC, excediendo la de otros países en Sudamérica, de acuerdo a información pública disponible. En respuesta de demandas de inversionistas internacionales y el Fondo Monetario Internacional, el gobierno de Argentina introdujo una nueva metodología para el cálculo de variaciones de precio en la economía doméstica. El nuevo índice de precios revelado incrementó de 23.9% as de Diciembre 2014. Para el Banco Central de Argentina, reservas internacionales registraron un alto récord de sobre U.S.\$52 billones en 2010, U.S.\$46 billones en 2011 y U.S.\$43 billones en 2012 previo a una baja de U.S.\$30 billones a fines de 2013. Reservas internacionales del Banco Central de Argentina se mantienen a en U.S.\$31.4 billones al 31 de Diciembre, 2014.

Tras varios años de estabilidad en los precios, la devaluación del Peso argentino en Enero 2002 creó presiones en el sistema de precios doméstico que generaron una alta inflación en 2002 previo a un estabilización sustancial en 2003. La tasa de interés local, de BAIBAR, fue 9.45%, 10.11%, 9.08%, 12.10% y 30.14% en 31 de Diciembre, 2009, 31 de Diciembre, 2010, 31 de Diciembre, 2011, 31 de Diciembre, 2012 y 31 de Diciembre, 2013, respectivamente, como reportó el Banco Central. BAIBAR se mantuvo a 10.21% en el 30 de Septiembre, 2014.

Argentina es calificado SD por S&P, Caa1 por Moody con una perspectiva negativa y RD por Fitch, al 30 de Septiembre, 2014. El futuro desarrollo económico, social y político en Argentina, sobre el que no tenemos, podría dañar el negocio, condición financiera o resultados de operaciones. Calificaciones de crédito son sujetas a revisiones periódicas y no podemos asegurar que las calificaciones actuales no serán revisadas o bajadas en el futuro. Ver “Ítem 3. Información Clave - D. Factores de Riesgo. Riesgos Relacionados a Argentina.”

### ***Desarrollos en la economía brasilera***

Nuestras operaciones en Brasil daban cuenta por 20.1% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014. De acuerdo a esto, la Compañía es sensible a las condiciones macroeconómicas en Brasil.

En años recientes, nos hemos beneficiado del ambiente económico estable de Brasil. En 2009, la economía brasilera estaba al despertar de la crisis económica global financiera; pero, por el segundo cuarto de 2009 la economía brasilera había emergido de la recesión y tuvo un momento de crecimiento. Para mitigar el impacto de la crisis económica y financiera global, el Banco Central de Brasil respondió en 2009 con un número de medidas. Además de reducir la tasa SELIC, el Banco Central de Brasil desplegó parte de sus reservas internacionales para reemplazar líneas de crédito impactadas por la bancarrota de Lehman y redujo los requerimientos de reserva con el propósito específico de adquirir activos de pequeños bancos y aumentar el límite de seguros por depósitos a plazo de pequeños bancos. Estas iniciativas, junto a medidas fiscales, contribuyeron a mantener la recesión relativamente breve (principalmente concentrada ente el cuarto cuarto de 2008 y el primer cuarto de 2009) y aseguró un fuerte recupero en la segunda mitad de 2009, como reportó el Banco Central de Brasil.

La tasa de desempleo en Brasil ha disminuido significativamente en la última década de 10.5% at Diciembre 2002 a 4.8% al 31 de Diciembre, 2014, como reportó el Banco Central de Brasil, un récord bajo para el mes considerando la débil expansión económica. Al mismo tiempo, el consumo privado ha seguido una similar tendencia positiva. La disminución de desempleo y el aumento en el consumo privado han llevado al crecimiento de la economía brasilera como un mercado con un segmento de clase medio satisfactorio. El mercado de retail brasilero es un sector poco penetrado con un 48% de sector informal de acuerdo a estimados Credit Suisse Research, al 2013.

La economía brasilera tiene tasas de expansión más lentas en el pasado reciente con GDP en crecimiento de 2.7% por 2011 y 0.9% en 2012, de acuerdo al Banco Central de Brasil, reflejando el tensamiento de la política pasada para contener los riesgos de inflación y, más recientemente, el ambiente externo de crecimiento más débil. El crecimiento durante 2013 se mantuvo a 1.9%, debajo del consenso por el año. El lento crecimiento continuo por casi todo el 2014, con el gobierno brasilero cortando su crecimiento esperado para el año a 0.9%, lo que está por sobre el consenso del mercado de 0.3% por año. El gobierno brasilero estableció a inicios del 2014 una meta primaria de superávit de 1.9% de GDP por el año lo que obligado a reducir varias veces el año a 1.3%. Brasil, continúa siendo un miembro del Grupo de Veinte, grande economías en avance y emergentes. Ha sufrido una transformación impresionante social y económica durante la década pasada. La calidad interna de los ingresos ha disminuido y el gobierno ha adoptado fuertes políticas marco — más notable, leyes de responsabilidad fiscal, enfoque a la inflación, y tasa de cambio flexible.

El Banco Central de Brasil comenzó las alzas en la tasa de interés para proteger el Real brasilero contra los flujos hacia afuera de capital y reinar la inflación, tomando su tasa de referencia de SELIC a 11.75% por 31 de Diciembre, 2014 de 7.25% en 2013 luego de un crecimiento decepcionante y la inflación por sobre el objetivo del Banco Central. Las tasas anuales de inflación son medidas en Brasil a través del Índice de Precios al Consumidor Extendido (*Índice de Preços ao Consumido Amplo*), o IPCA, como se calcula por el IBGE. La tasa de inflación de IPCA fue 4.3% en 2009, 5.9% en 2010, 6.5% en 2011, 5.8% en 2012 y 5.9% en 2013, como mide el IPCA. De acuerdo al “Boletim focus do Banco Central,” de IPCA cerró el año 2014 con un 6.41% luego del incremento 0.78% en el mes de Diciembre 2014, motivado por los aumentos en la transportación, comida y bebidas, hogar y confección.

S&P degrade a Brasil el 24 de Marzo, 2014 citando el deterioro del gobierno, elevando los niveles de deuda y debilitando el crecimiento. La nación actualmente tiene una calificación BBB- de S&P. el 09 de Septiembre, 2014, Moody cambió su recepción de calificación crediticia de Brasil de negativa a estable; mientras que afirmaba que a Baa2 como resultado de la reducción del crecimiento económico, el sentimiento de afectación negativo de los inversionistas afectó la generación de capital fijo en el país y los desafíos fiscales que podrían provenir de lo mencionado. Fitch actualmente califica a Brasil a BBB, con una perspectiva estable. Las calificaciones de crédito están sujetas de revisiones periódicas y no podemos asegurar que las tasas no sean revisadas o bajadas en el futuro. El futuro desarrollo económico, social y político en Brasil, sobre el que no tenemos, podría dañar el negocio, condición financiera o resultados de operaciones. Calificaciones de crédito son sujetas a revisiones periódicas y no podemos asegurar que las calificaciones actuales no serán revisadas o bajadas en el futuro. Ver “Factores de Riesgo – Riesgos Relacionados a Brasil.”

### ***Desarrollos en la economía peruana***

Nuestras operaciones en Perú daban cuenta por 8.7% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014. De acuerdo a lo anterior, la Compañía es sensible a las condiciones macroeconómicas en Perú.

De acuerdo al Banco Central de Perú, el GDP creció 5.8% 6.0%, 6.9% y 8.8% en 2013, 2012, 2011 y 2010, respectivamente. La economía peruana se expandió 2.4% en 2014, a nivel por debajo de 5.8% en 2013 y una tasa más lenta desde 2009. Esto debido a la

baja contribución a GDP de inversiones, particularmente en su sector minero, y lento consumo privado. Expertos determinan que el principal culpable estos efectos. Externos de Perú y las exportaciones fueron afectados por su débil crecimiento y bajos precios de moneda. Un pequeño recupo por su sector minero ocurrió se espera ocurra este año. El gobierno de Perú es también proactivo para desarrollar medidas anticíclicas que impulsen el crecimiento con una serie de proyectos de gran infraestructura.

Las tasas de desempleo urbano se han mantenido estables y a bajos niveles durante años recientes. De acuerdo al INEI, en 2009, 2010, 2011, 2012 y 2013 la tasa de desempleo fue 5.3%, 5.9%, 7.0%, 5.6% y 5.7%, respectivamente. Al 31 de Diciembre, 2014, la tasa de desempleo en el área metropolitana de Lima fue de 5.6%. A Diciembre 2014, el Banco Central de Perú mantuvo sus tasa de referencias a 3.5% en vistas de la expectativa de la autoridad respecto a la inflación de 2.0% por 2015. El IPC aumentó de 2.1% en 2010 a 4.7% en 2011 y disminuyeron a 2.8% en 2012 y 2.8% en 2013, como reportó por INEI. The banco central estima una inflación acumulada para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 que fue de 3.2%. Tasa de interés fue luego reducida en Enero 2015 siguiendo la visión del Banco Central de que la inflación fue rápidamente convertida a su tasa objetiva de 2.0% por 2015 por debajo del crecimiento potencial, anchored inflation expectations, an uneven recupo económico among Perú's trading partners, a altoer volatility en internacional financial mercados y bajoer oil precios.

El compromiso del gobierno peruano con políticas económicas, fiscales y monetarias para apoyar el crecimiento económico en 2014. S&P aumentaron la nota de Perú el el ranking crediticio de BBB a BBB+ en Agosto 2013. En Octubre 2013, Fitch aumentó el grado de la calificación crediticia de Perú de BBB a BBB+. En Julio 2014, Moody aumentó el grado de calificación crediticia de Perú de Baa2 a A3. Las calificaciones crediticias están sujetas a revisiones periódicas y no podemos asegurar que estas se mantengan. Perú es actualmente rated BBB+, A3 y BBB+ por S&P, Moody's y Fitch, respectivamente.

De acuerdo al Banco Mundial, luego de una década de alto crecimiento, la economía Perú se ha mantenido fuerte y resiliente pese a la incertidumbre global persistente, gras a Fuertes fundamentals, en términos de comercio y excelentes políticas de administración. Sobre el periodo 2010-2014, la economía peruana experimentado crecimiento de GDP a una tasa promedio anual de 5.8%, y el promedio anual de tasa de inflación cayó a 2.8% en el mismo periodo. Para 2015 el Fondo Monetario Internacional esperea un crecimiento del GDP de alrededor 5.1%.

Pero la economía es muy vulnerable al corto plazo en términos de shocks al crecimiento global que pueden partir de bajos precios. Un prolongado periodo de bajo crecimiento en la economía de U.S. podría también afectar la economía de Perú al mediano plazo.

Ahora bien, un momentum de crecimiento y la inflación podrían provenir de grandes flujos de entrada de capital y fuerter dinámicas crediticias en el contexto de liquidez global y continuar con el bajo crecimiento en economías avanzadas.

En Diciembre 2014, Perú promulgó Ley N° 4007, que reformó el régimen tributario peruano. La nueva Ley, que fue promulgada el 01 de Enero, 2015, manda a la gradual disminución en el impuesto a la renta y un incremento en las tasas de los impuestos por dividendos distribuidos por compañías peruanas accionistas chilenos. Por esto la tasa actual de impuestos aplicable a ingresos peruanos corporativos distribuidos a accionistas chilenos incrementará de la actual tasa aplicable de 34.1%, a 34.8% por 2015 y 2016, 35% por 2017 y 2018, y 35.3% por 2019 y así. Es por esto que a partir del nuevo régimen tributario esperamos una disminución el monto de dividendos que recibimos de nuestras subsidiarias peruanas.

El futuro económico, social y político de Perú, sobre el que no tenemos, podría dañar el negocio, condición financiera o resultados de operaciones. Calificaciones de crédito son sujetas a revisiones periódicas y no podemos asegurar que las calificaciones actuales no serán revisadas o bajadas en el futuro. Ver "Ítem 3. Información Clave – D. Factores de Riesgo - Riesgos Relacionados a Perú."

### ***Desarrollos en la economía colombiana***

Nuestras operaciones en Colombia daban cuenta por 10.1% de nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014. De acuerdo a lo anterior, la Compañía es sensible a las condiciones macroeconómicas en Colombia.

A comienzos de 2007 Colombia cedió rápidamente, atrayendo un registro de U.S.\$10.6 billones en inversiones directas extranjeras en 2008 de acuerdo al Banco Mundial. Pero, la calificación crediticia de Colombia no fue elevada a un grado e gran inversion por Moody y S&P hasta 2011, cuando el crecimiento económico se aceleró y la amenaza por los grupos de guerrilla y crimen organizado disminuyó. Moody subió el grado de Colombia de Baa3 a Baa2, dos puntos más arriba que la nota de basura, con una perspectiva estable el 28 de Julio, 2014. Las calificaciones crediticias se encuentran sujetas a revisiones periódicas y no podemos asegurar que las calificaciones no serán cambiadas en el futuro.

El alza en la calificación crediticia puso a Colombia a la par con Brasil, la economía más grande de Latinoamérica, basado en fuertes dinámicas de crecimiento apoyada en programas de infraestructura del gobierno comprendidas en el plan “4G”, notando déficit fiscal moderado. Preocupaciones por la seguridad, un problema mayor históricamente en Colombia, no han desaparecido, pero han disminuido tras varias victorias del gobierno contra los grupos de guerrilla domésticos. Colombia ha disminuido su tasa de homicidios intencionales a por lo menos la mitad desde 2002, cuando el ex Presidente Álvaro Uribe asumió la presidencia y, de acuerdo al Banco Mundial, aumentó la confianza en la inversión al mantener déficits fiscales moderados, mantener la inflación estable y aumenta el crecimiento económico de acuerdo a Moody.

En Octubre 2012 obtuvimos la aprobación del congreso para la implementación del Acuerdo de Comercio de Colombia-Estados Unidos de acuerdo a la cual sobre 80% de las exportaciones U.S. y productos industriales a Colombia no tendrán impuesto inmediatamente, con las tarifas remanentes fuera por sobre 10 Años. El del Acuerdo de Comercio de Colombia-Estados Unidos (TPA) debería tener efectos beneficiosos para las economías tanto de U.S. como de Colombia. Ambas economías son altamente complementarias de acuerdo los firmantes. Entre Junio 2012 y Febrero 2013, en comparación al año previo, el tratado de doble vía daba cuenta por U.S.\$28.5 billones, un incremento de cinco por ciento. Durante ese periodo de tiempo, las exportaciones de U.S. a Colombia aumentaron un 20%, incluyendo aumentos importantes en el petróleo y derivados, naves y sus partes, maquinaria electrónica, productos de hierro y acero, cereales, productos de soya, y productos farmacéuticos – que daban cuenta por U.S.\$11.4 billones. Las exportaciones U.S. de agricultura solamente aumentaron un 68% durante ese periodo.

Creemos que Colombia podrá responder con tanto políticas contra ciclos tanto fiscal y monetaria si la perspectiva internacional se sigue deteriorando. Los más severos riesgos a la economía colombiana continúan siendo externos; las consecuencias de la economía real de la crisis de deuda en Europa junto al crecimiento moderado Estados Unidos pueden afectar los precios e inversiones extranjeras en mercados emergentes. Domésticamente, el riesgo más importante es la falta a ejecutar trabajos importantes público que son parte del establecimiento de proyectos en el país que buscan desesperadamente satisfacer necesidades y cuyos recursos están disponibles. Ver “Factores de Riesgo – Riesgos Relacionados a Colombia”

GDP se espera que creció 3.5% en el cuarto cuarto de 2014, y ha crecido un 4.5% en 2013 y 4.0% en 2012, y las ventas de se estima aumentaron 4.7% en 2012, 4.1% en 2013 y 5.2% al tercer cuarto de 2014 de acuerdo a DANE. El sector de retail en Colombia es poco penetrado con un 51% del sector de retail siendo informal de acuerdo a Credit Suisse Research, al 2013.

El consumo privado se ha recuperado desde 2009 como demuestran las tasas reales de crecimiento de 0.9% y 5.0% en 2009 y 2010, respectivamente, y las tasas de crecimiento estimado de 4.3%, 4.0% y 4.0% por 2011, 2012 y 2013, de acuerdo a DANE. Creemos que estos incrementos en la tasa de crecimiento real ha sido un conductor clave en el crecimiento del retail en Colombia.

El desempleo ha disminuido gradualmente en los últimos años. De acuerdo al Banco Central de Colombia, la tasa de desempleo fue 11.3%, 11.1%, 10.8%, 10.4% y 8.4% en 2009, 2010, 2011, 2012 y 2013, respectivamente. La tasa de desempleo fue 8.7% al 31 de Diciembre, 2014.

Un factor que diferencia el recupero de Colombia del de sus pares en Latinoamérica creemos que ha sido el comportamiento favorable de la inflación, que se ha encontrado dentro del objetivo de inflación por un 2-4% establecido por el Banco Central de Colombia. El titular de inflación finalizado al 3.7% por 2011, 2.4% por 2012 y 1.9% por 2013.

En el frente fiscal, 2013 terminó con un déficit fiscal de 2.4%, en línea con lo que estimaba el gobierno y de deuda del gobierno d que se mantenían en 32.3% en 2013. El gobierno estima actualmente ubicar el déficit de gobernó de 2014 a 2.3%.

En Diciembre 2014, el poder legislativo de Colombia probó el Proyecto de reforma tributaria que se promulgará el 01 de Enero, 2015. De acuerdo a Nuevo Proyecto tributario, las compañías colombianas deberán pagar un impuesto a la riqueza anual (entre 0.2% y 1.5%, dependiendo de la base tributable) y un mayor impuesto al ingreso CREE (3% sobrecargo por los años tributarios de 2015, 2016, 2017 y 2018). El aumento resultado de la responsabilidad tributaria de nuestras subsidiarias colombianas se espera disminuyan el monto de ingresos esperados como disponibles para dividendos.

El futuro desarrollo económico, social y político en Colombia, sobre el que no tenemos control, podría dañar el negocio, condición financiera o resultados de operaciones. Calificaciones de crédito son sujetas a revisiones periódicas y no podemos asegurar que las calificaciones actuales no serán revisadas o bajadas en el futuro. Ver “Ítem 3. Información Clave – D Factores de Riesgo. Riesgos Relacionados a Colombia”

### ***Actividades de expansión***

Una significativa proporción del esperado crecimiento de nuestros ingresos se basa en nuestras actividades de expansión, incluyendo adquisiciones y crecimiento orgánico. Pronosticamos que nuestros ingresos para 2015 serán entre U.S.\$19.3 billones y U.S.\$21.3 billones de acuerdo al crecimiento esperado de la Compañía, principalmente debido a nuestras actividades de expansión y crecimiento de ventas de la misma tienda. Ara el mismo periodo esperamos invertir U.S.\$545 millones. Esto implica gastos capitales

planeados por U.S.\$230 millones por inversiones en tiendas nuevas y Centros Comerciales, U.S.\$100 millones en sistemas de TI y similares, U.S.\$15 millones desarrollo no retail adicional del Costanera Center para el hotel y por mitigación de trabajos de tráfico, U.S.\$100 millones para mantención y U.S.\$100 para remodelación de tiendas existentes.

### ***Impacto de adquisiciones***

Recientes adquisiciones incluyen:

Adquisición de Tiendas Bretas en Brasil. El 29 de Octubre, 2010, en cumplimiento de un contrato de compra de acciones ejecutado el 15 de Octubre, 2010, a través de nuestra subsidiaria GBarbosa Comercial Ltda. (“GBarbosa”), adquirimos 100% de las acciones pendientes de Fag Participações Ltda. y Bretas, Filhos e Cia Ltda. (Los “Vendedores”), que junto a la cadena brasilera de supermercados de nuestra propiedad de operada por nosotros Bretas, que opera 81 Supermercados, 2 centros de distribución y 12 bencineras en la zona central y norte de Brasil al 31 de Diciembre, 2012. El precio de compra agregado de la adquisición fue R\$1.17 billones (aproximadamente U.S.\$705 millones o Ch\$336,630 millones), pagables de la siguiente manera: R\$820 millones el 29 de Octubre, 2010 (fecha de cierre de la transacción) y R\$100 millones el 31 de Diciembre, 2011. El balance de R\$250 millones será pagado el 31 de Diciembre, 2014. En cumplimiento del contrato de stock de compra, los vendedores se comprometieron a hacer sus mejores esfuerzos para mantener, por un periodo de 20 Años desde la fecha de cierre de transacción, los arriendos de los perímetros para que sean abiertos a finales del 2010 y a inicios de 2011 así como los arriendos de las propiedades que fueron arrendadas por los vendedores al momento de la transacción. Bajo el término de la transacción de adquisición Cencosud S.A. sirvió como garante de GBarbosa en la transacción de adquisición. La adquisición fue financiada con recursos internos de caja y endeudamiento bancario de un total de U.S.\$290 millones.

Adquisición de Tiendas Cardoso en Brasil. En Octubre 2011, continuamos expandiéndonos al mercado brasilero a través de la adquisición de Cardoso. Cardoso es una cadena de supermercados de tres tiendas en el estado de Bahía, con ventas netas de aproximadamente R\$60 millones (U.S.\$35.9 millones) en 2011. Cencosud negoció el pago del precio de compra de R\$18 millones (aproximadamente U.S.\$11.3 millones o Ch\$5,429 millones) en tres pagos, 60% al cierre de la transacción, 20% en el aniversario de 6 meses desde la fecha de cierre y el 20% restante al primer año desde la fecha de cierre. Hemos convertido el formato de tiendas adquiridos de GBarbosa y ahora operan bajo esta marca. Consolidamos los resultados de Cardoso en nuestros resultados de operación desde la fecha de adquisición.

Adquisición de Tiendas Johnson en Chile. En Diciembre 2011, celebramos un contrato con Johnson’s Inversiones S.A. (“Johnson Inversiones”) e Inversiones Bujorico Limitada (“Bujorico” junto con Johnson Inversiones, las “Entidades Johnson”), quienes en conjunto eran los dueños de Johnson. En cumplimiento de este contrato adquirimos un 85.58% interés en Johnson por el precio de compra agregado de Ch\$32,606 millones. En Diciembre 2013 Cencosud ejerció su opción de compra por el resto de las acciones que no poseía y pagó UF 315,935.76 por esto.

Johnson es a gran almacén con 39 tiendas a lo largo de Chile bajo la marca Johnson y un adicional de 13 tiendas bajo la marca FES, con un total de 117,569 metros cuadrados de espacio de ventas. En 2011, Johnson registró ventas de Ch\$118,447 millones de sus operaciones de retail. Todas las tiendas FES fueron cerradas durante el periodo de 2013.

Durante el 2012 todos los ex clientes de Johnson del brazo de financiamiento de consumidores migraron a nuestro formato Tarjeta Cencosud formato. Con la adquisición de Johnson ahora apuntamos a un objetivo de segmento de mercado de bajos y medianos ingresos en Chile.

Adquisición de Prezunic en Brasil. El 02 de Enero, 2012, en cumplimiento al contrato de compra de acciones ejecutado el 16 de Noviembre 2011, Cencosud Brasil S.A. (“Cencosud Brasil”) adquirió de la familia Da Cunha 100% del capital social de Prezunic. Estimamos que Prezunic es la tercer cadena más grande de supermercados en Rio de Janeiro, con 31 tiendas y ventas netas de aproximadamente R\$2.2 billones en 2011.

El precio de compra agregado de la operación fue R\$875 millones (o aproximadamente Ch\$242,690 millones), pagable de la siguiente forma: R\$580 millones a la fecha de cierre de la transacción (Enero 2, 2012), de los que R\$190 millones fueron indicios de los ajuste de capital de trabajo. El resto se pagará así: R\$80 millones, R\$85 millones, R\$80 millones y R\$50 millones, en el primer, segundo, tercer y cuarto aniversario desde la fecha de cierre, respectivamente. En cumplimiento del contrato de stock de compra, Cencosud Brasil, consideró un operador nacional de supermercados, pudiendo tener mejores términos respecto a los proveedores, también se entregó el derecho preferencia de tercero dueños de tierras para adquirir o arrendas dos propiedades de supermercados que no eran de Prezunic al momento de la transacción, pero en vez de esto fueron arrendadas. Según los términos de este contrato, Cencosud S.A. sirve como garante de Cencosud Brasil.

A través de esta adquisición estratégica estamos al estado brasilero de Rio de Janeiro. La adquisición de Prezunic consolidó nuestra como el cuarto cuarto más grande supermercado operado de Brasil en términos de ingresos, como mide ABRAS. Consolidamos los resultados de Prezunic en nuestros resultados de operaciones desde la fecha de adquisición.

Adquisición de Carrefour Colombia. El 30 de Noviembre, 2012, Cencosud S.A. completó la adquisición de las operaciones de Carrefour, supermercado en Colombia, por el precio total de compra de €2 billones. Las Compañías Adquiridas operaban los Supermercados bajo las marcas “Carrefour” y “Maxi” en Colombia, incluyendo 72 hipermercados, 16 minimarkets, y cuatro tiendas de autoservicios y bencineras. Todas las tiendas migraron a las marcas Jumbo y Metro durante el tercer cuarto de 2013 luego de dejar de lado la marca Carrefour el 31 de Mayo, 2013. Ver “Ítem 4. Información de la Compañía—A. Historia y Desarrollo de la Compañía—Historia”

Para financiar la compra de la adquisición de operaciones de Carrefour en Colombia, el 17 de Octubre, 2012, la Compañía celebró el Contrato Préstamo Puente con un síndico de bancos por el monto de U.S.\$2,500 millones. Al 31 de Diciembre, 2013 este préstamo ya había sido repagado. Ver “—B. Liquidez y Recursos de Capital—Endeudamiento, y B. Liquidez y Recursos de Capital—Adquisiciones Recientes” a continuación.

No se hicieron adquisiciones adicionales en los periodos fiscales de 2013 o 2014.

#### *Impacto de expansión orgánica*

Durante el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, (a) en Chile, abrimos 14 tiendas nuevas en nuestra división de supermercados añadiendo 21,637 metros cuadrados de espacio de ventas, añadimos una nueva tienda en nuestra división de Mejoramiento del Hogar con un adicional de 5,648 metros cuadrados de espacio de ventas, y añadimos 2 tiendas en nuestra división de Grandes Almacenes con un adicional de 3,695 metros cuadrados de espacio de ventas; (b) en Argentina, abrimos 2 Tiendas de Mejoramiento del Hogar que añadieron un espacio de ventas por 10,297 metros cuadrados; (c) en Brasil, teníamos un cierre neto de 2 tiendas, pero expandimos el espacio de ventas por 5,448 metros cuadrados; (d) en Perú, no teníamos aperturas netas en nuestra división de Supermercados, pero expandimos el espacio de ventas por 2,340 metros cuadrados y abrimos 3 nuevos Grandes Almacenes que añadieron un espacio de ventas de 13,025 metros cuadrados; (e) en Colombia, abrimos una tienda Easy que añadió un espacio de ventas de 6,587. Adicionalmente, gastos de mantención por nuestras tiendas existentes se estiman en U.S.\$75 millones en 2014. En nuestra división de Centros Comerciales teníamos inversiones que añadieron GLA en exceso de 20,635 metros cuadrados en Chile, 40,105 metros cuadrados en Argentina y 12,803 metros cuadrados en Perú, total de 73,543 metros cuadrados.

Durante el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013, abrimos 2 Supermercados en Argentina, 10 en Chile, 1 en Perú, 3 en Colombia y 17 en Brasil. Abrimos 6 Grandes Almacenes en Perú y 5 Tiendas de Mejoramiento del Hogar en Colombia, cuatro de estas tiendas eran de autoservicio arregladas y convertidas en Tiendas de Mejoramiento del Hogar tras la adquisición de Carrefour, mientras que la misma división abrió una tienda en Argentina y una en Chile. Durante el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013, también abrimos 1 Centro Comercial en Perú.

Durante el año finalizado el 31 de Diciembre, 2012, abrimos 20 Supermercados en Argentina, 25 en Chile, 12 en Perú y 22 en Brasil. Abrimos 4 Grandes Almacenes en Chile y 2 Centros Comerciales en Chile y 1 en Perú. Durante el año finalizado 31 de Diciembre, 2012, también abrimos 2 Tiendas de Mejoramiento del Hogar en Chile.

Como asunto general, creemos que un periodo de varios años frecuentemente requiere tras la apertura o inauguración por la maduración de tienda o Centros Comerciales y logra llevar a su potencial completo de ventas. Por esto el incremento en la maduración de tiendas recién abiertos podría necesitar tomar en cuenta al comparar las ventas de tiene de periodo a periodo. La siguiente tabla presenta el desglose de las actividades de expansión de nuestra tienda y Centros Comerciales por los periodos indicados:

	Total 2013	2014			Total 2014
		Aperturas	Cierres	Adquisiciones	
<b>Chile</b>					
Supermercados	224	14	1	—	238
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	32	1	—	—	33
Grandes Almacenes	77	2	—	—	79
Centros Comerciales	25	—	—	—	25
Total Chile	358	17	1	—	375
<b>Argentina</b>					
Supermercados	290	1	1	—	290
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	48	2	—	—	50
Centros Comerciales	18	4	—	—	22
Total Argentina	356	9	1	—	362
<b>Brasil</b>					
Supermercados	221	3	5	—	221
Total Brasil	221	3	5	—	221
<b>Perú</b>					
Supermercados	87	1	1	—	87
Grandes Almacenes	6	—	—	—	9
Centros Comerciales	3	1	—	—	4

2014					
Total 2013	Aperturas	Cierres	Adquisiciones	Total 2014	
Total Perú	96	2	1	—	100
<b>Colombia</b>					
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	9	1	—	—	10
Supermercados	100	2	2	—	100
Centros Comerciales	2	—	—	—	2
Total Colombia	111	1	2	—	112
<b>Total</b>	<b>1,142</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>—</b>	<b>1,168</b>
2013					
Total 2012	Aperturas	Cierres	Adquisiciones	Total 2013	
Supermercados	214	9	1	0	222
Mejoramiento del Hogar	31	1	0	0	32
Grandes Almacenes	77	1	2	0	78
2014					
Total 2013	Aperturas	Cierres	Adquisiciones	Total 2014	
Centros Comerciales	23	0	0	0	25
Total Chile	345	11	3	0	357
<b>Argentina</b>					
Supermercados	288	5	3	0	290
Mejoramiento del Hogar	47	1	0	0	48
Centros Comerciales	18	0	0	0	18
Total Argentina	353	6	3	0	356
<b>Brasil</b>					
Supermercados	204	11	0	0	221
Total Brasil	204	11	0	0	221
<b>Perú</b>					
Supermercados	86	1	0	0	87
Grandes Almacenes	0				6
Centros Comerciales	3	1	0	0	2
Total Perú	89	2	0	0	95
<b>Colombia</b>					
Mejoramiento del Hogar	4	5	0	0	9
Supermercados	96	4	0	0	100
Centros Comerciales	0	9	0	1	2
Total Colombia	100	9	0	1	111
<b>Total</b>	<b>1091</b>	<b>39</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1142</b>
2012					
Total 2011	Aperturas	Cierres	Adquisiciones	Total 2012	
Supermercados	190	28	3	0	214
Mejoramiento del Hogar	29	2	0	0	31
Grandes Almacenes	35	4	0	39	78
Centros Comerciales	9	2	0	0	23
Total Chile	262	36	3	39	349
<b>Argentina</b>					
Supermercados	269	21	2	0	288
Mejoramiento del Hogar	48	0	1	0	47
Centros Comerciales	14	1	0	0	18
Total Argentina	331	22	3	0	353
<b>Brasil</b>					
Supermercados	152	21	0	31	204
Total Brasil	152	21	0	31	204
<b>Perú</b>					
Supermercados	74	13	1	0	86
Centros Comerciales	2	1	0	0	2
Total Perú	76	14	1	0	88
<b>Colombia</b>					
Mejoramiento del Hogar	4	0	0	0	4

	2012				Total 2012
	Total 2011	Aperturas	Cierres	Adquisiciones	
Supermercados	0	0	4	101	96
Total Colombia	4	0	4	101	100
Total	826	93	11	171	826

### ***Impacto de fluctuaciones de tasa de cambio***

El Peso chileno, así como las monedas de los países en que operamos, ha estado sujeto a mucha volatilidad en el paso y podría estar sujeto a fluctuaciones significativas en el futuro. Durante 2014 y 2013, el valor del Peso chileno relativo al U.S. dólar apreciado a aproximadamente 15.7% y 8.2%, respectivamente; el Peso argentino se depreció aproximadamente 31.2% y 32.6% contra el U.S. dólar, respectivamente; el Real brasilero se depreció aproximadamente 13.4% y 14.6% contra el U.S. dólar, respectivamente; el Sol peruano se depreció aproximadamente 6.7% y 9.6% contra el U.S. dólar, respectivamente, y el Peso colombiano se depreció 24.2% y 9.0% contra el U.S. dólar, respectivamente. La tasa de cambio observada por el Peso chileno el 02 de Enero 2015 fue Ch\$606.75 por U.S.\$1.00. Ver “Ítem 3. Información Clave—A. Información Financiera Seleccionada— Tasas de Cambio” y “Ítem 10. Información Adicional—D. Controles de Cambio.”

Nuestras ventas en cada operación en países son evaluadas en moneda local. A la extensión que el Peso chileno depreciado contra el U.S. dólar o las monedas de otros de los países en que operamos, nuestros ingresos pueden verse adversamente afectados por expresarlo en Pesos chilenos. El efecto de las fluctuaciones en la tasa de cambio es parcialmente provocado porque ciertos gastos operativos están denominados Pesos chilenos (como nuestros cargos generales corporativos) y a una parte significativa de nuestro endeudamiento está denominado en Pesos chilenos. Al 31 de Diciembre, 2014, 11% de nuestra deuda con intereses fue denominada en U.S. dólares, luego de considerar que los cruces de moneda, y la deuda con intereses restante fue denominada principalmente en UF o Peso chileno.

### ***Impacto del terremoto y tsunami del año 2010***

El 27 de Febrero, 2010, un terremoto de magnitud 8.8 azotó las regiones centrales y sureñas centrales de Chile. El epicentro del terremoto ocurrió a 200 millas al suroeste de Santiago y 70 millas al norte de Concepción, el segundo más grande la ciudad. Las regiones de Bío Bío y Maule fueron las más afectadas en el área de costos, que luego del terremoto, fue golpeada por un tsunami que dañó significativamente ciudades e instalaciones de puerto. Las regiones de Valparaíso y el área metropolitana de Santiago fueron también gravemente afectadas. Al menos 1,500,000 hogares fueron dañados y más de 500 personas fallecieron. De acuerdo a consideraciones iniciales del gobierno de Chile, el reparo de los daños, excluyendo los daños a instalaciones de puertos, probablemente tomaría entre tres y cuatro años, y lo que se consideró preliminarmente respecto a los costos de reconstrucción indica que sería un total de aproximadamente U.S.\$30 billones.

El impacto del terremoto y tsunami de Febrero 2010 en nosotros fue de Ch\$32,919 millones relacionados principalmente en daños a la infraestructura, destrucción de inventario e interrupción al negocio. Nuestras pólizas de seguro cubrieron las pérdidas provenientes del terremoto y tsunami, por un total de Ch\$21,893 millones. El impacto financiero primario por el terremoto y tsunami en nuestros resultados de operaciones fue Ch\$4,865 millones. La diferencia entre el impacto y el reclamo relacionado a la depreciación de ciertos activos al momento del terremoto, resultaron en un reclamo es más alto que el valor contable de activos.

Luego del terremoto de Febrero 2010, durante el segundo y tercer cuarto de 2010 experimentamos un incremento de 29.4% en los ingresos en los segmentos nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar, comparado con el segundo y tercer cuarto de 2009.

A causa del terremoto y tsunami de Febrero 2010, el gobierno chileno aumentó la tasa de impuesto a la renta de empresas para pagar la reconstrucción a causa del terremoto y tsunami. Esta legislación aumentó la tasa general de impuesto a la renta a empresas su histórica tasa de 17.0% a 20.0% por la renta devengada en el año comercial 2011, que se declara y paga en el año *tributario* 2012. El 27 de Septiembre, 2012, la Ley N° 20,630 introdujo nuevas enmiendas a la legislación tributaria existente. Entre las enmiendas introducidas, el impuesto a la renta de empresas se mantuvo permanentemente a 20% efectivo al año tributario 2013. El 29 de Septiembre, 2014, Chile promulgó la Ley N° 20,780. La Reforma Tributaria introdujo cambios al impuesto a la renta de empresas, mandando el incremento gradual de la tasa de 20% a 25% o 27% en ciertos casos, las reglas respecto la capitalización mínima, y la tributación de las inversiones chilenas en el extranjero (reglas de empresas extranjeras controladas), ente otros. Las nuevas reglas empiezan a surtir efectos gradualmente, con un proceso de implementación iniciado el 01 de Octubre, 2014 y será finalizado el 01 de Enero, 2018.

De acuerdo a la administración chilena, los esfuerzos de reconstrucción luego del terremoto fueron concluidos en un 97% para Mayo 2013.

### ***Impacto de la sentencia de la Corte Suprema respecto la litigación de cargos de nuestra tarjeta de crédito del 24 de Abril, 2013***

El 24 de Abril, 2013, la Corte Suprema de Chile dictó sentencia en una acción presentada por el SERNAC contra Cencosud Administradora de Tarjetas S.A. (“CAT”). La Corte dictaminó a favor del demandante y luego no había otras apelaciones disponibles. En la sentencia la Corte determinó que CAT incluyó ciertas cláusulas en sus contratos de 2006 que eran abusivas contra los consumidores. Estas cláusulas permitieron a CAT cargar un incremento en el costo de mantención de Ch\$530 por mes a los titulares de tarjeta de crédito por el uso bajo Ch\$50, sin consentimiento por escrito de los titulares de tarjetas como lo requiere la *Ley de Protección al Consumidor*. En la sentencia ordenó a CAT pagar una multa de aproximadamente Ch\$ 2 millones y a reembolsar a ciertos titulares de tarjetas por el exceso cargado desde 2006 más ajustes por inflación e interés. Tenemos provisionado Ch\$ 20,000 millones por esta sentencia en nuestros estados financieros de 2012. Al 31 de Diciembre, 2014, Ch\$1,887 millones todavía estaban provisionados área reembolsos principales relacionados a esta sentencia y Ch\$759 millones para interés e inflación.

### ***Impacto del terremoto y tsunami de 2014***

El 01 de Abril, 2014 un terremoto de magnitud 8.2 escala de Richter azotó el norte de Chile. El epicentro del terremoto fue aproximadamente 95 kilómetros (59 mi) al noroeste de Iquique y 914 millas al norte de Santiago. Las regiones de Parinacota y Tarapacá fueron las más afectadas. La advertencia del terremoto y siguiente tsunami resultó en la evacuación de un millón de personas a lo largo de la línea de costa chilena, de acuerdo al Ministerio chileno del Interior. Ambas regiones fueron declaradas zonas de desastre y se enviaron fuerzas militares para asegurar el orden.

### ***Estacionalidad***

Históricamente, hemos experimentado distintos patrones de ventas estacionales de nuestros supermercados debido a un alza en la actividad de los consumidores durante la época de Navidad y Año Nuevo, así como a inicios de cada año escolar en Marzo. Durante estos periodos, promovemos la venta de ítems no comida particularmente por descuento de bienes importados, como juguetes durante la época de Navidad, y artículos de colegio durante el periodo de vuelta al colegio. Así, usualmente hemos experimentado una disminución de las ventas durante los meses de vacaciones de verano Enero y Febrero. Nuestras ventas por el primer y cuarto cuartos de 2014 representan un 23.4% y 27.5% respectivamente, de nuestras ventas totales por año.

No experimentamos una estacionalidad significativa en el sector de Mejoramiento del Hogar. Las ventas de las tiendas de mejoramiento del hogar ventas para el primer y cuarto cuarto de 2014 representan 23.8% y 29.0% de nuestras ventas totales de Mejoramiento del Hogar.

Nuestros grandes Almacenes también han experimentado históricamente distintos patrones de venta debido a un alza en la actividad de los consumidores durante la época de Navidad y Año Nuevo. Por esto el cuarto más fuerte en términos de ventas es el cuarto cuarto, que representa 32.3% de ventas totales para el año 2014, mientras que el primer cuarto representó 21.6% del total anual de ventas, respectivamente.

Los ingresos de nuestros Centros Comerciales generalmente aumentan durante la época de Navidad y Año Nuevo, reflejando el peak de ventas de nuestros Centros Comerciales. Por ejemplo, durante el cuarto cuarto de 2014 los ingresos de nuestros Centros Comerciales en Chile representaron 29.5% del total de ingresos por año de nuestros Centros Comerciales en Chile. Generalmente cargamos a los arrendatarios de nuestros Centros Comerciales el doble de la renta por el mes de Diciembre a pagar en Febrero del año siguiente cuando ya realizaron la recolección de la mayoría de las ventas de la época de fiestas.

### ***Joint Venture***

El 20 de Junio, 2014, la Compañía, junto a sus subsidiarias Cencosud Retail S.A. y Easy S.A., celebró el Acuerdo Marco Joint Venture con BNS y su subsidiaria de su completa propiedad Scotiabank Chile, para desarrollar más, en bases conjuntas, el negocio financiero de retail en Chile. Como parte de este acuerdo, Scotiabank Chile adquirirá un cincuenta y un por ciento (51%) de interés controlador de una de las Compañías Sujeto, con Cencosud reteniendo el cuarenta y nueve por ciento (49%) de interés no controlador de cada una de las Compañías Sujeto. El 13 de Abril, 2015, la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile anunció su aprobación de joint venture entre la Compañía y ScotiaBank.

Según IFRS 5, “Disposición de subsidiarias, negocio y bienes no actuales”, las compañías sujetos son consideradas al 20 de Junio 20, 2014, como “Activos mantenidos para la venta” debido al compromiso de Cencosud de vender un interés controlados a una parte no relacionada de acuerdo al Acuerdo Marco Joint Venture y la ocurrencia de esta transacción se estimó como altamente probable por la gerencia. IFRS 5 requiere que (a) los activos cumplan los criterios para ser clasificados como mantenidos para la venta sean medidos por el valor contable y *fair value* menos *costos para la venta*, y depreciación que deberían cesar; y (b) los activos que cumplan los criterios para ser clasificados como mantenidos para la venta deben ser presentados separadamente en la posición dentro de los estados financieros y los resultados de operaciones no continuadas, netos de impuesto. Los flujos netos de la caja atribuibles a

las operaciones de inversión y actividades de financiamiento de operaciones no continuadas se requiere sean reveladas en ya sea las notas de los estados financieros o en los estados financieros mismos. De acuerdo a lo anterior nuestra información financiera consolidada por los tres años finalizados el 31 de Diciembre, 2013, 2012 y 2011 ha sido revisada para presentar el resultado de operaciones a los segmentos de Servicios Financieros en Chile como operaciones no continuadas.

### ***Oferta Inicial a Público Potencial de la División de los Centros Comerciales***

El 30 de Enero, 2015, la junta de directores de la Compañía resolvió para evaluar una oferta inicial pública potencial de la división de Centros Comerciales de la Compañía, enfocada en Chile, Perú y Colombia, con la Compañía manteniendo su posición de mayoría en la entidad resultante. Este proceso de evaluación está en etapas preliminares, y cualquier transacción que se llegue a realizar finalmente en este respecto estará sujeta a aprobación por la junta de directores de la Compañía así como el cumplimiento de todas las aprobaciones regulatorias requeridas por la ley aplicable.

### **Costos de ventas**

Los costos de ventas reflejan los costos de los viene vendidos. Las Ganancias Brutas, definidas como ingresos de actividades ordinarias menos los Costos de ventas, son más bajas en los segmentos de nuestros supermercados debido al alto volumen de nuestro inventario, que incluye principalmente bienes básicos y que nos caracterizan. En nuestros otros segmentos, principalmente el de Grandes Almacenes y Tiendas de Mejoramiento del Hogar, no experimentamos tanto volumen de inventario y por lo tanto las Ganancias Brutas son superiores.

### **Provisiones de Préstamos**

Los modelos de provisión para la cobertura de los riesgos de la cartera están en línea con los estándares de Basel II estándares: la Compañía tiene diferentes modelos de provisiones que adhieren a las regulaciones locales en cada país así como a los estándares de Basel II estándares para reflejar más adecuadamente los riesgos de los titulares de tarjetas. Variables externas que afectan están comportamiento de pago son también incluidas en los modelos de estadísticas para la estimación de provisiones. La Compañía está realizando progresos en cada país en la implementación de provisiones anti cíclicas basadas en las mejores prácticas de la industria, habiendo empezado con Chile y Perú y, en 2012, Argentina. También chequeos periódicos para monitorear la suficiencia de provisiones que establece.

### **Políticas y Estimados Críticos de Contabilidad**

Un resumen de nuestras políticas de contabilidad significativas está incluido en la Nota 2 de nuestros Estados Financiera Auditados Consolidados que están incluidos en otra parte de este reporte anual. Creemos que la aplicación consistente de estas políticas nos permite entregar a los lectores de nuestros estados financieros consolidados la información de nuestros resultados de operaciones y condición financiera de manera más útil y confiable.

Las siguientes políticas son las políticas de contabilidad que creemos importantes para la presentación de nuestra condición financiera y resultados de operaciones, y requiere los más difíciles, subjetivos y complejos juicios por parte de nuestra gerencia.

### ***Estimado de deterioro de activos con vida útil indefinida***

Evaluamos anualmente, o cuando ocurre un evento gatillanos estados financieros anuales. Los balances recuperables de las unidades generadoras de caja han sido determinados en las bases de su valor en anuales aplicamos la metodología de descontar flujos de caja a la tasa de descuento real pre-impuesto por cada país. La proyección de flujos de caja es llevada a cabo por cada país y segmento de negocios. Usando la moneda funcional de cada país y la proyección considerando un horizonte de 5 años de perpetuidad, a menos que justifiquen un horizonte diferente. Las proyecciones son de información histórica del año pasado y de las principales variables macroeconómicas que afectan a los mercados. Adicionalmente, las proyecciones consideran un crecimiento orgánico moderado e inversiones recurrentes necesitan generar capacidad de flujo de cada segmento.

Los activos corresponden principalmente a marcas y un fondo de comercio proveniente de combinaciones de negocios pasados. Las medidas son aplicadas por cada segmento operativo representante de unidades generadoras de caja determinadas que realizan chequeos anuales de deterioro. Los flujos de caja proyectados en cada segmento son asignados inicialmente a activos identificables tangibles e intangibles y la porción que excede se asigna al fondo de comercio. La revisión de valoración de las marcas incorporadas entre otros factores de análisis del, proyecciones financieras y la determinación del rol de la marca que tienen la generación de ventas. Para mayor información por favor referirse a la nota 4.1 de nuestros estados financieros auditados consolidados.

### ***Deterioro de la cuenta de pendientes***

Evaluamos que el deterioro de la cuenta de lo por pagar cuando existe evidencia objetiva de que no será posible recolectar los montos de acuerdo a los términos originales que den cuenta de lo por pagar. Para mayor información respecto a nuestra cuentas por pagar, favor ver Nota 8 de nuestros Estados Financieros Auditados Consolidados.

### ***Propiedades de Inversión***

#### ***a) Medida de Fair Value por tierras***

El fair value por tierra fue determinado por tasadores de propiedad externos e independientes, con calificación profesional reconocida y apropiada y experiencia reciente en la ubicación y categoría de la propiedad que está siendo tasada.

La metodología usada en la determinación del fair value de tierras fue el acercamiento de mercado, que consiste en la determinación de fair value de acuerdo a transacciones recientes que hayan ocurrido en el mercado.

#### ***b) Medidas de Fair value por propiedades de inversión que no sean tierras***

El departamento de finanzas de la Compañía es responsable de la determinación de medidas de fair value incluidas en los estados financieros

El departamento de finanzas de la Compañía incluye un equipo de valoraciones que prepara una tasación por cada propiedad de inversión en cada cuarto. El equipo de valoración reporta directamente al Gerente General (CFO) y el Comité Auditor (AC). Discusiones respecto a los procesos de valoración, apreciaciones claves y resultados son mantenidos entre el CFO, AC y el equipo de valoraciones al menos una vez cada cuarto, en línea con la las fechas de reporte de cuartos de la Compañía.

Las medidas de fair value para este tipo de inversiones han sido categorizadas como nivel III basadas en fair value de los ingresos usados en la técnica de valoración. Las propiedades de inversión son valoradas en sus mejores y más altas bases de uso. Cambios en el Nivel 3 de fair value son analizados en cada fecha de reporte durante las discusiones en cada cuarto de valoraciones entre CFO, AC y el equipo de valoraciones. Como parte de estas discusiones, el equipo presenta un reporte que explica los raspones de los movimientos de fair value.

Para toda la las propiedades de inversión de la Compañía, el uso actual se considera como el mejor y más alto uso.

La política de la Compañía es reconocer transferencias dentro y transferencias fuera de la jerarquía de niveles del fair value a la fecha de un evento o cambio de circunstancias de lo que causó la transferencia. No hubo transferencias fuera o dentro del Nivel 3 de medidas de fair value por inversiones de propiedades durante el periodo, ni transferencias entre Nivel 1 y Nivel 2 de la jerarquía de fair value.

Para las propiedades de inversión la metodología de descontar futuros flujos de caja usa un WACC específico por país por impuestos, medido en términos reales y diferenciados por país. Las tasas usadas al 31 de Diciembre, 2014 fueron 7.09% en Chile, 22.53% en Argentina, 7.8% en Perú y 7.7% en Colombia (al 31 de Diciembre, 2013: 7.82% en Chile, 20.08% en Argentina, 8.38% en Perú y 8.24% en Colombia). Para esto el cálculo se realiza para obtener los ingresos netos que correspondan al ingreso por arriendo menos los costos directos y gastos de operación. Adicionalmente, los flujos de caja proyectados usan la información histórica de años recientes y las variables macroeconómicas proyectadas que afectarán a cada país. Como resultado de la reforma tributaria proyectada que fue promulgada en Chile el segundo semestre del año 2014, la Compañía condujo una evaluación de cambios en la legislación e incluyó estas para determinar el fair value de las propiedades de inversión del 30 de Junio, 2014. Para mayor información relacionada a flujos de caja y variables principales usadas referirse a la Nota 4.3 de nuestros Estados Financieros Auditados Consolidados.

### ***Fair value de derivativos***

El fair value de instrumentos financieros no comercializados en el mercado activo, como el caso de los derivativos sobre el mostrador es determinado por técnicas de valoración. La Compañía usa su juicio para seleccionar una variedad de métodos y asume que están principalmente basadas en las condiciones del mercado existentes al final de cada periodo de reporte. La Compañía ha usado un análisis de flujos de caja descontados para varios contratos de cambio extranjero y contratos de tasa de interés que no son comercializados en mercados activos. Para mayor información favor referirse a Nota 4.4 de nuestros Estados Financieros Auditados Consolidados.

## Segmentos Operativos

Para propósito de nuestros Estados Financieros Auditados Consolidados y nuestros Estados Financieros Interinos Consolidados no Auditados, IFRS 8 “Segmentos Operativos” requiere una entidad que reporte información financiera y descriptiva respecto a sus segmentos reportables, que corresponden a los Segmentos Operativos o agregaciones de Segmentos Operativos que cumplen criterios específicos. Segmentos Operativos son los componentes de una entidad sobre los cuales la información financiera está disponible y es evaluada regularmente por el gerente general respecto a decidir respecto a asignar recursos y evaluar el desempeño.

Para propósitos de administración, nos hemos organizado en seis segmentos operativos:

- “Supermercados,” que incluye los resultados de nuestros: Jumbo, Santa Isabel, Disco, Vea, Wong, Metro, GBarbosa, Perini, Bretas y Prezunic Supermercados e Hipermercados en Chile, Argentina, Brasil, Colombia y Perú, nuestras tiendas Eletro-shows, GBarbosa Farmacias en Brasil y Colombia y bencineras en Brasil y Colombia;
- “Centros Comerciales,” que incluye los resultados de nuestros Centros Comerciales en Chile, Argentina, Colombia y Perú;
- “Tiendas de Mejoramiento del Hogar,” que incluye los resultados de nuestros Easy y Blaisten Tiendas de Mejoramiento del Hogar en Chile, Argentina y Colombia;
- “Grandes Almacenes,” que incluye los resultados de nuestros París y Johnson Grandes Almacenes en Chile y París en Perú;
- “Servicios Financieros,” que incluye principalmente los resultados de nuestras tarjeta de crédito y créditos de consumo, así como operaciones de la corredora de seguros en Chile, Argentina, y Perú y a través de joint ventures en Brasil con Banco Bradesco y Colpatria en Colombia; y
- “Otros,” que incluye los resultados de nuestros Centros de Entretenimiento, Programas de Lealtad y las operaciones corporativas de nuestras oficinas.

Basamos las operaciones y decisiones respecto a la asignación de recursos en estos seis segmentos. Los segmentos operativos son revelados de manera coherente y consistente con la presentación de reportes internos que usamos en nuestros controles internos y procesos de revelación. Estos segmentos operativos derivan sus ingresos principalmente de la venta de productos y rendimientos de servicios a consumidores de retail.

## Año Finalizado 31 de Diciembre, 2014 Comparado al Año Finalizado 31 de Diciembre, 2013

La siguiente tabla presenta, por los periodos indicados, ciertos ítems de nuestra declaración de renta:

	Año Finalizado 31 de Diciembre,		% Cambio
	2014	2013	
	(en millones deCh\$)		
<b>Ingresos de actividades ordinarias:</b>			
Supermercados	8,159,237	7,682,993	6.2%
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	1,225,616	1,176,890	4.1%
Grandes Almacenes	991,442	970,360	2.2%
Centros Comerciales	214,850	205,332	4.6%
Servicios Financieros	117,679	81,651	44.1%
Otros	2,205	16,932	(87.0)%
Ingresos totales de actividades ordinarias	10,711,029	10,134,158	5.7%
<b>Costos de ventas:</b>			
Supermercados	(6,204,110)	(5,782,590)	7.3%
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	(800,342)	(787,402)	1.6%
Grandes Almacenes	(741,279)	(701,530)	5.7%
Centros Comerciales	(28,029)	(23,341)	20.1%
Servicios Financieros	(39,046)	(25,938)	50.5%
Otros	(1,967)	(3,451)	(43.0)%
Costos totales de ventas	(7,814,773)	(7,324,252)	6.7%
<b>Ganancias Brutas:</b>			
Supermercados	1,955,127	1,900,404	2.9%
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	425,275	389,487	9.2%
Grandes Almacenes	250,163	268,830	(6.9)%
Centros Comerciales	186,821	181,991	2.7%
Servicios Financieros	78,632	55,713	41.1%
Otros	238	13,481	(98.2)%
Ingreso Bruto Total	2,896,256	2,809,907	3.1%
Gastos administrativos, costos de distribución y otros	(2,495,436)	(2,357,582)	5.8%

	Año Finalizado 31 de Diciembre,		% Cambio
	2014	2013	
	(en millones deCh\$)		
gastos			
Otros Ingresos por Función	114,438	108,291	5.7%
Participación en ingresos de asociados	6,208	10,289	(39.7)%
Ingreso Financiero	6,709	5,999	11.8%
Gastos Financieros	(222,165)	(223,856)	(0.8)%
Otras ganancias	34,624	26,366	31.3%
Diferencias de cambio	(23,643)	(25,054)	(5.6)%
Pérdidas por Indexación	(39,576)	(18,885)	109.6%
Ingresos (pérdidas) previo a impuestos	277,416	335,476	(17.3)%
Impuesto a la Renta	(125,932)	(94,068)	33.9%
Ganancias de operaciones continuadas	151,485	241,408	(37.2)%
Ganancias de operaciones no continuadas	12,662	8,357	51.5%
Ingreso Neto	164,146	249,765	(34.3)%
Ganancia atribuible a accionistas no controladores	(748)	(165)	353.3%
Ganancia atribuible a accionistas controladores	164,894	249,930	(34.0)%

### *Ingresos de actividades ordinarias*

Nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias aumentó Ch\$576,871 millones, o 5.7%, a Ch\$10,711,029 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, de Ch\$10,134,158 millones por el mismo periodo en 2013, debido a contribuciones positivas de todos nuestros segmentos de negocio, con el mayor incremento en Servicios Financieros como resultado de nuestra cartera de préstamos, seguido por Supermercados, Mejoramiento del Hogar, Centros Comerciales y Grandes Almacenes.

#### *Supermercados*

Los ingresos consolidados de actividades ordinarias de nuestros supermercados aumentó Ch\$476,244 millones, o 6.2%, a Ch\$8,159,237 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, de Ch\$7,682,993 millones por el mismo periodo en 2013, principalmente debido a (i) un aumento en los ingresos de Ch\$150,415 millones, o 7.5%, en nuestras operaciones brasileras, que resultaron en una depreciación de 2.5% CLP contra el BRL y ventas positivas en las mismas tiendas, (ii) un incremento de Ch\$127,502 millones en nuestras operaciones de supermercados chilenos debido a un incremento de ventas en la misma tienda de 4.3% relacionadas a la mejora de nuestro desempeño en formato Santa Isabel y el estable desempeño de las operaciones de nuestro Jumbo en el país, así como la adición de 14 tiendas nuevas en comparación al mismo periodo en 2013, (iii) un incremento de 4.6% en las ventas de mismas tiendas en Perú que aumentó los ingresos por Ch\$91,207 millones, o 12.2%, en esa región, y (iv) un incremento de Ch\$80,467 millones en ingresos de nuestras operaciones en Colombia debido a ventas en la misma tienda positivas en el segundo semestre del año y aumentos en productos perecibles. Nuestras operaciones argentinas reportaron un aumento de ingresos de 1.5%, o Ch\$26,653 millones en las ventas en mismas tiendas de 29.0% en moneda local, que fueron compensadas parcialmente por una depreciación de 11.8% del AR\$ contra el CLP en el periodo.

#### *Tiendas de Mejoramiento del Hogar*

Los ingresos consolidados de actividades ordinarias de nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar aumentó Ch\$48,726 millones, o 4.1%, a Ch\$1,225,616 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014, de Ch\$1,176,890 millones por el mismo periodo en 2013, principalmente debido a (i) un incremento en los ingresos provenientes de nuestras operaciones en Colombia de Ch\$20,994 millones, o 45%, debido a un incremento de 8.7% en espacios de ventas como resultado de la apertura de 1 tienda y debido a la variación del CLP contra el COP durante el periodo, (ii) un incremento en Ingresos de Ch\$16,817 millones, o 4% en Chile debido al aumento de 2.7% de ventas en la misma tienda y la adición de una tienda nueva (iii) un incremento de Ch\$10,915 millones, o 2%, en nuestras operaciones argentinas debido a un incremento de 27.5% en ventas en la misma tienda fue parcialmente compensado por una depreciación de 11.8% en el ARS contra el peso chileno en el periodo.

#### *Grandes Almacenes*

Los ingresos consolidados de actividades ordinarias de nuestros grandes Almacenes aumentó Ch\$21,082 millones, o 2.2%, a Ch\$991,442 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014, de Ch\$970,360 millones por el mismo periodo en 2013, principalmente debido a un incremento en el número de nuestras tiendas peruanas, saltando de seis tiendas a nueve, aumentando el espacio de ventas por 40.4%, y resultando en el incremento de ingresos de Ch\$24,656 millones, o 169% que fue compensado por una declinación en los ingresos de las operaciones de nuestros grandes almacenes chilenos de Ch\$3,573 millones, o 0.3%, debido a una reducción a 0.5% de las ventas en la misma tienda para 2014 en comparación a 2013.

#### *Centros Comerciales*

Los ingresos consolidados de actividades ordinarias de nuestros Centros Comerciales aumentó Ch\$9,518 millones, o 4.6%, a Ch\$214,850 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014, de Ch\$205,332 millones por el mismo periodo en 2013, principalmente debido a (i) un incremento en los ingresos de nuestras operaciones chilenas de Ch\$7,895 millones, o 7%, debido

a las mejoras en el desempeño de nuestro símbolo Costanera Center, (ii) un incremento en los ingresos de nuestras operaciones peruanas de Ch\$2,883 millones, o 20%, debido a un incremento en las tasas de ocupación en nuestro desarrollo en el país de 87.0% a 89.0%, y (iii) un incremento en los ingresos de nuestras operaciones colombianas de Ch\$1,447 millones o un incremento de 19.1%, principalmente debido a la reclasificación de ingresos derivado de tiendas de tiendas auxiliares del segmento de supermercados a inmobiliario. Estos incrementos se vieron parcialmente compensados por una disminución a 4% en los ingresos de nuestra división en Argentina debido a un lento consumo en el país y la depreciación del ARS durante periodo descrito.

#### *Servicios Financieros*

Los ingresos consolidados de actividades ordinarias de nuestros servicios financieros aumentó Ch\$36,028 millones, o 44.1%, a Ch\$117,679 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014, de Ch\$81,651 millones por el mismo periodo en 2013, principalmente debido a (i) un incremento en Ingresos de Ch\$17,467 millones, o 69%, de nuestras operaciones peruanas debido a la expansión de cartera de crecimiento de nuestro negocio de grandes almacenes, (ii) un incremento en los ingresos de nuestras operaciones argentinas de Ch\$17,857 millones, o 40%, debido al incremento en el tamaño de nuestra cartera de préstamos y (iii) un incremento en los ingresos de operaciones nuestras operaciones colombianas de Ch\$514 millones, o 7%, también debido al incremento en el tamaño de nuestra cartera de préstamos y la adición de ofertas de nuevos productos. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por la disminución de Ch\$140 millones, o 4%, en Brasil, de Ch\$3,983 millones a Ch\$3,843 millones por los doce meses de 2013 y 2014, respectivamente, debido a la disminución del tamaño de nuestra cartera de préstamos en el país.

#### *Costos de ventas*

Nuestros costos de ventas consolidados aumentaron Ch\$490,521 millones, o 6.7%, a Ch\$7,814,773 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$7,324,252 millones por el mismo periodo en 2013, principalmente debido a un incremento en ventas de 5.7%.

#### *Supermercados*

Nuestros costos de ventas consolidados de supermercados aumentaron Ch\$421,520 millones, o 7.3%, a Ch\$6,204,110 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$5,782,590 millones por el mismo periodo en 2013, debido a (i) un incremento en los costos de ventas en Brasil de Ch\$170,154 millones, o 11%, debido a un incremento de 7.5% en ventas; (ii) un incremento de Ch\$98,232 millones, o 5.9%, en Chile en línea con el crecimiento de ventas que experimentó el país, (iii) un incremento de Ch\$75,182 millones en Perú por el incremento de 12.2% en ventas así como el aumento de costos en conexión con un aumento del precio de actividades promocionales, (iv) un aumento de Ch\$66,305 millones, o 9.0%, en costos de ventas en Colombia debido a un incremento de 8.8% en ventas y (v) un incremento en costos de ventas en Argentina de Ch\$11,648 millones o 0.9%.

#### *Tiendas de Mejoramiento del Hogar*

Nuestros costos de ventas consolidados en Tiendas de Mejoramiento del Hogar aumentaron Ch\$12,940 millones, o 1.6%, a Ch\$800,342 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$787,402 millones por el mismo periodo en 2013, principalmente debido a (i) un incremento en costos de ventas en Colombia de Ch\$16,361 millones, o 49%, debido a la expansión de nuestras operaciones en el país junto a un incremento de Ch\$10,400, o 3%, en costos de ventas en Chile que fue en línea con el crecimiento de ventas en nuestro negocio chileno. Estos efectos fueron parcialmente compensados por la disminución de los costos de ventas en Argentina de Ch\$13,822 millones o 3% por la mejora de los términos con proveedores. Los costos como un porcentaje de ventas disminuyeron a 65.3% en los doce meses de 2014, en comparación con 66.9% para 2013, debido términos comerciales más favorables con los proveedores a causa de renegociaciones de contratos, un ambiente de precios más flexible en Argentina y a mayor mezcla de consumidores de retail, que tienen un más alto de margen consumidores, versus la venta por mayor en Chile.

#### *Grandes Almacenes*

Nuestros costos de ventas consolidados en nuestros grandes Almacenes aumentaron Ch\$39,749 millones, o 5.7%, a Ch\$741,279 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$701,530 millones por el mismo periodo en 2013, debido a (i) un incremento de Ch\$21,655 millones, o 178%, en costos de ventas en Perú por la mencionada expansión de nuestro negocio de grandes almacenes en el país y (ii) un incremento en costos de ventas en Chile de Ch\$18,095 millones, o 3%, por el aumento de actividades promocionales. Los costos como un porcentaje de ventas aumentó 250 puntos bases debido al deterior del ambiente de consumidores en Chile.

#### *Centros Comerciales*

Nuestros costos de ventas consolidados, principalmente depreciación y gastos, de nuestros Centros Comerciales aumentaron Ch\$4,688 millones, o 20.1%, a Ch\$28,029 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$23,341 millones

por el mismo periodo en 2013, debido a (i) un incremento en Argentina de Ch\$4,843 millones, o 35%, por el aumento de gastos operacionales relacionados a la renegociación de acuerdos de negociación colectivos, (ii) un incremento de Ch\$483 millones o 7% en Costos de ventas por nuestras operaciones chilenas en línea con ventas crecimiento por el periodo y (iii) un incremento en Costos de ventas en Colombia por la inclusión de tiendas accesorias de supermercado a estos segmentos de Ch\$21 millones, o 6%. Estos efectos fueron parcialmente compensados por la disminución en costos de ventas en Perú de Ch\$659 millones, o 35%, debido a reducciones de costos y eficiencias.

#### *Servicios Financieros*

Nuestros costos de ventas consolidados, principalmente provisiones para malas deudas y recolección y costos de procesos, de nuestra división de servicios financieros aumentaron 50.5%, o Ch\$13,108 millones, a Ch\$39,046 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$25,938 millones por el mismo periodo en 2013, debido a (i) un incremento de Ch\$8,008 millones, o 55%, en Perú por el crecimiento de nuestra cartera de préstamos y (ii) un incremento de Ch\$4,840 millones, o 46%, en Argentina también debido al crecimiento de nuestro negocio durante el periodo.

#### *Ganancias Brutas*

Nuestras ganancias brutas consolidadas aumentaron un 3.1%, o Ch\$86,349 millones, a Ch\$2,896,256 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$2,809,907 millones por el mismo periodo en 2013, principalmente debido a las mejoras en ganancias brutas en los segmentos de supermercado y Mejoramiento del Hogar.

Nuestras ganancias brutas consolidadas como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias disminuyeron 70 bps a 27.0% para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de 27.7% por el mismo periodo en 2013.

#### *Supermercados*

Nuestras ganancias brutas consolidadas en nuestros supermercados aumentaron Ch\$54,723 millones, o 2.9%, a Ch\$1,955,127 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$1,900,404 millones por el mismo periodo en 2013, debido a (i) un incremento en ganancias brutas de Ch\$29,270 millones, o 5.2%, en Chile por la mejora en desempeño de nuestro formato Santa Isabel y el estable desempeño de nuestras operaciones de Jumbo en el país, (ii) un incremento en ganancias brutas de Ch\$16,025 millones, o 9.6%, en Perú por un incremento de 12.2% en ventas, (iii) un incremento de Ch\$15,005 millones, o 2.8%, en Argentina debido al crecimiento de ventas y mejoras en la administración de inventario y (iv) un incremento en ganancias brutas en Colombia de Ch\$14,162 millones o 7.9%, en línea con el crecimiento en ventas experimentado. Ganancias Brutas como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias disminuyeron para el segmento de Supermercados a 24.0% para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 en comparación con el 24.7% para el mismo periodo de 2013 debido a resultados más lentos de ganancias brutas en nuestras operaciones brasileras debido al aumento de reducción de inventario para la operación, y por el aumento de costos de ventas en Perú y Colombia debido al aumento de actividades promocionales para lograr un mejor posicionamientos de nuestras marcas y apoyar nuestra porción de mercado en esas regiones.

#### *Tiendas de Mejoramiento del Hogar*

Nuestras ganancias brutas consolidadas en nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar aumentaron Ch\$35,788 millones, o 9.2%, a Ch\$425,275 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$389,487 millones por el mismo periodo en 2013. Ganancias Brutas como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias aumentó a 34.6% para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014, en comparación al 33.9% para el mismo periodo en 2013, principalmente debido a las mejoras en márgenes en Chile y Argentina: (i) Ganancias Brutas como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias en Argentina fueron las que más aumentaron a 39.3% de 36.2% debido al ambiente de precios más flexible en vistas de que el gobierno ordenó que los controles de precio se limitaran a reducir las acciones de productos vendidos y acumulación de inventario que precede periodos altos de inflación, (ii) Ganancias brutas como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias en Chile aumentó a 29.2% de 28.8% por tener una base de clientes de retail más grande en ventas mezcladas que llevó a mejores márgenes de ganancias y (iii) mejoras en la escala de nuestras operaciones colombianas, que fueron de 9 to10 tiendas añadiendo 6,587 m<sup>2</sup> de espacio de ventas, que resultaron en mejores términos con los proveedores por el aumento de volúmenes comprados aumentando las ganancias brutas por 37%, o Ch\$4,633 millones; pero, estos efectos fueron compensados por el despeje del inventario de ventas durante el periodo reduciendo las ganancias brutas como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias de 26.9% a 25.4% en el país.

#### *Grandes Almacenes*

Nuestras ganancias brutas consolidadas en nuestros grandes Almacenes disminuyeron Ch\$18,667 millones, o 6.9%, a Ch\$250,163 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$268,830 millones por el mismo periodo en 2013. El deterioro en la economía chilena y la reducción de consumo llevó a una expansión de actividades promocionales, que resultó en una disminución de las ganancias brutas de Ch\$21,668 millones, o 8%, durante los doce meses finalizados el 31 de Diciembre,

2014 en comparación con el mismo periodo en 2013. En Perú, las ganancias brutas en Chile aumentaron Ch\$3,001 millones, o 124%, por el incremento en ventas de 169% debido al aumento en el tamaño de la operación, que fue de 6 a 9 tiendas. Nuestras ganancias brutas consolidadas como porcentaje de ingresos de actividades ordinarias disminuyeron a 25.2% para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de 27.7% por el mismo periodo en 2013.

#### *Centros Comerciales*

Nuestras ganancias brutas consolidadas en nuestros Centros Comerciales aumentaron Ch\$4,830 millones, o 2.7%, a Ch\$186,821 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$181,991 millones por el mismo periodo en 2013, debido a (i) un incremento en ganancias brutas en Chile de Ch\$7,413 millones, o 7% relacionado a la mejora del desempeño en nuestro desarrollos en el país, en particular nuestro Costanera Center, (ii) un incremento en las ganancias brutas en Perú de Ch\$3,542 millones, o 29%, por la mejora en la tasa de ocupación del Arequipa Center y Plaza Lima Sur y (iii) un incremento en las ganancias brutas en Colombia de Ch\$1,426 millones, o 17%, principalmente debido a la reclasificación de actividades de tiendas auxiliares que previamente se incorporaban al segmento de Supermercados. Los incrementos fueron parcialmente compensados por la declinación de ganancias brutas en Argentina de Ch\$7,551 millones, o 14%, por la disminución de ventas realizadas por arrendatarios de nuestros Centros Comerciales así como por la depreciación del ARS durante el periodo.

Debido a estos factores, nuestras ganancias brutas consolidadas como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias en nuestros Centros Comerciales disminuyeron a 86.9% para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 en comparación a 88.6% por el mismo periodo en 2013.

#### *Servicios Financieros*

Nuestras ganancias brutas consolidadas en nuestros servicios financieros segmentos aumentaron Ch\$22,919 millones, o 41.1%, a Ch\$78,632 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$55,713 millones por el mismo periodo en 2013, debido a (i) una cartera de préstamos más grande y actividades de mejoras en la administración de riesgos en nuestras operaciones argentinas, que aumentó las ganancias brutas en Argentina por Ch\$13,018 millones, o 39%, (ii) crecimiento de nuestra cartera de préstamos en Perú debido al desarrollo de nuestro negocio de grandes almacenes, que impulsó el crecimiento de nuestra cartera por el financiamiento de compra en tienda, aumentando las ganancias brutas por Ch\$9,459 millones y (iii) la expansión de nuestras operaciones colombianas, aumentando las ganancias brutas en Colombia por Ch\$514 millones, o 7%.

#### *Otros Ingresos por Función*

Nuestros Otros Ingresos por Función consolidados aumentaron por Ch\$6,147 millones, o 5.7%, a Ch\$114,438 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$108,291 millones por el mismo periodo en 2013, debido al incremento del fair value de las propiedades en el periodo y la baja en la tasa de descuento por el periodo de doce meses finalizado 31 de Diciembre, 2014 cuando comparado al mismo periodo en 2013 compensa parcialmente el efecto negativo del alza de las tasas de impuestos en nuestro modelo de flujo de caja.

#### *Gastos administrativos, costos de distribución y otros gastos*

Nuestros gastos administrativos consolidados, costos de distribución y otros gastos aumentaron Ch\$137,854 millones, o 5.8%, a Ch\$2,495,436 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$2,357,582 millones por el mismo periodo en 2013. Este incremento fue en línea con el incremento relacionado de 5.7% en los ingresos de actividades ordinarias.

#### *Resultados de actividades financieras y otras*

La siguiente tabla presenta, por los periodos indicados, el desglose de los resultados consolidados de actividades financieras, tributarias y otras actividades, así como el porcentaje de variación de periodo a periodo:

	<u>Al 31 de Diciembre,</u>		<u>% Cambio</u>
	<u>2014</u>	<u>2013</u>	
	(en millones de Ch\$)		
Otras ganancias (pérdidas)	34,624	26,366	31.3%
Ingreso Financiero	6,709	5,999	11.8%
Gastos Financieros	(222,165)	(223,856)	(0.8)%
Diferencias de cambio	(23,643)	(25,054)	(5.6)%
Pérdidas por Indexación	(39,576)	(18,885)	109.6%
Pérdidas totales de actividades financieras y otras	<u>(244,050)</u>	<u>(235,430)</u>	<u>3.7%</u>

Nuestras pérdidas consolidadas de actividades financieras y otras permanecen esencialmente planas por el periodo de doce meses finalizado 31 de Diciembre, 2014 en comparación al mismo periodo en 2013, en vistas de los siguientes factores:

- Un aumento de otras ganancias (pérdidas) de Ch\$8,258 millones, que resultó principalmente en un favorable fair value de contratos derivativos relacionados con la cobertura de nuestras actividades de nuestra deuda denominada en U.S.\$ (favor ver nota 3 de nuestros estados financieros para mayores detalles respecto a las actividades de cobertura); y
- Una disminución en Gastos Financieros de Ch\$1,691 millones, resultantes en gastos financieros por Ch\$222,165 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 en comparación con el gasto financiero de Ch\$223,856 millones para el mismo periodo de 2013 debido a una baja en la tasa de interés variable. Como se presentó, los Gastos Financieros fueron reducidos debido a una baja en la carta de deudas, pese a mayores necesidades de capital de trabajo; y
- Una disminución en las diferencias de cambio de Ch\$1,411 millones, que resultaron en pérdidas de cambio por Ch\$23,643 millones para el periodo de doce meses finalizado 31 de Diciembre, 2014 en comparación con las pérdidas por cambio de Ch\$25,054 millones para el mismo periodo de 2013 debido a resultados de depreciación de CLP/USD más bajos.

Afectados por;

- Un aumento de las pérdidas provenientes de la indexación de Ch\$20,691 millones por la mayor tasa de inflación en Chile, que resultó en la pérdida de Ch\$39,576 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014, en comparación con la pérdida de Ch\$18,885 millones para el mismo periodo de 2013.

### ***Impuesto a la Renta***

Para el periodo de doce meses finalizado el 31 de Diciembre, 2014, teníamos un gasto de impuesto a la renta de Ch\$125,932 millones, en comparación con un gasto de impuesto a la renta Ch\$94,068 millones por el mismo periodo en 2013. Este incremento de Ch\$31,861 millones fue principalmente debido a una mayor tasa de interés a empresas durante el periodo de 2014.

El 29 de Septiembre, 2014, Chile promulgó la Reforma Tributaria. La Reforma Tributaria introdujo cambios a la tasa de interés de impuestos a las empresas, ordenando el aumento gradual de la tasa de 20% a 25% o 27% en ciertos casos, las Reglas respecto la capitalización mínima y la tributación de las inversiones en el extranjero de Chile (las Reglas de la empresa extranjera controlada), entre otros. Estas nuevas reglas establecen que tendrán un efecto gradual, con el proceso de implementación iniciado el 01 de Octubre, 2014 y se estableció que finalizaría el 01 de Enero, 2018.

### ***Ganancias (pérdidas) de operaciones continuadas***

Debido a los factores anteriores, nuestras ganancias netas disminuyeron Ch\$89,923 millones, o 37.2%, a Ch\$151,485 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$241,408 millones por el mismo periodo en 2013. Nuestras ganancias netas, como porcentaje de ingresos de actividades ordinarias, disminuyeron a 1.4% para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de 2.4% para el mismo periodo en 2013.

### **Año Finalizado 31 de Diciembre, 2014 Comparado al Año Finalizado 31 de Diciembre, 2013 por Operaciones No Continuidas**

La siguiente tabla presenta, por los periodos indicados, ciertos ítems de la declaración de renta respecto a nuestras operaciones no continuadas:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		<b>% Cambio</b>
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	
	<b>(en millones deCh\$)</b>		
<b>Ingresos de operaciones continuadas:</b>			
Ingresos totales	201,826	206,882	(2.4)%
<b>Costos de ventas de operaciones no continuadas:</b>			
Costos totales de ventas	(55,799)	(59,817)	(6.7)%
<b>Ganancias Brutas de ventas de operaciones no continuadas:</b>			
Ingreso Bruto Total	146,027	147,065	(0.7)%
Gastos administrativos, costos de distribución y otros gastos	(55,460)	(60,174)	(7.8)%
Otros gastos por función	(13,670)	(30,166)	(54.7)%
Otros Ingresos por Función	191	423	(54.9)%

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		<b>% Cambio</b>
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	
	(en millones deCh\$)		
Otras ganancias (pérdidas)	35	16	118.8%
Resultados de actividades de operaciones	77,123	57,164	34.9%
Ingreso Financiero	260	145	79.3%
Gastos Financieros	(38,953)	(34,829)	11.8%
Diferencias de cambio	(19,199)	(9,670)	98.5%
Pérdidas por Indexación	(4,970)	(2,074)	139.6%
Ingresos (pérdidas) previo a impuestos	14,261	10,447	36.5%
Impuesto a la Renta	(1,599)	(2,089)	23.5%
<b>Ganancias (pérdidas)</b>	<b>12,662</b>	<b>8,357</b>	<b>51.2%</b>
Ganancias básicas (pérdidas) por acción	3.0	14.2	(78.9)%
Ganancias diluidas (pérdidas) por acción	3.0	14.2	(78.9)%

### ***Ingresos de operaciones continuadas***

#### ***Operaciones no continuadas***

Nuestros ingresos consolidados de operaciones no continuadas disminuyeron Ch\$5,056 millones, o 2.4%, a Ch\$201,826 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014, de Ch\$206,882 millones por el mismo periodo en 2013, principalmente debido al efecto de los caps de la *Tasa Máxima Convencional* aplicable en Chile como parte del marco regulatorio desarrollado en 2013.

#### ***Costos de ventas***

##### ***Operaciones no continuadas***

Nuestros costos de ventas consolidados de operaciones no continuadas, principalmente provisiones por malas deudas y costos de recolección y procesamiento, disminuyeron 6.7%, o Ch\$4,018 millones, a Ch\$55,799 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$59,817 millones por el mismo periodo en 2013, debido a mejoras en las actividades de administración de riesgos como un porcentaje más bajo de nuestra cartera de préstamos en Chile que fue provisionada por los préstamos no en desempeño.

#### ***Ganancias Brutas***

##### ***Operaciones no continuadas***

Nuestras ganancias brutas de ventas de operaciones no continuadas consolidadas disminuyeron Ch\$1,038 millones, o 0.7%, por Ch\$146,027 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$147,065 millones por el mismo periodo en 2013, debido a la promulgación de caps de tasa de interés y la reducción en el número de titulares de tarjetas con pagos en arras, que redujeron los ingresos por pagos vencidos.

#### ***Otros Ingresos por Función***

Nuestros otros ingresos por función consolidados de operaciones no continuadas disminuyeron por Ch\$232 millones, o 54.9%, a Ch\$191 millones por los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$423 millones por el mismo periodo en 2013, debido a un incremento en el recupero de cobros de comisión.

#### ***Gastos administrativos, costos de distribución y otros gastos***

Nuestros gastos administrativos consolidados, costos de distribución y otros gastos de operaciones no continuadas disminuyeron Ch\$4,714 millones, o 7.8%, a Ch\$55,460 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$60,174 millones por el mismo periodo en 2013. Esta disminución mencionada se relaciona con la contracción de ganancias relacionada de 7.8%, y fue debido a cortes en costos, control de gastos y mejora de las iniciativas de productividad en las divisiones de nuestro negocio.

#### ***Resultados de actividades financieras y otras***

La siguiente tabla presenta, por los periodos indicados, un desglose de nuestros resultados consolidados financieros, tributarios y de otras actividades de operaciones no continuadas, así como la variación de porcentaje de periodo a periodo:

	<b>Al 31 de Diciembre,</b>		<b>% Cambio</b>
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	
	(en millones deCh\$)		
Otras ganancias (pérdidas)	35	16	118.8%
Ingreso Financiero	260	145	79.3%
Gastos Financieros	(38,953)	(34,829)	11.8%

	<u>Al 31 de Diciembre,</u>		<u>% Cambio</u>
	<u>2014</u>	<u>2013</u>	
	<u>(en millones deCh\$)</u>		
Diferencias de cambio	(19,199)	(9,670)	98.5%
Pérdidas por Indexación	(4,970)	(2,074)	139.6%
Pérdidas totales de actividades financieras y otras	<u>(62,827)</u>	<u>(46,412)</u>	<u>35.4%</u>

Nuestras pérdidas financieras y de otras actividades de operaciones no continuadas aumentaron un 14% por el periodo de doce meses finalizado 31 de Diciembre, 2014 en comparación al mismo periodo en 2013, en vista de los siguientes factores:

- Un incremento en gastos financieros de Ch\$4,124 millones, resultantes en gastos financieros de Ch\$38,953 millones por los doce meses finalizado el 31 de Diciembre, 2014, en comparación al gasto financiero de Ch\$34,829 millones por el mismo periodo de 2013 debido a la expansión de la cartera en el periodo;
- Un incremento en las diferencias de la tasa de cambio de Ch\$9,529 millones, que provocó la pérdida de Ch\$19,199 millones por los doce meses finalizado el 31 de Diciembre, 2014 en comparación a la pérdida de Ch\$9,670 millones por el mismo periodo en 2013 debido a la devaluación de monedas locales contra el U.S. dólar; y
- Un incremento en las pérdidas provenientes de la indexación de Ch\$2,896 millones por una mayor tasa de inflación en Chile, resultó en la pérdida de Ch\$4,970 millones por los doce meses finalizado en 31 de Diciembre, 2014, en comparación a las pérdidas de Ch\$2,074 millones por el mismo periodo de 2013,

Que fueron parcialmente compensadas por:

- Un incremento en otras ganancias (pérdidas) de Ch\$19 millones, de Ch\$16 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2013 a Ch\$35 millones en el mismo periodo de 2014 debido al fair value de contratos derivativos, y;
- Un incremento en ingresos financieros de Ch\$145 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2013 a Ch\$260 millones por el mismo periodo en 2014 debido a inversiones realizadas por la Compañía con el exceso de efectivo.

### ***Impuesto a la Renta***

Po los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014, teníamos un gasto de impuesto a la renta de Ch\$1,599 millones, en comparación al gasto de impuesto a la renta de Ch\$2,089 millones para el mismo periodo en 2013. Esta disminución de Ch\$490 millones fue a consecuencia de la reforma tributaria promulgada en Chile durante 2014. La aplicación de la reforma tributaria chilena resultó en ganancias sobre la equidad mantenida por nuestro negocio de servicios financieros en Chile. Estas ganancias se deben a la aplicación de la reforma tributaria en Chile que provocó una reducción en nuestra tasa de impuesto efectiva (Ver Nota 26 de nuestros estados financieros auditados).

### ***Ganancias (pérdidas) de operaciones no continuadas***

Debido a los anteriores factores, nuestras ganancias netas de operaciones no continuadas aumentó Ch\$3,052 millones, o 36.5%, a Ch\$11,409 millones para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$8,357 millones por el mismo periodo en 2013. Nuestras ganancias netas, como un porcentaje de los ingresos de actividades ordinarias, aumentó a 5.7% para los doce meses finalizados el 31 de Diciembre, 2014 de 4.0% por el mismo periodo en 2013.

### **Año Finalizado 31 de Diciembre, 2013 comparado al Año Finalizado 31 de Diciembre, 2012**

La siguiente tabla presenta, por los periodos indicados, ciertos ítems de nuestros estados de ingresos:

	<u>Año finalizado 31 de Diciembre,</u>		<u>% Cambio</u>
	<u>2013</u>	<u>2012</u>	
	<u>(en millones deCh\$)</u>		
<b>Ingresos de actividades ordinarias:</b>			
Supermercados	7,682,064	6,733,610	14.1%
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	1,176,890	1,063,086	10.7%

	<b>Año finalizado 31 de Diciembre,</b>		<b>% Cambio</b>
	<b>2013</b>	<b>2012</b>	
	<b>(en millones de Ch\$)</b>		
Grandes Almacenes	970,360	886,075	9.5%
Centros Comerciales	205,332	172,104	19.3%
Servicios Financieros	81,651	58,454	39.7%
Otros	17,861	12,022	48.6%
Ingresos totales de actividades ordinarias	<u>10,134,158</u>	<u>8,925,351</u>	13.5%
<b>Costos de ventas:</b>			
Supermercados	(5,782,590)	(5,057,477)	14.3%
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	(787,402)	(711,500)	10.7%
Grandes Almacenes	(701,530)	(644,668)	8.8%
Centros Comerciales	(23,341)	(27,213)	(14.2)%
Servicios Financieros	(25,938)	(21,082)	23.0%
Otros	(3,451)	(2,294)	50.4%
Costos totales de ventas	<u>(7,324,252)</u>	<u>(6,464,234)</u>	13.3%
<b>Ganancias Brutas:</b>			
Supermercados	1,900,404	1,676,133	13.4%
Tiendas de Mejoramiento del Hogar	389,487	351,586	10.8%
Grandes Almacenes	268,830	241,407	11.4%
Centros Comerciales	181,991	144,891	25.6%
Servicios Financieros	55,713	37,372	49.1%
Otros	13,481	9,728	38.6%
Ingreso Bruto Total	<u>2,809,907</u>	<u>2,461,117</u>	14.2%
Gastos administrativos, costos de distribución y otros gastos	(2,357,582)	(2,048,390)	15.1%
Otros Ingresos por Función	108,291	107,011	1.2%
Participación en ingresos de asociados	10,289	5,642	82.4%
Ingreso Financiero	5,999	8,231	(27.1)%
Gastos Financieros	(223,856)	(178,631)	25.3%
Otras ganancias	26,366	(7,403)	N/A
Diferencias de Cambio	(25,054)	(12,053)	107.9%
Pérdidas por Indexación	(18,885)	(23,538)	(19.8)%
Ingresos (pérdidas) previo a impuestos	335,476	311,988	7.5%
Impuesto a la Renta	(94,068)	(92,226)	2.0%
Ganancias de operaciones continuadas	241,408	219,762	9.8%
Ganancias de operaciones no continuadas	8,357	33,047	(74.7)%
Ingreso Neto	249,765	252,809	(1.2)%
Ganancia atribuible a accionistas no controladores	(165)	2,851	(105.8)%
Ganancia atribuible a accionistas controladores	249,930	249,959	0.0%

### ***Ingresos de actividades ordinarias***

Nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias aumentaron Ch\$1,208,807 millones, o 13.5%, a Ch\$10,134,158 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013, de Ch\$8,925,351 millones para el mismo periodo en 2012, como resultado de (i) un incremento de Ch\$948,454 millones, o 14.1%, en ingresos en el segmento de supermercados, (ii) un incremento de Ch\$113,804 millones, o 10.7%, en ingresos de nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar, (iii) un incremento de Ch\$84,285 millones, o 9.5%, en ingresos en nuestro negocio de grandes almacenes, (iv) un incremento de Ch\$33,228 millones, o 19.3%, en ingresos de nuestro segmento de Centros Comerciales, y (v) un incremento de Ch\$23,197 millones, o 39.7%, en ingresos en nuestro negocio de servicios financieros debido a su expansión en Perú y la adición del segmento de servicios financieros en Colombia.

#### ***Supermercados***

Los ingresos consolidados de actividades ordinarias de nuestros supermercados aumentó Ch\$948,454 millones, o 14.1%, a Ch\$7,682,064 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$6,733,610 millones por el mismo periodo en 2012, principalmente debido a (i) la consolidación de operaciones de supermercado en Colombia por todo el periodo de 12 meses de 2013 versus un solo mes en 2012, (ii) un incremento de Ch\$169,327 millones, o 8.2%, en ventas en Chile como resultado positivo de las ventas en la misma tienda y la adición de 10 tiendas nuevas a lo largo del país, (iii) y expansión de ingresos de Ch\$35,064 millones o 2.0% en Argentina como consecuencia del crecimiento de 17.3% en ventas en la misma tienda en moneda local y un incremento de Ch\$26,530 o 4.0% en Perú, también ayudado por la apertura de una tienda y crecimiento de 1.5% en ventas de la misma tienda en

moneda local. Todo lo anterior fue parcialmente compensado por una disminución de ingresos en Brasil de Ch\$91,206 millones, o de 4.4%, a causa de la disminución de ventas e la misma tienda de 0.5% en moneda local.

#### *Tiendas de Mejoramiento del Hogar*

Nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias de nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar aumentó Ch\$113,804 millones, o 10.7%, a Ch\$1,176,890 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$1,063,086 millones por el mismo periodo en 2012, principalmente debido a (i) un incremento de Ch\$48,328 millones, o 12.4%, resultante de un incremento en ingresos en Chile conducidos por un incremento en ventas de la misma tienda en moneda local de 6.1% y mejoraron los términos con proveedores, (ii) un incremento de Ch\$62,025, o 10.0%, millones en ingresos, en Argentina conducidos por un incremento en ventas de la misma tienda en moneda local de 30.3% y un incremento en ventas a causa de la apertura de una tienda nueva y (iii) un incremento de Ch\$3,450 millones, o 8.1%, en ingresos en Colombia conducido por un incremento de 0.1% en ventas de la misma tienda en moneda local y la apertura de 5 tiendas nuevas en el periodo.

#### *Grandes Almacenes*

Nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias de nuestros Grandes Almacenes aumentó Ch\$84,285 millones, o 9.5%, en 2013 en comparación a 2012, a causa de (i) un incremento de Ch\$69,702 millones, o 7.9%, a Ch\$955,777 millones de ingresos de Chile para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$886,075 millones por el mismo periodo en 2012, principalmente debido a un incremento en ventas de la misma tienda de 4.7% y (ii) aumento o de ingresos en Perú debido a la apertura de seis nuevas tiendas París en el país durante el periodo que contribuyeron Ch\$14,583 millones.

#### *Centros Comerciales*

Nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias de nuestros Centros Comerciales aumentó Ch\$33,228 millones, o 19.3%, a Ch\$205,332 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$172,104 millones por el mismo periodo en 2012, principalmente debido a: (i) un incremento de Ch\$19,748 millones, o 21.2%, por el crecimiento de ingresos en Chile debido a la mejora en el desempeño de todas nuestras propiedades en el país, particularmente el Costanera Center y la contribución del año completo a la división del centro comercial; (ii) un incremento de Ch\$3,828 millones, o 5.8%, por el crecimiento de ingresos en Argentina debido a la mejora en el desempeño, (iii) crecimiento de ingresos en los segmentos de Perú de 111%% para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 atribuible a la apertura de un Centro Comercial en la ciudad de Arequipa (iv) y la consolidación de la división inmobiliaria en Colombia.

#### *Servicios Financieros*

Nuestros ingresos consolidados de actividades ordinarias de nuestros servicios financieros aumentó Ch\$23,197 millones, o 39.7%, a Ch\$81,651 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$58,454 millones por el mismo periodo en 2012, debido a la expansión de la cartera en nuestros mercados.

#### *Costos de ventas*

Nuestros costos de ventas consolidados aumentaron Ch\$860,018 millones, o 13.3%, a Ch\$7,324,252 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$6,464,234 millones por el mismo periodo en 2012, principalmente debido al incremento en ventas, como reportó en el periodo. El principal aumento se dio en nuestro segmento de supermercados siguientes a la consolidación de nuestras operaciones en Colombia. Los costos de ventas como un porcentaje de ventas disminuyeron por 0.3% en 2013 en comparación a 2012 a causa de mejor administración de costos por parte de nuestros segmentos Centros Comerciales y grandes almacenes.

#### *Supermercados*

Nuestros costos de ventas consolidados en nuestros supermercados aumentaron Ch\$725,113 millones, o 14.3%, a Ch\$5,782,590 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$5,057,477 millones por el mismo periodo en 2012, debido a (i) Costos de ventas de Ch\$654,338 millones atribuible a la consolidación de 12 meses de las operaciones de supermercado en Colombia; (ii) un incremento en costos de ventas en Chile de Ch\$107,579 millones, o 6.9%, por la apertura de 10 tiendas nuevas y (iii) un incremento de Ch\$26,862 millones, o 5.0%, por costos de ventas en nuestros Supermercados peruanos. Lo anterior fue parcialmente compensado por una disminución en costos de ventas en Brasil de Ch\$89,129 millones, o 5.4%, debido a la mejora en los términos con proveedores.

### *Tiendas de Mejoramiento del Hogar*

Nuestros costos de ventas consolidados en Tiendas de Mejoramiento del Hogar aumentaron Ch\$75,902 millones, o 10.7%, a Ch\$787,402 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$711,500 millones por el mismo periodo en 2012, principalmente debido a (i) un incremento de los costos de ventas en Argentina de Ch\$39,615 millones (ii) un incremento de los costos de ventas en Chile de Ch\$33,864 millones, o 12%, y (iii) un incremento de Ch\$2,424 en Colombia. Los costos como porcentaje de ventas se mantuvieron planos debido a mejores términos por negociaciones con nuestros proveedores.

### *Grandes Almacenes*

Nuestros costos de ventas consolidados en nuestros Grandes Almacenes aumentaron Ch\$56,862 millones, o 8.8%, a Ch\$701,530 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$644,668 millones por el mismo periodo en 2012, principalmente debido a un incremento en ventas en el periodo de 9.5%. Los costos como un porcentaje de ventas disminuyeron marginalmente por 0.5% debido a mayores sinergias en nuestras relaciones con proveedores y mejoras en los márgenes de nuestras tiendas Johnson. Los costos de ventas en Chile crecieron 6.9% mientras el inicio de Grandes Almacenes en Perú resultó en un incremento en costos de ventas de Ch\$12,170 millones.

### *Centros Comerciales*

Nuestros costos de ventas consolidados, principalmente depreciación y gastos, de nuestros Centros Comerciales disminuyeron Ch\$3,872 millones, o 14.2%, a Ch\$23,341 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$27,213 millones por el mismo periodo en 2012, debido a; (i) una disminución en los costos de ventas en Perú por el monto de Ch\$1,266 millones (ii) una disminución en Chile de Ch\$1,382 millones, o 16.8%, debido a altos gastos registrados en 2012 por la apertura de Costanera Center, y (iii) una declinación en Argentina de Ch\$666 millones, o 4.6%. Estos fueron parcialmente compensados por la consolidación de nuestro negocio de Centros Comerciales en Colombia.

### *Servicios Financieros*

Nuestros costos de ventas consolidados, principalmente provisiones para malas deudas y recolección y procedimientos de costos, de nuestro segmento de servicios financieros aumentó 23.0%, o Ch\$4,856 millones, a Ch\$25,938 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$21,082 millones por el mismo periodo en 2012, debido a expansión de cartera.

### *Ganancias Brutas*

Nuestras ganancias brutas consolidadas aumentaron 14.2%, o Ch\$348,790 millones, a Ch\$2,809,907 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$2,461,117 millones por el mismo periodo en 2012, principalmente debido a ganancias brutas por mejoras en los segmentos.

Nuestras ganancias brutas consolidadas como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias aumentaron de 0.1% a 27.7% para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de 27.6% por el mismo periodo en 2012.

### *Supermercados*

Nuestras ganancias brutas consolidadas en nuestros supermercados aumentó Ch\$224,271 millones, o 13.4%, a Ch\$1,900,404 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$1,676,133 millones por el mismo periodo en 2012, debido a mejoras en los márgenes de resultados de todos nuestros mercados excepto Brasil. Las ganancias brutas como un porcentaje de ventas se mantuvo plano por la división general a 24.9%. Esto fue resultado de (i) la adición de 12 meses de operación de nuestra operación de supermercados en Colombia que contribuyó Ch\$148,769 millones en ganancias brutas; (ii) Las ganancias brutas en Chile incrementaron Ch\$61,749 millones, o 12.4%, reflejando la madurez de inversiones continuadas en centros de distribución; y (iii) la expansión de ganancias brutas en Ch\$25,373 millones en Argentina, o 4.9%, debido al ambiente de precios más flexible combinado con la mejora de la estrategia comercial. Esto fue parcialmente compensado por una disminución en las ganancias brutas de Brasil de Ch\$2,077 millones, o 0.5%.

### *Tiendas de Mejoramiento del Hogar*

Nuestras ganancias brutas consolidadas en nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar aumentó Ch\$37,901 millones, o 10.8%, a Ch\$389,487 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$351,586 millones por el mismo periodo en 2012. Los costos de ventas como un porcentaje de ventas permanecieron planos en el periodo at 33.1% en comparación contra el mismo periodo 2012. El incremento fue resultado de: (i) un incremento en las operaciones de Argentina de Ch\$22,411, o 10%, en línea con crecimiento de ventas por división, (ii) El crecimiento de Chile de Ch\$14,465 millones, o 12.6%, debido un aumento en las ventas con márgenes brutos por la operación y (iii) Un incremento en nuestras operaciones colombianas de Ch\$1,026 millones, o 9.0%, con un incremento de 0.3% en el margen bruto por la operación debido a mayores volúmenes, que diluyen gastos.

### *Grandes Almacenes*

El margen bruto consolidado de nuestros grandes Almacenes aumentó Ch\$27,423 millones, o 11.4%, a Ch\$268,830 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$241,407 millones para el mismo periodo en 2012. En Chile, las mejoras en la administración de inventario y mezclas de ventas particularmente de nuestras operaciones de Johnson. Nuestras ganancias brutas consolidadas como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias aumentó por 0.5% a 27.7% para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de 27.2% para el mismo periodo en 2012. Nuestro inicio en Perú contribuyeron con Ch\$2,413 millones en ganancias brutas a esta división.

### *Centros Comerciales*

El margen bruto consolidado de nuestros Centros Comerciales aumentó Ch\$37,100 millones, o 25.6%, a Ch\$181,991 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$144,891 millones para el mismo periodo en 2012, a causa de (i) un incremento en Chile de Ch\$21,129 millones que reflejó un año completo de contribución del Costanera Center y altos niveles de ocupación por la propiedad y Portal Osorno, (ii) la adición de operaciones inmobiliarias de Colombia contribuyeron con Ch\$7,502 millones en ganancias brutas y (iii) un incremento en Argentina de Ch\$4,494 millones.

A causa de los factores mencionados, nuestras ganancias brutas consolidadas como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias en nuestros Centros Comerciales aumentó a 88.63% para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de 84.2% por el mismo periodo en 2012.

### *Servicios Financieros*

Nuestras ganancias brutas consolidadas en nuestro segmento de servicios financieros aumentaron Ch\$18,341 millones, o 49.1%, a Ch\$55,713 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$37,372 millones por el mismo periodo en 2012, a causa de (i) un incremento de Ch\$7,996 millones en Perú debido a una mejor cartera de préstamos y (ii) la mayor contribución a las operaciones de Financieros en Colombia, que añadió Ch\$7,156 millones como resultado del segmento de la contribución completa de un año.

### *Otros Ingresos por Función*

Nuestros otros ingresos por función consolidados aumentaron por Ch\$1,280 millones, a Ch\$108,291 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$107,011 millones por el mismo periodo en 2012, a causa de un incremento en el fair value de las propiedades de inversión en 2013 en comparación a 2012.

### *Gastos administrativos, costos de distribución y otros gastos*

Nuestros gastos administrativos, costos de distribución y otros gastos consolidados aumentaron Ch\$309,192 millones, o 15.1%, a Ch\$2,357,582 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$2,048,390 millones por el mismo periodo en 2012, que excedió el aumento de ingresos de actividades ordinarias de 13.5% a causa de los aumentos en salarios en el periodo de la mayoría de nuestros segmentos.

### *Resultados de actividades financieras y otras*

La siguiente tabla presenta, por los periodos indicados, un desglose de nuestros resultados financieros consolidados y otras actividades, así como el porcentaje de variación de periodo a periodo:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		<b>% Cambio</b>
	<b>2013</b>	<b>2012</b>	
	<b>(en millones de Ch\$)</b>		
Otras ganancias (pérdidas)	26,366	(7,403)	456.2%
Ingreso Financiero	5,999	8,231	(27.1)%
Gastos Financieros	(223,856)	(178,631)	25.3%
Diferencias de cambio	(25,054)	(12,053)	107.9%
Pérdidas por Indexación	(18,885)	(23,538)	(19.8)%
Pérdidas totales de actividades financieras y otras	(235,430)	(213,394)	10.3%

Nuestras pérdidas financieras y de otras actividades consolidadas aumentaron por Ch\$22,036 millones, a las pérdidas de Ch\$235,430 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de las pérdidas de Ch\$213,394 millones para el mismo periodo en 2012. Este incremento se debió a los siguientes factores:

- Un incremento en los gastos financieros de Ch\$45,225 millones, resultó en gastos financieros de Ch\$223,856 para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 en comparación a Gastos Financieros de Ch\$178,631 millones para el mismo periodo de 2012 a causa de bajos efectivos, y de un alto nivel de carga de deuda usada para financiar la estrategia de crecimiento de la Compañía, que se relaciona principalmente a adquisiciones; y
- Un incremento en las diferencias de la tasa de cambio de Ch\$13,001 millones, a causa de las pérdidas de Ch\$25,054 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 en comparación a las pérdidas de Ch\$12,053 para el mismo periodo en 2012, a causa de la devaluación de monedas locales contra el U.S. dólar;

Que fueron parcialmente compensadas por:

- Una disminución en las pérdidas provenientes de la indexación de Ch\$4,653 millones, que resultaron en la pérdida de Ch\$18,885 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013, en comparación a la pérdida de Ch\$23,538 por el mismo periodo de 2012, debido a menores tasas de inflación en Chile; y
- Mayores ganancias relacionadas al fair value de cruces de moneda registrándolo bajo Otras ganancias (pérdidas) relacionadas a la cobertura de nuestra deuda denominada U.S.\$ dólares.

### **Impuesto a la Renta**

Para el año Finalizado 31 de Diciembre, 2013, teníamos un gasto en impuesto a la renta de Ch\$94,068 millones, en comparación con el gasto en impuesto de la renta de Ch\$92,226 millones para el mismo periodo en 2012. Este incremento de Ch\$1,842 millones fue a causa de un mejor desempeño de negocio.

### **Ganancias (pérdidas) de operaciones continuadas**

A causa de los factores anteriores, nuestras ganancias netas aumentaron Ch\$21,646 millones, o 9.8%, a Ch\$241,408 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$219,762 millones por el mismo periodo en 2012. Nuestras ganancias netas, como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias, disminuyeron a 2.4% para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de 2.5% por el mismo periodo en 2012.

### **Año Finalizado 31 de Diciembre, 2013 en comparación a Año Finalizado 31 de Diciembre, 2012 por Operaciones no continuadas**

La siguiente tabla presenta, por los periodos indicados, ciertos ítems del estado de ingresos por nuestras operaciones no continuadas:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		<b>% Cambio</b>
	<b>2013</b>	<b>2012</b>	
	<b>(en millones deCh\$)</b>		
<b>Ingresos de operaciones continuadas:</b>			
Ingresos totales	206,882	223,726	(7.5)%
<b>Costos de ventas de operaciones no continuadas:</b>			
Costos totales de ventas	(59,817)	(83,598)	28.4%
<b>Ganancias Brutas de ventas de operaciones no continuadas:</b>			
Ingreso Bruto Total	147,065	140,129	4.9%
Gastos administrativos, costos de distribución y otros gastos	(90,339)	(73,432)	23%
Otros Ingresos por Función	423	99	327.2%
Otras ganancias (pérdidas)	16	34	(53)%
Resultados de actividades de operaciones	57,164	66,830	(14)%
Ingreso Financiero	145	(121)	219.8%
Gastos Financieros	(34,829)	(32,391)	7.5%
Participación en ganancias o pérdidas de métodos asociados de equidad	—	(2,695)	N/A
Diferencias de cambio	(9,670)	9,373	203%
Pérdidas por Indexación	(2,074)	(2,378)	(12.8)%
Ingresos (pérdidas) previo a impuestos	10,447	41,310	(75)%
Impuesto a la Renta	(2,089)	(8,262)	(75)%

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		<b>% Cambio</b>
	<b>2013</b>	<b>2012</b>	
<b>Ganancias (pérdidas)</b>	8,357	33,047	(75)%

(en millones deCh\$)

### ***Ingresos de operaciones continuadas***

Nuestros ingresos consolidados de operaciones continuadas disminuyeron Ch\$16,844 millones, o 7.5%, a Ch\$206,882 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013, de Ch\$223,726 millones por el mismo periodo en 2012, principalmente debido a menores por pagar de tarjeta de crédito y los efectos de caps de tasa de interés caps sobre ya extendidos préstamos.

El 20 de Junio, 2014, Cencosud S.A. y sus afiliadas Cencosud Retail S.A. y Easy S.A. celebraron el Acuerdo Marco Joint Venture con el Bank de Nova Scotia y Scotiabank Chile S.A., relacionadas para el desarrollo de Servicios Financieros en Chile, previamente revelado por Cencosud S.A. en sus reportes en la Forma 6-K de fecha 23 de Junio, 2014 y 25 de Junio, 2014. En cumplimiento de este Acuerdo Marco Joint Venture, Scotiabank Chile o sus afiliadas adquirirán el cincuenta y uno por ciento (51%) de cada una de las Compañías Sujeto, y el restante cuarenta y nueve por ciento (49%) será de nuestra propiedad o la de nuestros afiliados. Nosotros y Scotiabank Chile o sus afiliadas celebrarán acuerdos con los correspondientes accionistas respecto a cada una de las Compañías Sujeto. También celebraremos el acuerdo de joint venture que gobernará las relaciones entre las partes respecto al desarrollo del negocio financiero de retail en Chile, con el acuerdo teniendo un periodo de exclusividad de 15 años desde la fecha de cierre del Acuerdo Marco Joint Venture. CAT y Scotiabank Chile a esa fecha de cierre o dentro de tres días de haber constituido a CAT como apoyo.

La Compañía para transferencias bancarias celebró un contrato de línea o transferencias bancarias, celebró un contrato de línea de crédito por la porción de Scotiabank Chile del financiamiento del negocio financiero de retail chileno. A finales del año 15, tendremos una opción de recompra a la propiedad de 51% de interés en las compañías sujeto de Scotiabank Chile. El 13 de Abril, 2015, la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile anunció su aprobación del joint venture entre la Compañía y Scotiabank.

### ***Costos de ventas de operaciones no continuadas***

Nuestros costos de ventas de operaciones no continuadas, son principalmente provisiones por malas deudas y recolección y costos de procesos, disminuyeron Ch\$23,781 millones, o 28.4%, debido a una mejor administración de los riesgos de las actividades en Chile.

### ***Ganancias Brutas de ventas de operaciones no continuadas***

Nuestras ganancias brutas de ventas de operaciones no continuadas consolidadas aumentaron Ch\$6,936 millones, o 4.9%, como resultado de la baja en las provisiones por la cartera de préstamos debido a una mejor administración de los riesgos de las actividades en Chile.

### ***Otros Ingresos por Función de operaciones no continuadas***

Nuestros otros ingresos por función de operaciones no continuadas consolidados aumentaron por Ch\$324 millones, o 327.2%, a Ch\$423 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$99 millones por el mismo periodo en 2012, debido a un incremento en el recupero de cargos de comisiones.

### ***Gastos administrativos, costos de distribución y otros gastos de operaciones no continuadas***

Nuestros gastos administrativos, costos de distribución y otros gastos de operaciones no continuadas consolidados aumentaron Ch\$16,907 millones, o 23%, a Ch\$90,339 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$73,432 millones por el mismo periodo en 2012. El intento fue sobre el crecimiento de ingresos relacionado de 7.5%, y fue principalmente debido a gastos relacionados a la transacción con Scotiabank.

### ***Resultados de actividades financieras y otras operaciones no continuadas***

La siguiente tabla presenta, para los periodos indicados, el desglose de resultados consolidados de finanzas, impuestos y otras actividades, así como el la variación de porcentaje de periodo a periodo:

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		<b>% Cambio</b>
	<b>2013</b>	<b>2012</b>	
	<b>(en millones deCh\$)</b>		
Otras ganancias (pérdidas)	16	34	(53)%
Ingreso Financiero	145	(121)	219.8%
Gastos Financieros	(34,829)	(32,391)	7.5%
Diferencias de Cambio	(9,670)	9,373	(203)%
Pérdidas por Indexación	(2,074)	(2,378)	(12.8)%
Pérdidas totales de actividades financieras y otras	<u>(46,412)</u>	<u>(25,483)</u>	<u>82.1%</u>

Nuestras pérdidas financieras consolidadas y otras actividades aumentaron por 83% para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 en comparación al mismo periodo en 2012, principalmente debido a los siguientes factores:

- Una disminución en otras ganancias (pérdidas) de Ch\$18 millones, de Ch\$34 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2012 a Ch\$16 millones en el mismo periodo de 2013;
- Un incremento en gastos financieros de Ch\$2,438 millones, resultando en gastos financieros de Ch\$34,829 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 en comparación a Ch\$32,391 millones por el mismo periodo en 2012, debido a la expansión de cartera en el periodo, y;
- Un incremento en las diferencias de tasa de cambio de Ch\$19,043 millones, resultando en la pérdida de Ch\$9,670 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 en comparación a la ganancia de Ch\$9,373 millones para el mismo periodo en 2012 debido a la devaluación de monedas locales contra el U.S. dólar;

Lo que parcialmente compensado por:

- Una disminución en las pérdidas provenientes de la indexación de Ch\$304 millones debido a la baja en la tasa de inflación en Chile, resultando en la pérdida de Ch\$2,074 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 en comparación a las pérdidas de Ch\$2,378 millones para el mismo periodo de 2012.

#### ***Impuesto a la Renta de operaciones no continuadas***

Para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 teníamos un gasto en impuesto a la renta de Ch\$2,089 millones, en comparación a un gasto en impuesto a la renta de Ch\$8,262 millones para el mismo periodo en 2012. Esta disminución de Ch\$6,173 millones es atribuida a bajas en las ganancias del periodo.

#### ***Ganancias (pérdidas) de operaciones no continuadas***

A causa de los factores mencionados, nuestras ganancias netas disminuyeron Ch\$24,690 millones, o 75%, a Ch\$8,357 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$33,047 millones por el mismo periodo en 2012. Nuestras ganancias netas, como un porcentaje de ingresos de actividades ordinarias, disminuyeron a 4.0% por 2013 de 15.0% por 2012.

## **B. LIQUIDIDEZ Y RECURSOS DE CAPITAL**

### ***General***

Nuestras fuentes principales de liquidez históricamente han sido:

- Efectivo generado por operaciones;
- Créditos de corto plazo extendidos por proveedores;
- Efectivo de contratos de préstamos y financiamiento; y
- Financiamiento entregado por nuestros compradores a través de nuestros negocios.

Nuestros principales requerimientos o usos de efectivo (que no tengan conexión con nuestras actividades operativas) históricamente han sido:

- Adquisición de, o inversiones en, compañías dedicadas al negocio de retail; y
- Gastos de capital en propiedades, instalaciones y equipos.

La transacción de Joint Venture Scotiabank por el negocio de tarjeta de crédito en Chile también nos permite reducir el uso de fondos de la Compañía que se encuentran destinados a aumentar la cartera en Chile.

Al 31 de Diciembre, 2014 teníamos a un capital de trabajo positivo (definido como total de activos actuales, excluyendo efectivo y sus equivalentes y otros activos financieros, menos el total de responsabilidades actuales, excluyendo otras responsabilidades financieras actuales) de Ch\$311 millones.

Al 31 de Diciembre, 2013 teníamos un capital de trabajo positivo de Ch\$596 millones.

Al 31 de Diciembre, 2012, teníamos un capital de trabajo negativo de Ch\$146,574 millones.

El 01 de Abril, 2014, refinanciamos nuestras responsabilidades en un monto colectivo de aproximadamente U.S.\$770 millones, reduciendo las necesidades de liquidez por los siguientes 24 meses. Esta operación de refinanciamiento de la deuda tuvo el apoyo de 10 bancos regionales: BBVA, Banco de Bogotá, Bradesco, Banco del Estado de Chile, HSBC, Mizuho Bank, Banco Popular de Colombia, Rabobank, Santander y Sumitomo Mitsui Banking Sociedad, adicionalmente, a otras ofertas competitivas. Las ganancias fueron utilizadas para refinanciar responsabilidades en Chile, Brasil, Perú y Colombia con nuevos periodos entre de 3 a 6 años, como se explica a continuación: U.S.\$270 millones en Chile, U.S.\$60 millones en Perú, U.S.\$144 millones en Brasil y U.S.\$179 millones en Colombia. A causa de este refinanciamiento, la madurez promedio de nuestra deuda pendiente fue extendida, pero sus términos y condiciones permanecieron sin cambios. Este refinanciamiento está en línea con la estrategia financiera de la Compañía, dirigida a extender los periodos de pago por sus deudas, cambiando el foco a la operación y finalmente al desapalancamiento de la Compañía.

Creemos que nuestras operaciones de efectivo, iniciativas actual de financiamiento y caja y sus equivalentes en suficientes para satisfacer nuestros gastos de capital y obligaciones de servicio de deuda en 2015. Anticipamos el financiamiento de cualquier adquisición o gastos de capital por propiedades, instalaciones y equipos futuros con efectivo de nuestras operaciones y endeudamiento adicional.



### **Apalancamiento**

Nuestro objetivo respecto a la administración de capital está cuidado por nuestra capacidad de continuar asegurando retornos apropiados para nuestros accionistas y beneficios por otros accionistas, y mantener una estructura óptima de capital mientras reducimos los costos de capital.

En línea con la industria, monitoreamos nuestro capital usando un coeficiente de cálculo de apalancamiento. Este coeficiente es calculado por la división de la deuda financiera neta por el capital total. La deuda financiera neta corresponde a el endeudamiento total (incluyendo deudas actual y no actuales) menos efectivo y equivalentes de efectivo. Capital total corresponde a la equidad total como la muestra el estado de posición financiera consolidado más la deuda neta.

De acuerdo con lo anterior, combinamos diferentes fuentes de financiamiento, como: aumentos de capital, flujos de caja operativos, préstamos bancarios y bonos.

### **Estacionalidad**

Históricamente, hemos experimentado distintos patrones estacionales respecto a nuestras necesidades de liquidez, que son las más altas en el primero y segundo cuarto de nuestro año fiscal. Las necesidades de liquidez son más altas en el primer cuarto principalmente porque el pago se vuelve debido para bienes comprados en el cuarto previo por la Navidad y Año Nuevo. También

experimentamos mayores necesidades de liquidez en el segundo cuarto, como dividendos e impuestos son pagados durante este periodo.

Durante los periodos cuando tenemos aumentos en las necesidades de liquidez, obtuvimos fondos principalmente a través de préstamos bancarios a corto plazo, descubiertos bancarios de líneas de crédito y para reducir nuestros flujos de caja de salida, principalmente para reducir o suspender los pagos a proveedores por avanzado.

### ***Endeudamiento***

Al 31 de Diciembre, 2014, responsabilidades financieras, no incluyendo las operaciones bancarias de Cencosud alcanzaron Ch\$3,107,487 millones, un 13.1% incremento en comparación a 31 de Diciembre, 2013. Al 31 de Diciembre, 2014 nuestra deuda financiera neta, sin considerar las actividades bancarias de Cencosud, fue Ch\$2,587,834 millones, hasta de Ch\$ 2,457,125 millones al 31 de Diciembre, 2013.

Nuestra deuda financiera total incluye tanto la deuda a tasa fija y a tasa variable. Considerando los efectos de los cruces de moneda, excluyendo el endeudamiento de Banco París, al 31 de Diciembre, 2014, aproximadamente 49% de nuestra deuda fue de tasa variable, y el restante fue de tasa fija. Al 31 de Diciembre, 2014, aproximadamente 11% de nuestra deuda fue denominada en U.S. dólares, aproximadamente 22% en UF, aproximadamente 50% en Pesos chilenos, aproximadamente 2% en Pesos argentinos, aproximadamente 2% en nuevos soles peruanos, aproximadamente 6% en Reales brasileiros y aproximadamente 6% en Peso colombiano. Como parte de nuestras políticas de administración financiera, de vez en cuando celebramos cruces y otras transacciones derivativas para cubrir nuestra tasa de interés y riesgo de tasa de cambio. Ver “Ítem 11. Revelaciones Cuantitativas y Cualitativas Respecto al Riesgo de Mercado.” Nuestra estrategia es mantener la mayoría de nuestra deuda en monedas locales, con a un coeficiente objetivo de deuda denominado en moneda extranjera de 10% a 15% de nuestra deuda total.

Para financiar nuestros planes de crecimiento, mejorar nuestro perfil de amortización y reducir nuestros costos de deuda, en 2011 emitimos bonos con un agregado monto principal de US\$750 millones a vencer en 2021 en una 144A/Reg-S oferta en los mercados internacionales de capital, con una tasa de interés fija de 5.5% (“2011 144A/Reg-S Bond”). Tenemos cubiertos los riesgos de moneda asociados a la emisión a través de cruces de moneda con monto nominal de U.S.\$535 millones. Adicionalmente, en Junio 2011, emitimos en el mercado de deuda capital chileno bonos a vencer el 2031 con un agregado monto principal de Ch\$54,000 millones, a una tasa de interés fija de 7.40%. Esta fue la primera emisión de bonos en el mercado de deuda capital chileno con una madurez de 20 Años. Como resultado de estas emisiones, pudimos extender la duración de nuestra deuda (de aproximadamente 4.8 años a finales de 2010 a sobre 7.5 años a finales del 2011) y optimizar la amortización de nuestro programa de deuda.

El 17 de Octubre, 2012, la Compañía celebró el Contrato Préstamo Puente con un síndico de bancos, por el monto de U.S.\$2,500 millones para financiar la compra de las operaciones de Carrefour.

El 06 de Diciembre 6, 2012, la Compañía emitió U.S.\$1,200 millones agregado monto principal de bonos a vencer el 2023 en la Regla 144A y Regulación S ofreciendo en los mercados internacionales de capital (“2023 144A/Reg-S Bond”). 2023 144A/Reg S Bond devenga intereses a tasa fija de 4.875%. La Compañía aplicó parte de las ganancias de 2023 144A/Reg-S Bond para repagar U.S.\$1,000 millones pendientes de acuerdo al Contrato Préstamo Puente.

En Marzo, 2013 completamos la oferta de derechos preventivos en el mercado chileno que acumuló U.S.\$1,600 millones, y usó estas ganancias del aumento de capital para prepagar montos pendientes de acuerdo al Contrato Préstamo Puente de U.S.\$1,500 millones. El resto de las ganancias del aumento de capital fueron usadas para pagar responsabilidades a corto plazo.

El 04 de Septiembre, 2014, los tenedores de bonos de las Series E y F emitidos por la Compañía registrada en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros como “Emisión N° 530”, aprobó la enmienda del documento por las Series E y F. Estas enmiendas nos permites reducir la participación de equidad de la Compañía en CAT tan bajo como 45% de la mencionada equidad. Las mencionadas enmiendas buscaban prevenir cualquier incumplimiento de acuerdo al documento por las Series E y F en conexión con la consumación de las transacciones contempladas en el Acuerdo Marco Joint Venture.

El 17 de Octubre, 2014, la Compañía anunció que ocurrió el llamado de sus bonos de Series A, C y D emitidos como Emisión N° 443 del registro por rendición temprana, y comunicado también a la Superintendencia de Valores y Seguros. Como menciona el aviso, la Emisión N° 443 de bonos se programaría rendida el 19 de Noviembre, 2014. La Emisión N° 443 de bonos llegó a un total de monto agregado de UF 10,000,000. El pago por los bonos fue realizado en Pesos chilenos de acuerdo al valor de la UF en la fecha de rendición. La Compañía previamente había buscado, pero falló, en obtener el consentimiento de su Emisión N° 443 de tenedores de bonos para las enmiendas relacionadas con la Línea de Emisión de Bonos del Título de Deuda del 04 de Septiembre, 2014 que nos habría permitido reducir la participación de equidad en CAT tan bajo como 45% de la mencionada equidad, lo que fue necesario para que la Compañía consumara las transacciones contempladas en el Acuerdo Marco Joint Venture.

El 13 de Noviembre, 2014 la Compañía celebró el Contrato Préstamo Puente por un monto total de U.S.\$400 millones con BNS y HSBC Bank USA, N.A. El monto total de U.S.\$400 millones fue retirado el 17 de Noviembre, 2014 de acuerdo al Préstamo Puente, cuyo monto fue utilizado por la Compañía para prepagar toda la Emisión N° 443 de bonos. Este prepago se llevó a cabo y fue completado el 19 de Noviembre, 2014. La rendición de la Emisión N° 443 de bonos se esperaba cementara el camino, pendiente de aprobación regulatoria, para la implementación completa del Acuerdo Marco Joint Venture.

El 12 de Febrero, 2015, la Compañía exitosamente accedió a mercados internacionales de deuda de capital y emitió U.S.\$1,000 millones de valores de deuda en dos ofertas en un esfuerzo por refinanciar ciertas responsabilidades pendientes incluyendo el repago del Préstamo Puente. Este refinanciamiento se espera que nos permita proceder con el programa de expansión orgánica de la Compañía por los años 2015 a 2018.

*Instalaciones de Crédito (Préstamos bancarios y bonos)*

Al 31 de Diciembre, 2014, nuestras principales instalaciones de crédito bancario y bonos (incluyendo interés) eran las siguientes:

Bancos:	Moneda	Al 31 de Diciembre, 2014		Montos Pendientes (en Ch\$ Th)
		Montos Pendientes (en U.S.\$)	Fecha Vencimiento	
<b>Chile</b>				
BANCO BICE	CLP	31,751,935	09-16-2016	19,265,487
BANCO DE CHILE	CLP	80,756,891	10-12-2015	48,999,244
BANCO DE CHILE	CLP	34,571,694	12-30-2015	20,976,375
BANCO ESTADO	CLP	131,213,487	06-28-2019	79,613,783
BBVA CHILE	CLP	116,984,565	09-07-2017	70,980,385
BBVA CHILE	CLP	58,538,897	02-02-2021	35,518,476
BBVA CHILE	CLP	6,641,044	N/A *	4,029,453
BCI	CLP	20,824,947	10-13-2015	12,635,537
Bonos	CLP	89,606,613	06-01-2031	54,368,812
HSBC	USD	400,052,787	02-18-2015	242,732,029
MIZUHO BANK	USD	50,223,639	03-27-2019	30,473,193
RABOBANK	USD	45,415,219	10-04-2018	27,555,684
RABOBANK	USD	50,257,387	03-26-2020	30,493,670
SANTANDER CHILE	CLP	55,038,700	09-02-2016	33,394,731
SANTANDER CHILE	CLP	83,819,968	03-29-2019	50,857,766
SCOTIABANK	USD	100,359,536	10-23-2017	60,893,148
SCOTIABANK CHIL	CLP	99,013,282	01-09-2015	60,076,309
SUMITOMO	USD	50,212,415	04-01-2019	30,466,383
<b>Total Chile</b>		<b>1,505,283,006</b>		<b>913,330,464</b>
<b>Perú</b>				
BANK TOKYO NY	USD	35,005,551	03-28-2017	21,239,618
BBVA CONTINENT	PEN	29,566,456	04-04-2017	17,939,447
BBVA CONTINENT	USD	17,291,833	09-04-2017	10,491,820
BBVA CONTINENT	USD	17,291,833	09-04-2017	10,491,820
BBVA NY	USD	9,901,940	11-16-2015	6,008,002
BBVA NY	USD	5,941,164	11-16-2015	3,604,801
BCP	PEN	23,623,020	01-07-2019	14,333,267
BCP	PEN	7,545,087	03-19-2018	4,577,982
BIF LEASING	PEN	125,915	03-02-2015	76,399
BIF LEASING	PEN	291,068	06-02-2015	176,606
BIF LEASING	PEN	249,372	12-02-2015	151,306
SCOTIABANK	PEN	14,056,178	12-27-2017	8,528,586
<b>Total Perú</b>		<b>160,889,417</b>		<b>97,619,654</b>
<b>Brasil</b>				
BANCO DO BRASIL	BRL	16,075,132	06-04-2015	9,753,586
BANCO NORDESTE	BRL	2,363,515	12-16-2018	1,434,063
BRADESCO	BRL	75,627,150	03-30-2015	45,886,773
BRADESCO	BRL	2,839,780	02-23-2015	1,723,037
BRADESCO	BRL	4,543,648	02-23-2015	2,756,858
BRADESCO	BRL	4,922,285	02-23-2015	2,986,596
BRADESCO	BRL	27,712,771	02-13-2017	16,814,724
BRADESCO	BRL	3,958,968	02-13-2017	2,402,104
BRADESCO	BRL	19,794,837	02-13-2017	12,010,517
BRADESCO	BRL	7,719,986	02-13-2017	4,684,102
BRADESCO	BRL	3,167,173	02-13-2017	1,921,682

Al 31 de Diciembre, 2014				
	Moneda	Montos Pendientes (en U.S.\$)	Fecha Vencimiento	Montos Pendientes (en Ch\$ Th)
<b>Bancos:</b>				
BRADESCO	BRL	1,781,536	02-13-2017	1,080,947
BRADESCO	BRL	1,741,945	02-13-2017	1,056,925
BRADESCO	BRL	—	01-12-2015	—
HSBC BRASIL	BRL	5,764,524	02-10-2017	3,497,625
HSBC BRASIL	BRL	5,764,524	02-10-2017	3,497,625
HSBC BRASIL	BRL	8,838,936	02-10-2017	5,363,024
HSBC BRASIL	BRL	6,533,127	02-10-2017	3,963,975
HSBC BRASIL	BRL	1,037,615	02-10-2017	629,573
HSBC BRASIL	BRL	960,753	02-10-2017	582,937
HSBC BRASIL	BRL	807,033	02-10-2017	489,667
HSBC BRASIL	BRL	1,268,195	02-10-2017	769,477
HSBC BRASIL	BRL	17,293,571	02-10-2017	10,492,874
HSBC BRASIL	BRL	38,430,157	02-10-2017	23,317,498
HSBC BRASIL	BRL	11,905,492	N/A *	7,223,657
HSBC BRASIL	BRL	4,617,431	N/A *	2,801,626
SAFRA	BRL	18,978,137	03-02-2015	11,514,985
SAFRA	BRL	26,532,824	03-02-2015	16,098,791
SANTANDER BR	BRL	18,933,845	02-23-2015	11,488,110
SANTANDER BR	BRL	26,483,155	02-23-2015	16,068,654
SANTANDER BR	BRL	18,916,540	02-23-2015	11,477,611
<b><u>Total Brasil</u></b>		<b><u>385,314,585</u></b>		<b><u>233,789,624</u></b>
<b><u>Argentina</u></b>				
BANCO CIUDAD AR	ARS	5,817,655	N/A *	3,529,862
BANCO GALICIA	ARS	802,733	11-16-2015	487,058
BANCO GALICIA	ARS	1,088,282	10-05-2015	660,315
BANCO GALICIA	ARS	2,990,484	N/A *	1,814,476
BANCO GALICIA	ARS	16,789	N/A *	10,187
BANCO ITAU AR	ARS	23,602,269	N/A *	14,320,677
BAPRO	ARS	1,471,046	N/A *	892,557
BBVA FRANCES	ARS	185,925	N/A *	112,810
ICBC ARGENTINA	ARS	802,733	11-16-2015	487,058
IFC	USD	15,493,031	08-16-2016	9,400,397
<b><u>Total Argentina</u></b>		<b><u>52,270,947</u></b>		<b><u>31,715,397</u></b>
<b><u>Colombia</u></b>				
BANCO DE BOGOTÁ	COP	1,674,910	02-12-2015	1,016,252
BANCO DE BOGOTÁ	COP	3,011,679	02-20-2017	1,827,336
BANCO DE BOGOTÁ	COP	33,417,918	02-25-2019	20,276,322
BANCO DE BOGOTÁ	COP	21,950,829	02-25-2019	13,318,665
BANCO DE BOGOTÁ	COP	6,015,485	03-04-2019	3,649,896
BANCO DE BOGOTÁ	COP	44,248,758	03-04-2019	26,847,934
BANCO POPULAR	COP	19,467,824	03-06-2017	11,812,102
BBVA COLOMBIA	COP	28,848,212	02-28-2019	17,503,653
COLPATRIA	COP	929,873	N/A *	564,200
CORPBANCA COL	COP	16,270,536	12-30-2015	9,872,148
CORPBANCA COL	COP	7,357,860	N/A *	4,464,382
DAVIVIENDA	COP	1,757,653	N/A *	1,066,456
<b><u>Total Colombia</u></b>		<b><u>184,951,537</u></b>		<b><u>112,219,345</u></b>
<b><u>Bonos:</u></b>				
Bonos	CLF	10,195,980	05-28-2015	6,186,411
Bonos	PEN	44,750,819	08-12-2017	27,152,559
Bonos	PEN	94,676,661	05-05-2018	57,445,064
Bonos	CLF	81,688,451	05-07-2018	49,564,468
Bonos	USD	768,447,917	01-20-2021	466,255,774
Bonos	USD	1,226,162,500	01-20-2023	743,974,097
Bonos	CLF	84,637,587	09-01-2026	51,353,856
Bonos	CLF	183,933,682	05-07-2028	111,601,762
Bonos	CLF	123,344,745	10-15-2029	74,839,424
Bonos	CLF	183,626,065	05-28-2030	111,415,115
<b><u>Total Bonos</u></b>		<b><u>2,801,464,407</u></b>		<b><u>1,699,788,529</u></b>

\* Instalaciones de crédito no comprometidas a revelación no pueden establecer madurez.

Adicionalmente al 31 de Diciembre, 2014, teníamos Ch\$23,110 millones en arriendos financieros.

Al 31 de Diciembre, 2014 teníamos sobre Ch\$ 352,869 millones en líneas de crédito no comprometidas con bancos regionales con los que trabajamos. Tratamos con una amplia diversidad de bancos alrededor del mundo. Creemos, que si es necesario, podemos reabrir nuestros bonos internacionales existentes o emitir una o más series de bonos según sea apropiado, u obtener papeles comerciales en el mercado chileno.

Nuestros contratos de préstamos y bonos pendientes contienen un número de pactos que nos exigen cumplir con ciertos coeficientes financieros y otras pruebas. Los pactos financieros más restrictivos de acuerdo a estos contratos de préstamos y bonos nos exigen mantener:

- Un coeficiente consolidado de Deuda Financiera Neta a valor neto consolidado no excediendo 1.2 a 1;
- Un coeficiente de Deuda Financiera Neta consolidada a EBITDA (como lo definen los contratos de crédito relevantes) por los cuatro periodos fiscales consecutivos de menos de 5.25 a 1;
- Activos libres de cargas de monto igual a al menos 120% del monto principal pendiente del total de responsabilidades;
- Activos consolidados mínimo de al menos 50.5 millones; y
- Activos consolidados mínimo de valor neto de al menos 28.0 millones.

A la fecha de este reporte anual, cumplimos con todos nuestros préstamos e instrumentos de deuda.

### **Arriendos**

Tenemos obligaciones operativas significativas. Al 31 de Diciembre, 2014, 44% de nuestro espacio total de ventas se ubica en propiedades arrendadas. Nuestras tiendas normalmente tienen periodos entre 10 a 32 años y entregan por ambos pagos de arriendos mensuales fijos y variables. Nuestros Centros Comerciales arriendan típicamente por periodos de más de 30 años con pagos de renta mensuales fijos.

### **Adquisiciones**

En Enero 2, 2012, adquirimos 100% del capital social de Prezunic. Para financiar nuestra adquisición de Prezunic, el 02 de Enero, 2012 celebramos un contrato de Ch\$127.73 billones con facilidades a corto plazo con el Banco Santander Chile, como prestamista, soportando un interés a tasa anual de TAB más 0.4% con una fecha de madurez del 28 de Diciembre, 2012, que fueron repagados con ganancias de nuestra oferta pública SEC.

El 18 de Octubre, 2012, Cencosud S.A. firmó el Contrato de compra de acciones con el Comprador respecto la compra del 100% del capital social de las operaciones de Carrefour en Colombia, por un precio total de compra igual a €2 billones sujeto a ajustes en cumplimiento del Contrato de Stock de Compra. Las Compañías Adquiridas operaban Supermercados bajo las marcas “Carrefour” y “Maxi” en Colombia. Ver “Ítem 4. Información de la Compañía—A. Historia y Desarrollo de la Compañía—Historia—Adquisición de Operaciones de Carrefour en Colombia.” Para financiar la adquisición de las operaciones de Carrefour en Colombia, el 17 de Octubre, 2012, la Compañía celebró el Contrato Préstamo Puente con un síndico de bancos por el monto de U.S.\$2,500 millones, que fue repagado con ganancias de 2023 144A/Reg-S Bond y con el aumento de capital del 2013.

Ninguna adquisición fue completada durante los periodos fiscales de 2013 y 2014.

### **Análisis de flujos de caja**

La siguiente tabla resume nuestra generación y uso de efectivo por los periodos presentados de operaciones continuadas.

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
	<b>(en millones deCh\$)</b>		
Caja neta de actividades operativas	375,656	302,066	668,273
Caja neta usada en actividades de inversión	(235,392)	(309,367)	(1,876,091)
Caja neta (usada en) de actividades de financiamiento	(31,798)	(115,918)	1,255,427

*Flujos de caja por Año Finalizado 31 de Diciembre, 2014 en comparación a Año Finalizado 31 de Diciembre, 2013 por operaciones continuadas.*

Considerando nuestros flujos de caja de operaciones, flujos de caja de actividades de financiamiento y caja usada en actividades de inversión, teníamos un flujo de caja de entrada neto de Ch\$108,466 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 en comparación nuestro a flujo de caja de salida neto de Ch\$123,219 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013.

*Actividades operativas.* Nuestros flujos de caja netos de operaciones aumentaron a Ch\$375,656 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$302,066 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. El incremento fue principalmente atribuible a nuestra división de supermercados, donde los flujos de caja aumentaron a Ch\$352,955 millones de Ch\$297,980 millones debido a la contribución más alta de Chile, Perú y Colombia, parcialmente compensado por una contribución más baja de Argentina y Brasil. Todas las otras divisiones también tuvieron mejoras en sus operaciones de flujos de caja operaciones de flujos de caja en el mejoramiento del hogar mejorando a Ch\$ (7,610) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (11,153) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. Flujo de caja neto de las operaciones de grandes almacenes aumentaron a Ch\$ 31,121 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ 23,490 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 debido a la mejor administración de inventario. El flujo de caja neto de las operaciones d Centros Comerciales aumentó a Ch\$ 124,890 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ 116,801 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 debido a la mayor contribución de EBITDA de Chile, Colombia y Perú. El flujo de caja neto de operaciones de servicios financieros aumentó a Ch\$ 31,803 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (1,250) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 debido a un 47.3% y un 13.3% de crecimiento de cartera en Argentina y Perú, respectivamente.

*Actividades de inversión.* Flujo de caja neto de actividades de inversión llega a Ch\$ (235,392) millones por el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (309,367) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. Este cambio se debió principalmente al flujo de caja neto de actividades de supermercado de inversión equivalente a Ch\$ (154,641) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (250,967) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. 80% de la variación se explica por inversiones en Propiedades, instalaciones y equipos más bajadas debido a las bajas inversiones en Brasil y Chile, parcialmente compensado por las altas inversiones en Argentina, Colombia y Perú. Flujo de caja neto de Mejoramiento del Hogar actividades de inversión llegó a Ch\$ (22,076) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (27,988) millones para el año finalizado el 30 de Diciembre, 2013. La variación fue principalmente debido a una baja en el crecimiento orgánico en la región durante 2014 en comparación a 2013. Flujo de caja neto de la actividad de inversión de grandes almacenes llegó a Ch\$ (15,108) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (14,195) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. La variación fue principalmente debido a las altas inversiones en propiedades, instalaciones y equipo para la apertura neta de 2 tiendas en Chile y 3 tiendas en Perú en comparación a Diciembre 2013. Flujo de caja neto de las actividades de inversión de Centros Comerciales llegan a Ch\$ (33,155) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (56,305) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. La variación fue principalmente debido a bajas inversiones para el Costanera Center y la remodelación de nuestros Centros Comerciales. El flujo de caja neto de las actividades de Servicios Financieros son equivalentes a Ch\$ (253) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (86) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013, debido a menos inversiones en efectivo en otros negocios de retail y en fondos mutuos.

*Actividades de financiamiento.* Flujos de caja netos de actividades de financiamiento son equivalentes a Ch\$ (31,798) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (115,918) millones, para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. Este cambio se debió principalmente a flujos de caja netos de actividades de supermercado de financiamiento por Ch\$ (177,846) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (78,033) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. La variación fue relacionada a los bajos flujos de entrada de préstamos debido a la reducción de gastos de capital y altos flujos de salida por el pago de préstamos debido al refinanciamiento de deuda para mejorar la liquidez. Flujos de caja netos de actividades de Mejoramiento del Hogar de financiamiento disminuyeron a Ch\$ 33,326 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ 34,736 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 debido a bajo financiamiento de las necesidades de capital de trabajo. Flujos de caja netos de las actividades de grandes almacenes de financiamiento llegaron a Ch\$ (2,624) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (24,551) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. Esto se debió a París crecimiento en Perú durante 2013. Flujos de caja netos de actividades de Centros Comerciales financiamiento dieron cuenta de Ch\$ (89,306) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (63,008) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 debido a mayores necesidades de inversiones de capital por mantención. Flujos de caja netos de actividades de servicios financieros de financiamiento aumentaron a Ch\$ 32,862 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$ (68,830) millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 debido a la baja en el financiamiento de necesidades por el crecimiento de cartera.

*Flujos de caja por Año Finalizado 31 de Diciembre, 2013 en comparación a Año Finalizado 31 de Diciembre, 2012 por operaciones continuadas*

Considerando que nuestros flujos de caja de operaciones, flujos de caja de actividades de financiamiento y caja usada en actividades de inversión, teníamos a un flujo de salida de caja neto de Ch\$123,219 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 en comparación a el flujo de caja de entrada neto de Ch\$47,608 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2012.

*Actividades operativas.* Nuestros flujos de caja netos de operaciones disminuyeron 55% a Ch\$302,066 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$668,273 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2012. La disminución fue principalmente atribuible a nuestro segmento de supermercados, donde la caja cayó 42% por el aumento de necesidades de capital de trabajo, particularmente de Colombia y Perú. El inventario en Colombia aumentó por Ch\$25,893 millones mientras que Perú planteó un incremento que da cuenta de Ch\$37,332 millones de por pagar y un incremento de inventario de Ch\$31,035 millones. Nuestro segmento de Mejoramiento del Hogar tenía Ch\$71,052 millones de disminución en flujos de caja debido a mayores gastos tributarios en comparación al periodo 2012. Nuestro segmento de grandes almacenes tuvo una disminución en flujos de caja de Ch\$14,310 millones debido a grandes inventarios y el inicio de nuestras operaciones en Perú.

*Actividades de inversión* Nuestros flujos de salida netos de actividades de inversión disminuyeron 84% a Ch\$309,367 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$1,876,091 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2012 debido a las bases de comparación más altas del periodo 2012 así como por la inexpansión orgánica del negocio de supermercados en Colombia. Adicionalmente, a la expansión orgánica que la Compañía ha experimentado a través de sus mercados en 2012 debido a la apertura de 117 tiendas y 3 Centros Comerciales en 2012 versus la apertura de 46 tiendas en 2013. Durante 2012, la Compañía invirtió Ch\$1,535,105 millones por la compra de subsidiarias y para obtener el control de otras compañías como nuestras operaciones de supermercado en Colombia por Ch\$1,179,000 millones, el pago inicial por Johnson de Ch\$243,000 millones y Prezunic de Ch\$102,000 millones. Adicionalmente, la Compañía realizó inversiones en Propiedad, Plantas y Equipos, principalmente en Chile, de Ch\$268,000 millones por nuestros segmentos de Centros Comerciales, Supermercados y Mejoramiento del Hogar. En Brasil invertimos en Propiedad, Plantas y Equipos de Ch\$96,000 millones y en Argentina de Ch\$88,000 millones.

*Actividades de financiamiento.* Nuestros flujos de caja netos de actividades de financiamiento disminuyeron 109%, un flujo de salida de Ch\$115,918 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 en comparación a flujos de entrada de Ch\$1,255,427 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2012. Esto se debió al más alto gasto financiero debido a la inexpansión orgánica de nuestro negocio de supermercados en Colombia. Durante 2012, la Compañía recibió flujos de entrada por el monto de Ch\$632,987 millones a causa del aumento de capital. Durante 2013, la Compañía realizó un aumento adicional de capital por Ch\$818,871 millones. La Compañía tuvo pagos con interés y amortizaciones principales de Ch\$1,181,329 millones en 2013 sobre el monto pagado durante 2012. Adicionalmente la Compañía tuvo flujos de entrada de financiamiento de Ch\$573,866 millones menos del monto elevado durante el periodo 2012. Durante 2012, la Compañía aseguró el Préstamo Puente con JP Morgan Chase para financiar la adquisición de operaciones de supermercado en Colombia en combinación con lo recaudando US\$1,200 millones en la Emisión 144A/Reg S bond.

#### ***Análisis de flujos de caja por operaciones no continuadas***

La siguiente tabla resume nuestra generación y uso de caja en los periodos presentados por operaciones no continuadas.

	<b>Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
	<b>(en millones de Ch\$)</b>		
Caja neta de actividades operativas	14,583	62,717	50,441
Caja neta de/(usada en) actividades de inversión	1,996	(11,140)	2,523
Caja neta de/(usada en) actividades de financiamiento	(80,580)	8,888	9,349

#### ***Flujos de caja por Año Finalizado 31 de Diciembre, 2014 en comparación a Año Finalizado 31 de Diciembre, 2013 de operaciones no continuadas***

Considerando nuestros flujos de caja de operaciones, flujos de caja de actividades de financiamiento y caja usada en actividades de inversión, teníamos a flujo de salida de caja neto de Ch\$64,001 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 en comparación al flujo de entrada de caja neto de Ch\$60,465 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013.

*Actividades operativas.* Nuestros flujos de caja netos de operaciones disminuyeron 77% a Ch\$14,583 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de Ch\$62,717 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. El incremento fue principalmente atribuible a mejorar el desempeño de negocio.

*Actividades de inversión.* Nuestros flujos de caja netos de actividades de inversión aumentó a flujos de entrada de Ch\$1,996 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de flujos de salida de Ch\$11,141 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. La disminución fue principalmente atribuible a mayor crecimiento de cartera financiada por el holding de la Compañía.

*Actividades de financiamiento.* Nuestros flujos de caja netos de actividades de financiamiento aumentaron a flujos de salida de Ch\$80,580 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 de flujos de salida de Ch\$8,888 millones para el

año finalizado el 31 de Diciembre, 2013. La disminución fue principalmente atribuible a la baja del crecimiento de cartera del Banco Paris.

*Flujos de caja por Año Finalizado 31 de Diciembre, 2013 en comparación a Año Finalizado 31 de Diciembre, 2012 de operaciones no continuadas*

Considerando nuestros flujos de caja de operaciones, flujos de caja de actividades de financiamiento y efectivo usado en actividades de inversión, teníamos un flujo de entrada de caja neto de Ch\$60,465 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 en comparación a un flujo de entrada de caja neto de Ch\$62,313 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2012.

*Actividades operativas.* Nuestros flujos de caja netos de operaciones aumentaron 24% a Ch\$62,717 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de Ch\$50,441 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2012. El incremento fue principalmente atribuible a mejoras en el desempeño de negocio.

*Actividades de inversión.* Nuestros flujos de caja netos de actividades de inversión disminuyeron a flujos de salida de Ch\$11,140 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de flujos de entrada de Ch\$2,523 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2012. La disminución fue principalmente atribuible a un mayor crecimiento de cartera financiado por el holding de la Compañía.

*Actividades de financiamiento.* Nuestros flujos de caja netos de actividades de financiamiento aumentó a flujos de entrada de Ch\$8,888 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2013 de flujos de salida de Ch\$9,349 millones para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2012. La disminución fue principalmente atribuible a menor crecimiento de cartera del Banco Paris.

**Gastos de Capital e Inversiones Permanentes**

La siguiente tabla presenta nuestros gastos de capital por los periodos indicados:

	<b>Años finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
	<b>(en millones deCh\$)</b>		
Gastos de capital <sup>(1)</sup>	(227,433)	(317,710)	(573,650)
Inversiones permanentes <sup>(2)</sup>	—	—	(1,535,105)
Total	<u>(227,433)</u>	<u>(317,710)</u>	<u>(2,108,755)</u>

(1) Compra de propiedades, instalaciones y equipo.

(2) Principalmente inversiones en adquirió compañías. Ver “—A. Tendencias y Factores que Afectan Nuestros resultados de Operaciones—Impacto de Adquisiciones” más arriba para detalles adicionales respecto actividades de líneas de crédito en años recientes.

Nuestro total de gastos de capital fue aproximadamente Ch\$227,433 millones, Ch\$317,710 millones y Ch\$573,650 millones en 2014, 2013 y 2012, respectivamente. En cada uno de estos años, nuestros gastos de capital fueron principalmente desarrollar y explotar nuestras tiendas y Centros Comerciales. Adicionalmente, a nuestros gastos de capital, invertimos en inversiones permanentes Ch\$1,535,105 millones en 2012. En 2014 y 2013 no teníamos inversiones permanentes ni adquisiciones llevadas a cabo en el periodo. En el pasado, las inversiones permanentes se relacionaban principalmente a adquisiciones.

En 2014, invertimos aproximadamente Ch\$227,433 millones para abrir nuevos Supermercados, Grandes Almacenes, Tiendas de Mejoramiento del Hogar y Centros Comerciales. En Chile, abrimos 14 tiendas nuevas en nuestra división de supermercado añadiendo 21,637 metros cuadrados de espacio de ventas, añadimos una nueva tienda en nuestra división de Mejoramiento del Hogar con un adicional de 5,648 metros cuadrados de espacio de ventas, y añadimos 2 tiendas en nuestra división de Grandes Almacenes con un adicional 3,695 metros cuadrados en espacio de ventas. En Argentina, abrimos 2 Tiendas de Mejoramiento del Hogar que añadieron espacio de ventas por 10,297 metros cuadrados. En Brasil, teníamos un cierre neto 2 tiendas, pero expandimos el espacio de ventas por 5,448 metros cuadrados. En Perú, no teníamos aperturas netas en nuestra división de Supermercados, pero expandimos el espacio de ventas por 2,340 metros cuadrados y abrimos 3 nuevos Grandes Almacenes que añaden espacio de ventas de 13,025 metros cuadrados. En Colombia, abrimos una tienda Easy que añadió de espacio de ventas 6,587. Adicionalmente, se estima que los gastos de mantención por las tiendas existentes llegan a alrededor de U.S.\$75 millones en 2014. En nuestra división de Centros Comerciales teníamos inversiones que añadían GLA en exceso de 20,635 metros cuadrados en Chile, 40,105 metros cuadrados en Argentina y 12,803 metros cuadrados en Perú, con un total de 73,543 metros cuadrados.

Durante 2013, nuestra expansión orgánica incluye la apertura de 46 tiendas nuevas y la adición de 5 nuevos Centros Comerciales. Esto representa un crecimiento de espacio de ventas crecimiento de 788,212 metros cuadrados. Nuestra división de supermercados vio la apertura de 34 tiendas nuevas con enfoque en Brasil con la apertura de 17 tiendas nuevas, o 43,982 metros

cuadrados de espacio de ventas, seguido por Chile con 10 tiendas nuevas, una expansión de espacio de ventas de 21,559 metros cuadrados. Nuestra división de Mejoramiento del Hogar abrió 7 tiendas nuevas, con el mayor crecimiento en Colombia donde abrimos 5 tiendas añadiendo 38,665 metros cuadrados de espacio de ventas. Finalmente nuestra división de grandes almacenes abrió 6 tiendas nuevas en Perú, una toma del mercado de esta división, resultando en un espacio de ventas de 32,222 metros cuadrados. Nuestra división de Centros Comerciales abrió 5 nuevos Centros Comerciales con Chile liderando con un nuevo barrio de mall y un nuevo centro de poder, añadiendo 2,301 metros cuadrados. Perú siguió con la apertura de un barrio mall que añadió 17,085 metros cuadrados de Área arrendable bruta. Finalmente, Colombia añadió dos nuevos Centros Comerciales que añadieron 14,514 metros cuadrados de Área arrendable bruta. Ver “—A. Tendencias y Factores que Afectan Nuestros resultados de Operaciones—Impacto de Adquisiciones” más arriba para mayores detalles respecto actividades de líneas de crédito en años recientes.

En 2015, esperamos invertir U.S.\$545 millones. Esto trata de un plan de gastos de capital de U.S.\$230 millones por inversión en tiendas nuevas y Centros Comerciales, U.S.\$100 millones en TI y sistemas relacionados, U.S.\$15 millones en desarrollo de no retail relacionado, el hotel del Costanera Center y para mitigación de trabajos e tráfico, U.S.\$100 millones por mantención y U.S.\$100 por remodelar nuestras tiendas existentes.

Nuestros gastos de capital proyectados pueden variar sustancialmente del número establecido anteriormente producto de la variedad de factores incluyendo competencia y costos, moneda y disponibilidad de los fondos necesarios.

Esperamos financiar nuestros futuros gastos de capital con nuestro flujo de caja operativo y con préstamos bancarios.

### **C. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, PATENTES Y LICENCIAS, ETC.**

Tenemos actividades de investigación y desarrollo actividades significativas por los últimos tres años. Ver “Ítem 4. Información en la Compañía—B. Apreciación Global del Negocio—Nuestra Compañía—Propiedad Intelectual” para un breve resumen de nuestros nombres de marca y servicios.

### **D. TENDENCIA INFORMACIÓN**

Ver “—A. Resultados Operativos—Tendencias y Factores que Afectan Nuestros resultados de Operaciones.”

### **E. ARREGLOS FUERA DE BALANCE**

Por cualquier de los periodos presentados, no teníamos transacciones fuera del balance, acuerdos u obligaciones en entidades no consolidadas o similares que tendrían un probable efecto material en la condición financiera de la compañía, los resultados de operaciones o liquidez.

## F. REVELACIÓN TABULAR OBLIGACIONES CONTRACTUALES

La siguiente resume nuestras obligaciones contractuales significativas y compromisos al 31 de Diciembre, 2014:

	Menos de Un Año	Uno a Tres Años	Tres a Cinco Años	Luego	Total
	(en millones de U.S.\$)				
Obligaciones a largo plazo (1)	0	545,627	322,214	2,049,265	2,917,106
Obligaciones a corto plazo(1)	595,179	0	0	0	595,179
Depósitos a plazo y otras balances bancarios	155,728	56,120	2,009	11,139	224,996
Obligaciones menores y otras responsabilidades financieras (1)	204,878	533,091	6,874	1,347,201	2,092,044
Préstamos comerciales	2,006,359	74,430	0	—	2,080,788
Responsabilidades tributarias	63,131	0	0	0	63,131
<b>Total</b>	<b>3,025,275</b>	<b>1,209,268</b>	<b>331,096</b>	<b>3,407,606</b>	<b>7,973,245</b>

- (1) Las obligaciones a corto plazo incluyen la porción a corto plazo de la deuda a largo plazo y los gastos de interés devengado /la última tasa variable es considerada para calcular los gastos de interés devengados; tasas locales como TAB (*tasa cámara*) son establecidas a fin del periodo).

## G. PUERTO SEGURO

Ver Sección titulada “Declaraciones a Futuro” en este reporte anual para provisiones de puerto seguro de declaraciones a futuro.

### Ítem 6. Directores, Gerencia Senior y Empleados

#### A. DIRECTORES Y GERENCIA SENIOR

##### Junta de directores

La siguiente tabla establece información respecto a nuestros directores a la fecha de este reporte anual:

Nombre	Posición	Años	Años en Cencosud <sup>(1)</sup>
Horst Paulmann Kemna <sup>(2)</sup>	Presidente de la junta	80	50
Heike Paulmann Koepfer <sup>(2)</sup>	Director	45	15
Peter Paulmann Koepfer <sup>(2)</sup>	Director	46	20
Richard Büchi Buc	Director	62	2
Cristián Eyzaguirre	Director	66	10
David Gallagher	Director	70	4
Julio Moura	Director	63	3
Roberto Philipps	Director	68	13
Erasmus Wong	Director	71	6

- (1) Incluyendo años en otras posiciones en Cencosud...  
 (2) Horst Paulmann Kemna es el padre de Heike Paulmann Koepfer y Peter Paulmann Koepfer.

Una descripción de las principales tareas actualmente desempeñadas por cada director así como la descripción de la historia de empleo de cada director y su educación a continuación:

*Horst Paulmann Kemna.* Sr. Paulmann es nuestro Presidente de la Junta y fundador de Cencosud S.A. He trabajado en la Junta desde Noviembre 1978. Ha sido Director de la Cámara de Comercio Alemana.Chilena (CAMCHAL) y de la Cámara de Comercio chilena.

*Heike Paulmann Koepfer.* Sra. Paulmann ha sido miembro de esta Junta de directores desde Abril 1999. Tiene un título de negocios de la *Universidad de Chile* y un MBA de *Universidad Adolfo Ibañez*.

*Peter Paulmann Koepfer.* Sr. Paulmann ha sido miembro de nuestra Junta de directores desde Septiembre 1996. Sr. Paulmann actualmente es Gerente General de Importadora y Comercial Regen Ltda. Y también ha sido Director de nuestra división de Centros Comerciales en Chile desde 2002. Tiene un título de negocios de la *Pontificia Universidad Católica de Chile*.

*Richard Büchi Buc.* Sr. Büchi fue electo como miembro independiente de la junta en Abril, 2013. Tiene un título de ingeniería civil de *Universidad de Chile* y un MBA de Wharton School de la Universidad de Negocios de Pennsylvania. En Marzo 2013 se hizo

cargo de la vice presidencia de la división de teléfonos celulares de ENTEL luego de haber sido su CEO durante 18 Años. Adicionalmente, Sr. Büchi fue presidente de la junta de Entel PCS y Entelphone.

*Cristián Eyzaguirre.* Sr. Eyzaguirre ha sido un miembro de nuestra Junta de directores desde 2005. Tiene un título en Economía de la Universidad de Chile y un Master en Artes Económicas de la Universidad de California, Berkeley. Sr. Eyzaguirre es el ex Gerente Financiero del Bice y Gerente Financiero de Empresas CMPC S.A., y fue a profesor de Economía en la Universidad de Chile. Actualmente es Director de Besalco, E-CL, Agunsa, Grupo GTD Teleductos, Telefónica del Sur, IPAL, Banco París, Banco Cencosud (Perú) y Wenco. También es vicepresidente del comité de consejos por la inversión de fondos chilenos en el extranjero.

*David Gallagher.* Sr. Gallagher ha sido miembro de la junta de directores desde Abril 2011. Tiene un MA en Lenguajes Modernos de la Universidad de Oxford. Es el Presidente de la Junta y Socio Fundador de ASSET Chile S.A, y es a director y miembro del Comité Ejecutivo de *Centro de Estudios Públicos*. Previo a fundar ASSET Chile en 1984, Sr. Gallagher estuvo 10 años en Morgan Grenfell, donde fue la cabeza de la inversión bancaria y directa de Latioamérica de Morgan Grenfell Internacional.

*Julio Moura.* Sr. Moura ha sido un miembro de nuestra Junta de directores desde Septiembre 2011. Sr. Moura también as director de Natura Cosméticos, Adecoagro y Brinox y como Presidente del Instituto Arapyauí. Previo a incorporarse a Cencosud, Sr. Moura sirvió como Presidente de Masisa de 2002 a 2007 y Vice Presidente Ejecutivo de Schindler Group, Switzerly, de 1992 a 1997. Sr. Moura tiene un grado de Master de MIT Sloan Escuela de Administración y un título de Ingeniería del Instituto de Tecnología Suizo (ETH).

*Roberto Philipps.* Sr. Philipps ha sido un miembro de nuestra Junta de directores desde 2003. Ha tenido varias posiciones ejecutivas en la Organización Techint Organization y previamente con Exxon Sociedad. Es el ex Presidente de la Asociación de Ejecutivos Financiera de argentina y sirve en las juntas de compañías en Chile y Argentina. Sr. Philipps tiene un título de administración y contabilidad de la *Universidad de Buenos Aires* y completó el Programa Ejecutivo Avanzado en la Universidad de Kellogg School.

*Erasmus Wong.* Sr. Wong ha sido un miembro de nuestra Junta de directores desde 2008. Sr. Wong tiene un título de ingeniería civil de la Universidad Nacional de Ingeniería en Perú y post grado del Programa de Alta Gestión y el Primer Programa para Presidentes, ambos de la Universidad de Piura. Ha sido Presidente de GSI Association (Antes EAN Perú) y es actualmente Vice-presidente de la Asociación de Marketing y de Retail y la Asociación de Grandes Almacenes. Previo a ser parte de Cencosud, Sr. Wong fue el presidente de los Supermercados Wong en Perú hasta 2008, cuando los adquirió por Cencosud.

## Ejecutivos

La siguiente tabla presenta información respecto a nuestra gerencia senior a la fecha de este reporte anual:

<u>Nombre</u>	<u>Posición</u>	<u>Años</u>	<u>Años en Cencosud<sup>(1)</sup></u>
Jaime Soler <sup>(2)</sup>	Gerente General	42	10
Juan Manuel Parada	Gerente Financiero	40	8
Carlos Mechetti	Consejero General	44	20
Stefan Krause	Director de Gestión de Proyectos	59	31
Rodrigo Larrain	Director Gestión Inmobiliaria	42	2
Bronislao Jandzio	Director Auditor de Gestión	59	16
Patricio Rivas	Director Gestión Financiera de Retail	51	12
Marcelo Reyes	Director de Gestión de Riesgos Corporativos	47	12
Carlos Wulf	Director Tiendas de Mejoramiento del Hogar	61	10
Andrés Artigas	Oficial Jefe Información	48	9
Rodrigo Hetz	Director Recursos Humanos	39	3
Renato Fernandez	Director Gestión Asuntos Corporativos	40	3
Ricardo Bennett	Director Gestión Grandes Almacenes	39	10

(1) Incluyendo años en otras posiciones en Cencosud.

(2) Sr. Daniel Rodríguez renunció a esta posición el 31 de Diciembre, 2014 para aventurarse en otras venias de negocios y esta posición fue subsecuentemente rellena por Sr. Jaime Soler.

*Jaime Soler.* Sr. Soler fue nombra Gerente General al 01 de Enero, 2015. Previamente fue nominado como nuestra Director de Gestión Corporativa de Retail desde Febrero 2014. Previo a su nominación como cabeza de la división, Sr. Soler ha trabajado en

nuestros grandes Almacenes como Director de Gestión desde 2008, y exitosamente llevó el proceso de adquisición de Johnson en Chile. Tiene un título de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile y un MBA de The Kellogg School.

*Juan Manuel Parada.* Sr. Parada ha sido nuestro Director Financiero desde 2012. Entre 2008 y 2012, fue General de nuestras operaciones de supermercados operaciones en Perú. Previo a 2008, Sr. Parada trabajó en varios roles líderes de Cencosud. Sr. Parada también fue Administrador Regional Manager por Aeropuertos en Lan Airlines y consultor senior de Accenture, con base en Buenos Aires y Londres. Sr. Parada tiene un título de Administración de Negocios de la Universidad Blas Pascal de Córdoba y un MBA de MIT Sloan School de Management.

*Carlos Mechetti.* Sr. Mechetti ha sido parte de nuestro Consejo General desde 1999. Se graduó de la Universidad del Museo Social Argentino en 1993 y se unió a nosotros en 1994 como consejero de nuestros Centros Comerciales en Argentina. Sr. Mechetti tiene varios cursos de post grado de UBA, UADE, CEMA y Harvard University.

*Stefan Krause.* Ha sido Gerente Corporativo de Trabajos y Proyectos desde Julio 2013. Tiene un título en Ingeniería de Negocios de la University de Concepción. Fue previamente Gerente General de Jumbo (1983-2003) por tanto Argentina como Chile y Jumbo Retail Argentina (2005 a 2009). Sr. Krause es también a miembro de varias subsidiarias de Cencosud en Argentina, Colombia y Chile.

*Rodrigo Larrain.* Sr. Larraín ha sido nuestro Director de Gestión Inmobiliaria desde Marzo 2013. Tiene un título en ingeniería civil y un MBA de la Universidad de University de Michigan, Ross School de Negocios y también completó el programa de administración de la Gerencia General. Previo a unirse a Cencosud fue Gerente Financiero y de Inversiones de Enjoy S.A. Sr. Larraín también tiene más de 10 Años de experiencia de trabajo en bancos corporativos y de inversión en Citigroup y BBVA.

*Bronislao Jandzio.* Sr. Jandzio ha sido nuestro Director de Gestión de Auditoría desde 1998. Previo a formar parte de Cencosud, fue Jefe Regional del Departamento de Contabilidad Global por el Deutsche Bank Group en Frankfurt, Alemania. Sr. Jandzio tiene un diploma de la Academia Bancaria.

*Patricio Rivas.* Sr. Rivas ha sido nuestro Director de Gestión Financiero de Retail desde 2011. Previamente fue nuestro Director de Manejo de Riesgos Corporativos 2010 a 2011. Tiene un título en Administración de Negocios de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

*Marcelo Reyes.* Sr. Reyes ha sido nuestro Director de Gestión de Riesgos Corporativos desde Diciembre 2011. Previamente había sido en el negocio de tarjeta de crédito, en Riesgos Directos. Tiene un título a Administración de Negocios de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y un MBA de Tulane University, Nueva Orleans, y de la Universidad de Chile.

*Carlos Wulf.* Sr. Wulf ha sido Director de nuestras tiendas de Mejoramiento del Hogar. Director desde Octubre 2008. Se unió a Cencosud en Julio 2004. Se graduó como Ingeniero Naval de la Academia Politécnica Naval en 1982. Sr. Wulf presentó su renuncia para ser efectiva el 31 de Marzo, 2015 para seguir proyectos personales.

*Andrés Artigas.* Sr. Artigas ha sido nuestro Jefe de Información desde 2011. Previo a esto fue el Oficial de Información por nuestras operaciones en Chile y en 2005 por nuestro negocio de Grandes Almacenes. Previo a ser parte de Cencosud fue Gerente de TI del Principal Grupo Financiero en Chile, TI y Marketing para Empresas Britano Americanas de Tabaco en Chile también. Sr. Artigas tiene un título en ingeniería industrial con un major en ciencias de la Computación y electrónicos de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

*Rodrigo Hetz.* Sr. Hetz ha sido nuestro Director de Recursos Humanos desde Abril 2011 Tiene un título en Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile y un MBA de la Universidad de California—Berkeley. Él también trabajó en McKinsey & Co. de 2006 a 2011, aconsejando a compañías en diferente países respecto a la estrategia y efectividad organizacional. De 1999 a 2004, Sr. Hetz trabajó en Recursos Humanos de Citibank con roles como Senior HR generalistas, compensación & benefits, M&A/Integración, y posiciones de desarrollo organizacional.

*Renato Fernandez.* Sr. Fernandez ha sido nuestro Gerente de Asuntos Corporativos desde 2011 cuando se unió a Cencosud. Previo a eso, era Director de Comunicaciones en Endesa Chile. Tiene un título en Periodismo de la Universidad Gabriela Mistral.

*Ricardo Bennett.* Sr. Bennett fue nominado como Director de Administración de Grandes Almacenes en Febrero 2014. Se unió a Cencosud en 2008 como Gerente de Desarrollo de Negocios de Grandes Almacenes. Sr. Bennett tiene un título en ingeniería civil y un MBA de ESADE, Barcelona, España. Previo la unión Cencosud Sr. Bennett fue comprador de Falabella.

## B. COMPENSACIÓN

### Compensación de Directores y Ejecutivos

Para el 2014, el monto agregado de compensación que pagamos a nuestros ejecutivos fue Ch\$5,808 millones. Nosotros no revelamos a nuestros accionistas o al público información respecto a la compensación de cualquier ejecutivo individual.

De acuerdo al artículo 33 de Ley N° 18,046 que gobierna las sociedades en Chile, en la Junta Ordinaria de Accionistas realizada el 24 de Abril, 2015, se establecieron los siguientes montos de compensación de Directores para el periodo de 2014:

- Honorarios pagados por asistir a las reuniones de la Junta: pago de UF330 (equivalentes a ThCh\$8,127) cada mes a aquellos que tengan el cargo de Director y el doble de este monto para el Presidente de la junta, siempre que asista a una mínimo de 10 juntas ordinarias cada año.
- Honorarios pagados por asistir a las reuniones del Comité de Directores: pago a cada Director de UF110 (equivalentes a ThCh\$2,709) por cada reunión a la que asistan.

Los detalles de los montos pagados a nuestros directores por los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012, son los siguientes:

<u>Nombre</u>	<u>Rol</u>	<u>Para el Año Finalizado 31 de Diciembre,</u>		
		<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>
		<u>ThCh\$</u>	<u>ThCh\$</u>	<u>ThCh\$</u>
Horst Paulmann Kemna	Presidente	184,487	147,291	104,146
Heike Paulmann Koepfer	Director	92,243	73,646	57,292
Peter Paulmann Koepfer	Director	92,243	73,646	52,072
Cristián Eyzaguirre Johnston	Director	92,243	79,771	69,453
Roberto Oscar Philipps	Director	122,991	98,225	69,453
Sven von Appen Behmann	Director	—	18,283	52,072
Erasmus Wong Lu Vega	Director	92,243	73,646	52,072
David Gallagher Patrickson	Director	122,991	98,225	69,453
Julio Moura	Director	92,243	73,646	52,072
Richard Büchi Buc	Director	122,991	73,816	—
Total		<u>1,014,675</u>	<u>810,195</u>	<u>578,085</u>

Ninguno de los no ejecutivos directores tiene un contrato de servicio con nosotros que establezca beneficios a la terminación de su empleo.

### Planes de Opción de Acciones de Ejecutivos

Para recompensar el compromiso y con la meta de retener ejecutivos, la junta ha aprobado los términos y condiciones de tres planes de compensación titulados “Plan 2015”, “Plan 2014” y “Plan Adicional” el 26 de Septiembre, 2015, 22 de Marzo, 2013 y 26 de Abril, 2013, respectivamente.

El objetivo de nuestros planes de incentivos es motivar el desempeño de nuestros ejecutivos al largo plazo, incrementando el valor a largo plazo de la Compañía, como mide el EBITDA de la Compañía. Los planes de opciones múltiples de acciones son entregados de acuerdo al porcentaje de incremento de EBITDA efectivamente conseguido por cada división.

Ejecutivos solo pueden ejercer sus opciones según el plan de incentive si están empleados por la Compañía en las fechas de suscripción efectivas según “Plan 2015”, “Plan 2014” y “Plan Adicional” o por cualquier de sus subsidiarias en Chile o en el extranjero sin interrupción de su relación laboral. Para poder acceder al pago en acciones ningún ejecutivo debe encontrarse en incumplimiento serio de sus deberes a la fecha de firma del contrato de opción hasta la fecha de ejercicio. La determinación de un incumplimiento serio es a la sola discreción de la Compañía.

Como se ratificó, los planes de incentivos incluyen 349 ejecutivos de la Compañía al 31 de Diciembre, 2014, segregando de acuerdo al nivel de administración y posición dentro de la Compañía, y hace disponible un total de 32 millones acciones para premios. Las acciones que se están haciendo disponible de acuerdo a estos planes de incentivo reflejan las acciones que estaban reservadas para este específico propósito y fueron emitidas en aumento de capitales aprobados por los accionistas de Cencosud SA durante juntas de accionista extraordinaria realizadas el 29 de Abril, 2011 y 20 de Noviembre, 2012.

El “Plan 2015” entrega a cada ejecutivo el derecho a suscribir acciones en cuatro momentos, con 25% de sus derechos a suscribir disponibles cada año de 2015 a 2018. “Plan 2015” entrega derecho a suscribir acciones a un precio fijo de Ch\$1,646 a través de toda la duración del plan de incentivos mientras se cumplan las condiciones de empleo requeridas dentro del periodo.

El “Plan 2014” entrega a cada ejecutivo el derecho a suscribir acciones en cuatro momentos, con 25% de sus derechos a suscribir disponibles cada año de 2014 a 2017. E “Plan Adicional” entrega a cada ejecutivo el derecho a suscribir acciones en diferentes cantidades entre 2014 y 2016.

Ambos planes de incentivos entregan a los ejecutivos el derecho de suscribir acciones a un precio fijo de Ch\$2,600 a través del completo periodo de sus respectivos planes de incentivos mientras las condiciones de empleo del ejecutivo se cumplan dentro del periodo de suscripción.

Al 31 de Diciembre, 2014, a total de 349 ejecutivos que suscribió contratos por el plan ejecutivo de opción de compra.

La siguiente tabla establece al 31 de Diciembre, 2014, el total número de acciones de capital social a ser emitidas para el ejercicio de opciones entregadas a nuestros ejecutivos de acuerdo al *Plan 2014* y *Plan Adicional* de ejercicio de precio de estas opciones, la fecha de la entrega y la fecha de expiración:

<u>Plan bajo el que las opciones se entregaron</u>	<u>Número de Acciones</u>	<u>Precio ejercicio</u>	<u>Fecha de entrega</u>	<u>Fecha de expiración</u>
Plan 2015	10,057,500	Ch\$ 1,646	Septiembre 26, 2014	Febrero 28, 2018
Plan 2014	10,352,720	Ch\$ 2,600	Marzo 22, 2013	Octubre 31, 2017
Plan Adicional	11,124,784	Ch\$ 2,600	Abril 26, 2013	Octubre 31, 2016
Total	31,535,004			

## C. PRÁCTICAS DE LA JUNTA

### *Prácticas de la Junta*

Nuestros estatutos establecen que los accionistas elegirán nueve directores regulares. Los directores son electos en una junta de accionistas anual por un periodo de tres años. Las responsabilidades legales de cada miembro se establecen de acuerdo a la ley chilena de sociedades.

En virtud de su posición como nuestro accionista controlador, Sr. Horst Paulmann tiene el poder para nominar a 5 directores de nuestra Junta de directores. Pero, en 2013, en un esfuerzo por impulsar el gobierno corporativo, el Sr. Horst Paulmann eligió nominar sólo 4 directores en la junta de accionistas, y así esencialmente entregó el derecho a los demás accionistas de nominar a un director adicional.

### *Comité de Directores:*

De acuerdo a la ley chilena debemos establecer un Comité de Directores compuesto por tres directores. Los siguientes son nuestros directores miembros del Comité: David Gallagher (Presidente), Roberto Philipps (Secretario) y Richard Büchi. El Comité de Directores tiene los siguientes deberes:

- Revisar los reportes externos de auditorías y los estados financieros y dar su opinión respecto a estos ítems previo a su entrega a los accionistas para su aprobación;
- Proponer a la junta de directores los nombres de auditores independientes externos y agencias calificadoras crediticias que entregarán para la aprobación en la junta de accionistas anual.
- Revisar las transacciones con partes relacionadas por conflictos de interés potenciales y entregar reportes como se requiere en ciertos casos;
- Revisar el salario y beneficios de compensación de ejecutivos y gerencia senior; preparar un reporte anual de las actividades de la junta, que incluirá sus principales recomendaciones a los accionistas;
- Asesorar a la junta en cuanto a la contratación de auditores externos para entregar servicios que no sean auditorías, particularmente si estos servicios pueden ser prohibidos de acuerdo al artículo 242 de la ley chilena de Valores de Mercado si estos servicios pudiesen poner en peligro la independencia de este autor externo; y
- Desempeñar cualquier otra responsabilidad cuando así lo determine la Ley de Sociedades Chilena, nuestros estatutos, junta de accionistas o la junta de directores.

### ***Comité Auditor***

Hemos establecido un Comité Auditor, comprendido por tres miembros que no sean de la gerencia de nuestra Junta de directores. Los miembros del Comité Auditor son David Gallagher, Roberto Philipps y Cristián Eyzaguirre, cada uno es independiente de acuerdo al significado de las reglas de gobierno corporativo de la SEC. Nuestra Junta de directores determinó que Roberto Philipps es el “Experto financiero del Comité Auditor” según como lo define la SEC.

Las principales responsabilidades del Comité Auditor son:

- Asistir a la junta de directores en cumplimiento de sus responsabilidades relacionadas a la integridad de los estados financieros de la Compañía, incluyendo reportar periódicamente a la Junta de directores respecto a sus actividades y lo adecuado de los sistemas de la Compañía en controles internos sobre reportes financieros;
- Efectuar recomendaciones para la nominación, compensación, retención y conocimiento de, y considerando la independencia, de los auditores externos de la Compañía;
- Revisar transacciones materiales entre la Compañía o sus subsidiarias con partes relacionadas para determinar si los términos son consistentes con las condiciones o no son justas para la Compañía y sus subsidiarias; y
- Desempeño de otros deberes impuestos las leyes y regulaciones del mercado (s) regulado en el que acciones de la Compañía están registradas, aplicables a la Compañía, así como cualquier otro deber que les haya sido establecido por la junta de directores.

El propósito y responsabilidades del Comité Auditor, incluyendo las ya mencionadas, se encuentran establecidas en la parte de Comité Auditor.

### **D. EMPLEADOS**

#### ***General***

Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos un total de 153,234 empleados, de los que aproximadamente 40.2% estaban en Chile, 17.9% en Argentina, 10.4% en Perú, 21.9% en Brasil y 9.5% en Colombia. Aproximadamente 37.5% de los empleados de nuestras tiendas eran representados por sindicatos bajo varios contratos de negociación colectiva. No empleamos a un número significativo de empleados temporales.

Operamos un programa en base de bonos por méritos a nivel tanto de la casa matriz como de nuestras tiendas así como también por cabeza de departamento. En general, los bonos fluctúan entre uno y seis meses salarios mensuales y es determinado de acuerdo a criterios claramente definidos de nuestro desempeño general, el desempeño de la tienda del empleado, el desempeño del empleado en relación a objetivos específicos establecidos a principios de año y estándares más subjetivos como mantener un buen ambiente de trabajo.

#### ***Chile***

Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos un total de 61,635 empleados en Chile. De estos empleados, 55,409 trabajan en nuestras tiendas, 2,844 trabajan en instalaciones de distribución (nuestro centro de distribución, bodegas y transporte), y 3,382 trabajan en nuestra casa matriz.

Al 31 de Diciembre, 2014, aproximadamente 62.82% de nuestros empleados de Chile fueron representado por 106 sindicatos independientes y actualmente son parte de 113 diferentes contratos de negociación colectiva. Adicionalmente algunos de estos sindicatos independientes tienen contratos colectivos con empleados no sindicalizados que generalmente tienen un periodo de dos a cuatro años.

Nuestros empleados en Chile reciben los beneficios establecidos por los contratos de negociación colectiva y los salarios de acuerdo a nuestras políticas, beneficios entregados por la ley chilena (incluyendo seguro de cesantía), y ciertos beneficios adicionales entregados por nosotros, entre estos beneficios entregamos entrenamiento educacional y oportunidades para sus familias (incluyendo becas de educación para los hijos de nuestros empleados).

#### ***Argentina***

Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos un total de 27,479 empleados en Argentina. De estos empleados, 24,032 409 trabajan en nuestras tiendas, 1,286 fueron empleados en las instalaciones de distribución (centros de distribución, bodegas y transporte), y 2,161 trabajan en nuestra casa matriz.

Al 31 de Diciembre, 2014, aproximadamente 86.2 % de nuestros empleados en Argentina empleados llegaron a un solo contrato de negociación colectiva con el Sindicato de Comercio, pero sólo un 44.71% de estos empleados son miembros del Sindicato. Sólo hay un contrato de negociación colectiva (mandatorio por la Ley) para todos los empleados que no forman parte de la gerencia que

tiene efecto desde 1975. Hemos experimentado dos huelgas en nuestras tiendas Jumbo, cada una ha durado menos de un día. Pero, ninguna de estas huelgas ha afectado nuestras operaciones en general.

Nuestros empleados de Argentina reciben beneficios establecidos por este contrato de negociación colectiva y los salarios establecidos de acuerdo a nuestras políticas, los beneficios entregados por la ley argentina (incluyendo el seguro de cesantía), y ciertos beneficios adicionales que entregamos, como entrenamiento educacional.

### ***Brasil***

Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos un total de 33,346 empleados en Brasil. De estos empleados 29,374 409 trabajan en nuestras tiendas, 1,922 fueron empleados en las instalaciones de distribución (centros de distribución, bodegas y transporte), y 2,250 trabajan en nuestra casa matriz.

Nuestros empleados en Brasil son representados por diferentes sindicatos. Aunque del 3% de nuestros empleados son afiliados de estos sindicatos, todos los empleados tienen derechos establecidos en los contratos de negociación colectiva, como lo determina la legislación laboral. Creemos que las 10 más grandes cadenas de supermercados en Brasil están obligadas por los mismos contratos de negociación colectiva celebrados con sus sindicatos. Creemos que tenemos buenas relaciones con nuestros empleados y sindicatos relacionados, y nuestras operaciones brasileñas no han tenido huelgas o paros significativos durante los últimos tres años.

### ***Perú***

Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos un total de 16,008 empleados en Perú. De estos empleados, 13,389 trabajan en nuestras tiendas, 1,367 fueron empleados en las instalaciones de distribución (centros de distribución, bodegas y transporte), y 1,251 trabajan en nuestra casa matriz.

Al 31 de Diciembre, 2014, aproximadamente 0.99 % de nuestros empleados peruanos estaban sindicalizados o eran parte de contratos de negociación colectiva. No hemos tenido huelgas que hayan afectado nuestras operaciones en Perú.

Nuestros empleados en Perú reciben beneficios estándares y los salarios establecidos de acuerdo a nuestras políticas, los beneficios entregados por la ley peruana (incluyendo el seguro de cesantía), y ciertos beneficios adicionales que entregamos incluyendo entrenamiento educacional, descuentos en productos comprados en nuestras tiendas, y ciertos bonos en base a méritos.

### ***Colombia***

Al 31 de Diciembre, 2014, teníamos un total de 14,566 empleados en Colombia. De estos empleados, 13,485 trabajan en nuestras tiendas, 882 trabajan en nuestra casa matriz y 199 en instalaciones de distribución.

Al 31 de Diciembre, 2014 aproximadamente a 34.34% de nuestros empleados en Colombia estaban sindicalizados o eran parte de acuerdos de negociación colectiva. No hemos tenido ninguna huelga que haya afectado materialmente nuestras operaciones en el país.

Nuestros empleados en Colombia reciben beneficios estándares y los salarios establecidos de acuerdo a nuestras políticas, los beneficios entregados por la ley colombiana (incluyendo el seguro de cesantía), y ciertos beneficios adicionales que entregamos incluyendo entrenamiento educacional y descuentos en productos comprados en nuestras tienda.

## **E. PROPIEDAD DE ACCIONES**

Ver tabla en “Ítem 7. Accionistas Mayoritarios y Transacciones con Partes Relacionadas” por información respecto a la propiedad de acciones por nuestros directores y ejecutivos.

### **Ítem 7. Accionistas mayoritarios y Transacciones con Partes Relacionadas**

#### **A. ACCIONISTAS MAYORITARIOS**

La siguiente tabla establece información respecto a la propiedad beneficiaria de nuestras acciones de capital social, a la fecha de este reporte anual, por:

- Cada persona que sepamos que es dueño beneficiario de más del 5% de nuestras acciones de capital social; y
- Nuestros directores y ejecutivos como un grupo.

<u>Accionista</u>	<u>Número de Acciones de Capital social</u>	<u>Porcentaje de Propiedad Beneficial</u>
<b><u>Accionistas principales</u><sup>(1)</sup></b>		
Inversiones Quinchamali Limitada <sup>(2)</sup>	573,754,802	20.3%
Inversiones Latadia Limitada <sup>(3)</sup>	550,823,211	19.5%
Inversiones Tano Limitada <sup>(4)</sup>	457,879,800	16.2%
<b><u>Directores y Ejecutivos</u></b>		
Horst Paulmann Kemna <sup>(5)</sup>	1,652,794,386	58.5%
Peter Paulmann Koepfer <sup>(6)</sup>	*	*
Heike Paulmann Koepfer <sup>(7)</sup>	*	*
David Gallagher	—	—
Erasmus Wong	—	—
Roberto Philipps	—	—
Cristián Eyzaguirre	—	—
Richard Büchi Buc	*	*
Julio Moura	—	—
Juan Manuel Parada	*	*
Rodrigo Hetz	*	*

<u>Accionista</u>	<u>Número de Acciones de Capital social</u>	<u>Porcentaje de Propiedad Beneficial</u>
Carlos Mechetti	*	*
Andrés Artigas	*	*
Bronislao Jandzio	*	*
Carlos Wulf	*	*
Jaime Soler	*	*
Patricio Rivas	*	*
Marcelo Reyes	*	*
Renato Fernandez	—	—
Ricardo Bennett	*	*
Stefan Krause	*	*
Rodrigo Larrain	*	*
Total de acciones de capital social emitidas y pendientes	2,828,723,963	100.0%

\* Representa la propiedad beneficiaria de menos de un uno por ciento de acciones ordinarias pendientes.

- (1) Nuestros accionistas principales no tienen derechos a voto diferentes que los de los otros accionistas. Todos los tenedores de nuestras acciones de capital social tienen derecho a un voto por acción de capital social en todas las juntas de accionistas.
- (2) Inversiones Quinchamali Limitada es una empresa chilena controlada por Horst Paulmann Kemna, nuestro presidente de la junta, quien es el más grande accionista aquí, con el resto siendo propiedad de los miembros de la familia Paulmann. Miembros de la familia Paulmann incluyen a Horst Paulmann Kemna, Manfred Paulmann Koepfer, Peter Paulmann Koepfer y Heike Paulmann Koepfer. La dirección de Inversiones Quinchamali Limitada es Avenida Kennedy 9001, Piso 7, Las Condes, Santiago, Chile.
- (3) Inversiones Latadia Limitada es una empresa chilena cuya mayoría es de propiedad de Inversiones Quinchamali Limitada, con el resto siendo propiedad indirectamente de miembros de la familia Paulmann. Su dirección es Avenida Kennedy 9001, Piso 7, Las Condes, Santiago, Chile.
- (4) Inversiones Tano Limitada es una empresa chilena cuya mayoría es propiedad de Inversiones Quinchamali Limitada, y el resto es propiedad de Inversiones Latadia Limitada y Horst Paulmann Kemna. Su domicilio es Avenida Kennedy 9001, Piso 7, Las Condes, Santiago, Chile.
- (5) Horst Paulmann Kemna es dueño de 2.49% de nuestras acciones de capital social directamente y del monto restante a través de la propiedad directa e indirectamente de Inversiones Quinchamali Limitada, Inversiones Latadia Limitada e Inversiones Tano Limitada.

Horst Paulmann Kemna, nuestro Presidente de la junta, es el padre de Heike Paulmann Koepfer y Peter Paulmann Koepfer, y ambos sirven en nuestra Junta de directores. Ver “Ítem 6. Directores, Gerencia Senior y Empleados.”

- (6) Peter Paulmann Koepfer es dueño de 0.5% de nuestras acciones de capital social.

Horst Paulmann Kemna, el Presidente de la junta, es el padre de Heike Paulmann Koepfer y Peter Paulmann Koepfer, y ambos sirven en nuestra Junta de directores. Ver “Ítem 6. Directores, Gerencia Senior y Empleados.”

(7) Heike Paulmann Koepfer es dueña de 0.5% de nuestras acciones de capital social.

Horst Paulmann Kemna, nuestro Presidente de la junta, es el padre de Heike Paulmann Koepfer y Peter Paulmann Koepfer, y ambos sirven en nuestra Junta de directores. Ver “Ítem 6. Directores, Gerencia Senior y Empleados.”

### ***Diferencias en Derechos a Voto***

Nuestros accionistas mayores no tienen derechos a voto diferentes.

### ***Accionista Controlador***

En 2012 y 2013, experimentamos un significativo cambio en el porcentaje de acciones de propiedad y controladas por nuestro accionista mayoritario como resultado de nuestra primera oferta a público y siguientes a la oferta. Previo a nuestra oferta a público inicial, nuestro fundador, Sr. Horst Paulmann, es dueño beneficiario de 64.9% de nuestras acciones, directa e indirectamente, a través de Inversiones Quinchamali Ltda., Inversiones Latadia Ltda. e Inversiones Tano Ltda. a la fecha de este de reporte anual, Sr. Horst Paulmann es dueño beneficiario de 58.5% de nuestras acciones. Ver “—Accionistas Mayoritarios” arriba.

En virtud de esta posición como nuestro accionista controlador, Sr. Horst Paulmann tiene el poder de nominar 5 directores de nuestra Junta de directores. Pero, en 2013, en esfuerzo para fortalecer el gobierno corporativo, el Sr. Horst Paulmann decidió nominar a sólo 4 directores en nuestra junta de accionistas, esencialmente entregar el derecho de nominar a un director adicional al resto de los accionistas.

### ***Valores en País Anfitrión***

Al 31 de Diciembre, 2014, la fecha más reciente practicable, 6,435,429 ADSs (equivalentes a 19,306,287 acciones, o 0.6% del total de acciones pendientes de nuestro capital social) se encontraban pendientes y mantenían un récord de 1 tenedor. Entendemos que muchos ADSs se mantienen para temas de registro por intermediarios y otros nominadores, y de acuerdo con los números anteriores no son necesariamente representantes del número actual de personas de U.S. que son tenedores beneficiarios de ADSs o el número de ADSs beneficiosos que mantienen estas personas.

## **B. TRANSACCIONES DE PARTES RELACIONADAS**

### **Regulaciones Chilenas**

En el curso ordinario de nuestro negocio, podemos incurrir en el endeudamiento de partes relacionadas en el futuro en términos de mercado justo. Artículos 146 y siguientes de la ley chilena se Sociudades que regula las transacciones en que pueden incurrir partes relacionadas que sean sociedades abiertas y sus subsidiarias. El Artículo 147 de la Ley Chilena de Sociudades requiere que transacciones con partes relacionadas de realicen en términos similares a aquellos que normalmente prevalece en el mercado y a ser beneficiosas en interés de la Compañía. El Artículo 147 requiere que comparemos los términos de cualquiera de estas transacciones a aquellos que prevalecen en el mercado a la fecha en que la transacción es aprobada. Para una transacción con una parte relacionada, esta transacción debe ser lleva a cabo con la aprobación de la junta de directores. Los Directores de compañías que no cumplen el Artículo 147 son conjunta y solidariamente responsable por los daños y pérdidas que resulten de esta violación. Adicionalmente, el Artículo 147 de la ley chilena de sociedades establece que cualquier transacción en que un director tenga interés personal o está participando en negociaciones que se dirigen a una transacción con una parte relacionada, la junta la junta de directores debe haber entregado su aprobación previamente, con la exclusión del director interesado. La junta de directores aprobará la transacción sólo cuando ha sido informada respecto al interés del director, si transacción es beneficiosa para la Compañía y los términos de esta transacción son similares a aquellos que prevalecen en el mercado. Todas las resoluciones que aprueben estas transacciones deben ser reportadas a los accionistas de la Compañía en la siguiente junta de accionistas anual. Si la mayoría de los directores son partes interesados, la transacción que se busca celebrar sólo puede ser aprobada unánimemente y por directores no interesados, o por dos tercios o más en la junta extraordinaria de accionistas. Si se avisa respecto a la junta extraordinaria de accionistas, la junta deberá nombrar a dos evaluadores independientes, quienes informarán los términos y condiciones de la transacción, sus efectos y el potencial impacto en la Compañía. Las conclusiones finales de los evaluadores deberán estar a la disposición de los accionistas y directores el día siguiente a que la Compañía reciba este reporte. El reporte estará disponible por un periodo de al menos 15 días hábiles tras la recepción par parte de la Compañía del reporte del evaluador y se dará aviso a los debido a que es un *hecho esencial*.

## **General**

Las siguientes transacciones con una parte relacionada pueden ser celebradas sin cumplir ninguno de los requerimientos previamente mencionados y sólo con la aprobación de la junta de directores:

- La transacción no involucre un monto que se considera material. La transacción involucre un monto material si:
  - El monto de la transacción la transacción es más de un 1% del valor neto de la Compañía, siempre que el monto de la transacción exceda el equivalente a 2,000 UF, o
  - El monto de la transacción excede el equivalente a 20,000 UF.
- La transacción se realiza dentro del curso de negocios ordinario, como lo determina la sociedad respecto de estos asuntos.
- La transacción se lleva a cabo con una parte relacionada de la que Compañía es dueña de al menos un 95%, sea directa indirectamente.

La violación del artículo 146 y siguientes puede resultar en sanciones administrativas o criminales y en responsabilidades civiles para los accionistas o terceros que sufran pérdidas debido a estas violaciones. Creemos hemos cumplido todos los requerimientos del artículos 146 y siguientes en todas las transacciones con partes relacionadas. Ver “Ítem 10. —B. Memorándum y Artículos de Asociación—Requerimientos Directos.”

## **Transacciones de Partes Relacionadas**

A continuación damos una descripción de las transacciones pendientes entre nosotros y nuestras partes relacionadas, incluyendo de respectivos montos pendientes, para los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012.

### *Contratos de compra y venta*

Durante 2014, 2013 y 2012, compramos mercadería general por el monto de Ch\$1,916 millones, Ch\$ 2,506 millones y Ch\$ 2,272 millones, respectivamente, de Wenco S.A. (“Wenco”), una compañía de manufactura de bienes plásticos en cuya junta el Sr. Cristián Eyzaguirre, uno de nuestros directores, sirve como a director. En 2014, 2013 y 2012, también vendimos mercadería general por el monto de Ch\$64,398 millones, Ch\$3 millones y Ch\$401 millones, respectivamente, a Wenco.

Cencosud también compró mercadería de Industria Productos Alimenticios S.A., en cuya junta el Sr. Cristián Eyzaguirre también sirve, por el monto de Ch\$ 1,062 millones, Ch\$1,245 millones y Ch\$1,138 millones durante 2014, 2013 y 2012, respectivamente. También vendemos mercadería a Agencias Univerventas SA por el monto de Ch\$18 millones, Ch\$22 millones y Ch\$19 millones en 2014, 2013 y 2012, respectivamente, en cuya junta Sr. Cristián Eyzaguirre también sirve. La misma Compañía entrega servicios a Cencosud S.A. por el monto de Ch\$ 598 millones, Ch\$616 millones y Ch\$384 millones durante 2014, 2013 y 2012, respectivamente.

Cencosud S.A. también vende mercadería por el monto de Ch\$828 miles y Ch\$139 miles durante 2013 y 2012, respectivamente, a Maxi Kioskos Chile S.A., una tienda de abarrotes chilena operado por sus dueños y en cuya junta de directores está el Sr. Manfred Paulmann Koepfer, el hijo del Sr. Horst Paulmann Kemna (nuestro accionista controlador).

Cencosud también compra mercadería general de Importadora y Comercial Regen Ltda, un retailer chileno de juguetes importados controlada por Sr. Peter Paulmann Koepfer, uno de nuestros directores, por el monto de Ch\$538 millones, Ch\$386 millones y Ch\$499 millones por los años 2014, 2013 y 2012, respectivamente. Durante 2014, Cencosud SA también vendió bienes a Importadora y Comercial Regen Ltda. Por el monto de Ch\$19 millones.

Durante 2014 y 2013, Teleductos SA, en cuya junta el Sr. Cristián Eyzaguirre también sirve, entrega servicios a Cencosud por el monto de Ch\$704 millones y Ch\$939 millones, respectivamente.

Durante 2014 y 2013, Manquehue Net SA, en cuya junta el Sr. Cristián Eyzaguirre también sirve, entregó servicios a Cencosud por el monto de Ch\$7 millones y Ch\$8 millones, respectivamente.

Durante 2014 y 2013, Cia Nacional De Telefonos, Telefónica del Sur S.A., en cuya junta el Sr. Cristián Eyzaguirre también sirve, entregó servicios a Cencosud por el monto de Ch\$103 millones y Ch\$6 millones, respectivamente.

Durante 2014, Sr. Cristian Eyzaguirre recibió Ch\$103 millones de nuestra subsidiaria Cencosud Administradora de Tarjetas S.A. en conexión con sus servicios en su junta de directores.

Durante 2014 y 2013, Besalco S.A. en cuya junta el Sr. Cristian Eyzaguirre también sirve, entregó servicios a Cencosud SA por el monto de Ch\$1 millones y Ch\$0.3 millones, respectivamente.

Durante 2014 y 2013, Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A. en cuya junta el Sr. Richard Büchi Buc también sirve, entregó servicios a Cencosud por el monto de Ch\$1,013 millones y Ch\$738 millones, respectivamente.

Durante 2014 y 2013, Empresa El Mercurio S.A.P. en cuya junta el Sr. Richard Büchi Buc también sirve, entregó servicios a Cencosud por el monto de Ch\$2,820 millones y Ch\$2,064 millones, mientras que los bienes fueron vendidos a la Empresa El Mercurio S.A.P. por el monto de Ch\$25 millones y Ch\$5 millones, respectivamente.

Durante 2014 y 2013, Entel Telefonía Local S.A. en cuya junta el Sr. Richard Büchi Buc también sirve, entregó servicios a Cencosud en el monto de Ch\$49 millones y Ch\$18 millones, respectivamente.

Durante 2014 y 2013, Entel PCS Telecomunicaciones S.A en cuya junta el Sr. Richard Büchi Buc también sirve, entregó servicios a Cencosud por el monto de Ch\$8,484 millones y Ch\$12,887 millones, respectivamente.

Durante 2014 y 2013, Asset-Chile S.A. en cuya junta el Sr. David Gallagher también sirve, compró mercadería de Cencosud SA por el monto de Ch\$5 millones y Ch\$0.9 millones, respectivamente.

### *Arriendos*

Arrendamos espacio en varios de nuestros Centros Comerciales en Chile a Maxi Kioskos Chile, S.A., una tienda de abarrotes chilena en cuya junta el Sr. Manfred Paulmann Koepfer sirve como director. Los pagos de arriendos durante 2014, 2013 y 2012 llegaron a Ch\$ 402 millones, Ch\$478 millones y Ch\$149 millones, respectivamente.

Adicionalmente, arrendamos espacios en varios de nuestros Centros Comerciales en Chile a Importadora y Comercial Regen Ltda. Los pagos de arriendos durante 2014, 2013 y 2012 llegaron a Ch\$188 millones, Ch\$231 millones y Ch\$142 millones, respectivamente.

Arrendamos espacio en varios de nuestros Centros Comerciales en Chile a la Empresa el Mercurio S.A.P. Los pagos de arriendos durante el periodo de 2014 llegaron a Ch\$203 millones.

Las transacciones ya descritas fueron celebradas en cumplimiento de nuestros estatutos y leyes y regulaciones chilenas aplicables.

Para la información que respecta a otras transacciones como de rendimiento de servicios, favor ver Notas 9.1 a 9.3 de nuestros Estados Financieros Auditados Consolidados.

## **C. INTERÉS DE EXPERTOS Y CONSEJO**

No aplicable.

## **Ítem 8. Información Financiera**

### **A. ESTADOS CONSOLIDADOS Y OTRA INFORMACIÓN FINANCIERA**

#### **Estados financieros**

Ver “Ítem 18. Estados financieros” y páginas F-1 a F-219 para conocer nuestros estados financieros consolidados preparados de acuerdo a IFRS.

#### **Procedimientos Legales y Administrativos**

Somos parte de ciertos procedimientos legales en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú causados por el curso normal de nuestro negocio, que creemos son parte de la rutina y son incidentales a la operación de nuestro negocio. No creemos que el resultado de esto procedimientos en que actualmente somos parte tendrá un efecto material respecto a nuestras operaciones o condición financiera.

Nuestra subsidiaria, Cencosud Administradora de Tarjetas S.A. (“CAT”), fue demandada por una acción iniciada por SERNAC. El 24 de Abril, 2013, la Corte Suprema de Chile falló a favor del demandante y ya no existieron más recursos a presentar. En su fallo la Corte determinó que CAT incluyó ciertas cláusulas en sus contratos de 2006 contratos que eran abusivas con los consumidores. Las

mencionadas cláusulas permitían a CAT cargar un incremento en el cargo por mantención de Ch\$530 a los titulares de tarjetas con un uso de bajo Ch\$50 mil, sin consentimiento escrito de los titulares de tarjetas como así lo requiere la *Ley de Protección al Consumidor*. En el fallo la Corte ordenó a CAT pagar una multa por aproximadamente Ch\$ 2 millones y reembolsar a ciertos titulares de tarjetas por los cobros excesivos en la mantención cargados desde 2006 más por inflación e interés. Realizamos los pagos determinados por la sentencia que llegaron a Ch\$17,974 millones el 31 de Diciembre, 2013. Al 31 de Diciembre, 2014, Ch\$1,887 millones todavía estaban provisionados para términos de reembolsos principales relacionados con este fallo y Ch\$759 millones relacionados a interés e inflación.

## Dividendos y Política de Dividendos

Nuestra política de dividendos está determinada de tiempo en tiempo por nuestra junta de directores. Es una práctica general de la Compañía pagar dividendos internos y anuales en Noviembre y Mayo. Los dividendos son pagados a accionistas registrados dentro del quinto día hábil chileno desde la fecha siguiente al pago del dividendo.

Como exige la Ley Chilena de Sociedades, a menos que se aprueba otra cosa por medio de la aprobación unánime de los tenedores de todas nuestras acciones emitidas y suscritas, debemos distribuir dividendos en efectivo por un monto no menor a 30% de los ingresos netos consolidados de la Compañía para ese año, a menos y sólo si no lo permite la extensión de un déficit en ganancias retenidas. Podemos distribuir dividendos en efectivo en montos que no sean menores a 30% si así es aprobado por la mayoría de los votos de los accionistas.

Los accionistas que no son residentes de Chile deben registrarse como inversionistas extranjeros bajo el régimen de inversionistas extranjeros contemplado por la ley chilena para recibir dividendos, ganancias de ventas y otros montos respecto a sus acciones remitidas fuera de Chile a través del mercado de cambio formal. Ver “Ítem 10. Información Adicional—D. Controles de Cambio.” Dividendos recibidos respecto acciones comunes por tenedores están sujetos a la retención del impuesto chileno. Ver “Ítem 10. Información Adicional—E. Tributación.”

## B. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS

Excepto que se señale otra cosa en este reporte anual, no hay ningún cambio no revelado significativo desde la fecha de anual de los estados financieros.

## Ítem 9. La Oferta y Lista

### A. OFERTA Y DETALLES DE LISTA

Nuestras ADSs han sido enumeradas en NYSE bajo el símbolo “CNCO” desde el 22 de Junio, 2012. La tabla a continuación establece el volumen de comercio y los precios de cierre altos y bajos en U.S. dólares de nuestros ADSs en la Bolsa de Valores de Nueva York como así reportó la Bolsa de Valores de Nueva York.

	Bolsa de Valores de Nueva York (en U.S.\$ por ADS) <sup>(1)</sup>		
	Volumen comercializado	Alto	Bajo
<b><u>Año</u></b>			
2012 (desde 22 Junio, 2012)	16,315,454	20.99	15.10
2013	17,843,014	17.01	10.33
2014	19,283,969	10.71	6.94
<b><u>Cuarto</u></b>			
Primer Cuarto, 2013	6,751,880	19.85	16.77
Segundo Cuarto, 2013	12,840,749	18.43	13.53
Tercer Cuarto, 2013	7,708,576	14.55	11.83
Cuarto Cuarto, 2013	3,634,050	13.59	10.33
Primer Cuarto 2014	5,989,568	10.66	8.05
Segundo Cuarto, 2014	3,770,570	10.71	9.26
Tercer Cuarto, 2014	4,611,953	10.16	8.70
Cuarto Cuarto, 2014	4,911,878	9.50	6.94
Primer Cuarto 2015	5,596,774	7.90	6.25
<b><u>Mes</u></b>			
Octubre 2014	1,729,726	9.03	8.20

	<b>Bolsa de Valores de Nueva York (en U.S.\$ por ADS)<sup>(1)</sup></b>		
	<b>Volumen comercializado</b>	<b>Alto</b>	<b>Bajo</b>
Noviembre 2014	1,814,814	9.50	7.82
Diciembre 2014	1,340,338	7.80	6.94
Enero 2015	820,215	7.53	6.26
Febrero 2015	2,261,714	7.9	7.39
Marzo 2015	2,514,845	7.35	6.25
Abril 2015 (al 24 de Abril, 2015)	2,954,182	7.99	7.27

*Fuente:* Bolsa de Valores de Nueva York.

(1) Excepto volumen comercializado.

## B. PLAN DE DISTRIBUCIÓN

No aplicable.

## C. MERCADOS

Nuestro capital social es actualmente comercializado en la Bolsa de Valores de Santiago y la Bolsa Electrónica de bajo el símbolo “CENCOSUD.” La Bolsa de Valores de Santiago daba cuenta por aproximadamente 90%, 89% y 90% del volumen comercializado de nuestro capital social en Chile en 2013, 2012 y 2011, respectivamente. El 24 de Abril, 2015, el último precio de venta de las acciones reportado por la Bolsa de Valores de Santiago y la Bolsa *Electrónica de Chile* fue de Ch\$1,635 y Ch\$1,602 por acción, respectivamente. Nuestro capital social fue comercializado en la Bolsa de Valores de Valparaíso hasta el 10 de Septiembre, 2013.

### Precio histórico de nuestras acciones comunes

La tabla a continuación establece de volumen de comercio y los precios de ventas altos y bajos por nuestras acciones comunes en la Bolsa de Valores de Santiago por los periodos indicados.

	<b>Bolsa de Valores de Santiago (en Ch\$ por acción común)<sup>(1)</sup></b>		
	<b>Volúmenes comercializados</b>	<b>Alto</b>	<b>Bajo</b>
<b><u>Año</u></b>			
2010	735,020,230	3,900	1,700
2011	577,949,277	3,745	2,450
2012	690,328,658	3,256	2,490
2013	632,394,407	3,064	1,824
2014	508,711,690	1,980	1,410
<b><u>Cuarto</u></b>			
Primer Cuarto, 2013	215,929,897	3,085	2,594
Segundo Cuarto, 2013	169,157,706	2,958	2,286
Tercer Cuarto, 2013	142,189,960	2,595	1,970
Cuarto Cuarto, 2013	103,553,285	2,280	1,812
Primer Cuarto, 2014	192,170,246	1,924	1,442
Segundo Cuarto, 2014	116,061,456	1,980	1,689
Tercer Cuarto, 2014	83,617,139	1,865	1,715
Cuarto Cuarto, 2014	116,862,849	1,770	1,410
Primer Cuarto, 2015	242,882,182	1,628	1,305
<b><u>Mes</u></b>			
Octubre 2014	24,455,955	1,770	1,598
Noviembre 2014	53,172,479	1,699	1,539
Diciembre 2014	39,234,415	1,580	1,410
Enero 2015	51,098,843	1,551	1,305
Febrero 2015	58,105,279	1,628	1,511
Marzo 2015	132,097,635	1,497	1,331
Abril 2015 (al 24 de Abril, 2015)	44,870,199	1,635	1,498

*Fuente:* Bolsa de Valores de Santiago.

(1) Excepto volumen comercializado.

La tabla a continuación establece los precios altos y bajos de ventas por nuestras acciones comunes en la *Bolsa Electrónica de Chile* por los periodos indicados.

	<b>Bolsa Electrónica de Chile</b> (en Ch\$ por acción) <sup>(1)</sup>		
	<u>Volúmenes comercializados</u>	<u>Alto</u>	<u>Bajo</u>
<u>Año</u>			
2010	66,025,944	3,870	1,700
2011	63,461,270	3,740	2,530
2012	80,841,749	5,569	1,365
2013	24,770,549	3,080	1,820
2014	41,869,662	1,980	1,417
<u>Cuarto</u>			
Primer Cuarto, 2013	30,197,513	3,080	2,590
Segundo Cuarto, 2013	37,367,989	2,935	2,290
Tercer Cuarto, 2013	22,164,899	2,660	1,989
Cuarto Cuarto, 2013	9,351,794	2,441	1,820
Primer Cuarto, 2014	18,324,003	1,931	1,471
Segundo Cuarto, 2014	10,260,879	1,980	1,694
Tercer Cuarto, 2014	5,994,191	1,886	1,721
Cuarto Cuarto, 2014	7,290,589	1,767	1,417
Primer Cuarto, 2015	5,733,361	1,628	1,310
<u>Mes</u>			
Octubre 2014	1,625,948	1,742	1,604
Noviembre 2014	4,227,787	1,665	1,548
Diciembre 2014	2,077,146	1,535	1,424
Enero 2015	1,527,178	1,499	1,310
Febrero 2015	3,157,906	1,628	1,510
Marzo 2015	1,048,277	1,503	1,344
Abril 2015 (al 24 de Abril, 2015)	2,117,852	1,608	1,493

Fuente: *Bolsa Electrónica de Chile*.

(1) Excepto volumen comercializado

#### **D. ACCIONISTAS VENDEDORES**

No aplicable.

#### **E. DISOLUCIÓN**

No aplicable.

#### **F. GASTOS DE EMISIÓN**

No aplicable.

### **Ítem 10. Información Adicional**

#### **A. CAPITAL DE ACCIONES**

No aplicable.

#### **B. MEMORÁNDUM Y ARTÍCULOS DE ASOCIACIÓN**

Establecido por debajo de información material respecto a nuestras acciones de capital y un breve resumen de provisiones significativas de nuestros Estatutos y leyes chilenas. Como ya se explicó, nuestros estatutos efectivamente sirven para los propósitos de ambos artículos o certifican la incorporación y los estatutos de la Compañía incorporada en Estados Unidos. Esta descripción contiene toda la información material respecto a las acciones de nuestro capital social, incluyendo resúmenes de ciertas provisiones de nuestros estatutos y ley chilena aplicable en efecto a la fecha de este reporte anual. No describen todos los aspectos de nuestras acciones de capital social, nuestros estatutos o ley chilena. Usted está aprobado para revisar nuestros *estatutos* (una traducción al inglés de lo que ha sido presentado como exhibición de este reporte anual), la Ley Chilena de Sociedades y la Ley de Mercado de Valores, y cada referido a continuación.

Para mayor información respecto nuestra capitalización de acciones, ver “Ítem 7. Accionistas Mayoritarios y Transacciones con Partes relacionadas—A. Accionistas mayoritarios,” en otra parte de este reporte anual. Habían 2,828,723,963 de acciones de nuestro capital social, sin valor par, emitidas y pendientes a la fecha de este reporte anual.

## Memorándum y artículos de asociación

A continuación establecemos la información respecto al capital social de Cencosud S.A. y un breve resumen de ciertas provisiones significativas de nuestros Estatutos y de la ley chilena. Se le apoya para revisar nuestros Estatutos, que son archivados como Exhibición 1.1 de este reporte anual.

## Organización y registro

Somos una *sociedad anónima abierta* creada de acuerdo a las leyes de Chile y tenemos una duración indefinida. La Compañía fue creada por escritura pública de fecha 10 de Noviembre, 1978. Este extracto se encuentra en la 13808 N° 7412 del *Registro de Comercio de Santiago* para el año 1978. Nuestro propósito corporativo está en nuestros Estatutos, y es ampliamente definido como incluyendo la compra, venta, distribución y marketing de bienes, como complementan nuestros Estatutos.

## Derechos de Accionistas

Los derechos de los accionistas en compañías chilenas son gobernados generalmente por los Estatutos de la Compañía (que sirven el propósito de ambos the artículos, o certifican la incorporación, y lose Estatutos de las Compañías de Estados Unidos). Adicionalmente, la Ley Chilena de Sociedades manda respecto a la operación de sociedades anónimas y entrega ciertos derechos a los accionistas

Los derechos de los accionista pueden ser enmendados a travpes de acuerdos adoptados en juntas de accionistas extraordinarias, que deben corresponder subsecuentemente con enmienda al Estatutos. Pero, hay ciertas provisiones de Ley chilena que no pueden ser renunciadas por los accionistas, como las formalidades legales prescritas por la Ley de Sociedades de Chile y por la organización y validez de la sociedad o por la enmienda de sus Estatutos; provisiones relacionadas con la protección de los accionistas minoritarios, incluyendo el número mínimo de miembros de la Juntas, la existencia de un comité de directores, la lista de asuntos que los accionistas pueden decidir en juntas ordinarias y/o extraordinarias, el quórum requerido para la aprobación de ciertos asuntos; y otras provisiones de política público, como las Reglas por la liquidación de la Compañía, Reglas respecto a la oferta y, generalmente, todas las regulaciones del mercado de valores.

Los mercados de valores chilenos son principalmente regulados por the *Superintendencia de Valores y Seguros* (“SVS”) en la Ley de Mercado de Valores y Ley de Sociedades. Estas dos leyes entregan requerimientos de publicidad, restricciones en ofertas internas y manipulación de precios, y protección de inversionistas minoritarios. La ley chilena de sociedades clarifica las reglas y requerimientos para establecer sociedades anónimas abiertas mientras elimina la supervisión del gobierno de sociedades cerradas. La ley de Mercado de Valores establece requerimientos para ofertas públicas, cambio de acciones e intermediarios, requerimientos de publicidad para compañías que emiten valores que serán ofrecidos públicamente.

De acuerdo artículos 12 y 54 y Título XV de la Ley de Mercado de Valores, información respecto transacciones en acciones de sociedades anónimas abiertas deben ser reportadas a la SVS y los cambios chilenos en los que las acciones son nombradas. Los accionistas de sociedades anónimas abiertas se requiere que reporten a la SVS y cambios chilenos:

- Cualquier adquisición o venta de acciones que resulte en la adquisición o disposición de acciones de un tenedor de 10% o más del capital de la sociedad; y
- Cualquier adquisición o venta de acciones u opciones para compra o venta de acciones, en cualquier monto, si la hace un tenedor de 10% o más del capital de la sociedad o si la hace un director, liquidador, principal oficial, gerente general o gerente de la sociedad.
- Adicionalmente la mayoría de los accionistas deben incluir en este reporte, si su propósito es adquirir el control de la Compañía o si sólo están haciendo una inversión financiera. Un dueño beneficiario de ADSs representando 10.0% o más de nuestras acciones de capital estará sujeto a reportar estos requerimientos de acuerdo a la Ley chilena.

Las personas o entidades que buscan adquirir el control de una sociedad anónima abierta, a través de medios que no sean la *oferta pública de adquisición de acciones*, también se requiere que informen al público de esta adquisición al menos 10 días hábiles previos a la fecha en que se completará la transacción, pero en cualquier caso tan pronto las negociaciones respecto al cambio de control empiecen (por ejemplo, cuando información y documentos respecto al objetivo son enviados a cualquier adquiridor potencial) a través de aviso publicado en dos diarios chilenos, que debe contener, entre otra información, la persona o entidad que compra o vende y el precio y condiciones de estas negociaciones. Previo a esta publicación, una comunicación escrita debe ser enviada a la SVS y a los cambios chilenos.

Adicionalmente, el Artículo 54A de la Ley chilena de Mercado de Valores requiere que dentro de dos días hábiles a la competencia de las transacciones en que una persona adquirió control de una sociedad anónima abierta, un aviso será publicado en los mismos diarios en que se refiera a lo publicado y el aviso será enviado a las mismas personas ya mencionadas en párrafos anteriores.

La ley chilena no contiene ninguna provisión que discrimine a ningún accionista o prospecto de accionista que sea dueño de un número sustancial de acciones, pero a las ofertas a público especiales se les aplica un procedimiento especial si el accionista controlador de la Compañía decide incrementar sus acciones en la Compañía, de acuerdo al que la oferta debe ser hecha a todos los accionistas a pro rata de sus respectivas acciones.

### **Capitalización**

De acuerdo a la ley chilena, una sociedad incrementa su capital al momento en que los accionistas autorizan en tanto el aumento de capital y como la emisión de nuevas acciones, estableciendo las minutas de la correspondiente junta de accionistas en escritura pública y un abstracto es publicado en el Diario Oficial y registrado en el Registro Comercial del domicilio de la Compañía. Adicionalmente, en caso de sociedades abiertas, las nuevas acciones deben estar registradas en el Registro de Valores de la SVS antes de que puedan ser ofrecidas al público. Cuando un accionista suscribe acciones, las acciones son transferidas del nombre de ese accionista, y el accionista es tratado como tal para todo propósito, excepto para la recepción de dividendos en la proporción correspondiente al precio de estas acciones aún no pagado, a menos que se estipule lo contrario en los estatutos. El accionista se vuelve elegible a recibir dividendos una vez que el accionista haya pagado las acciones. Si un accionista no paga por las acciones que suscribió de inmediato o a la fecha de pago acordada, la sociedad tiene derecho para vender las acciones en el mercado de acciones, y tiene una acción contra el accionista por la diferencia entre lo que se cobró en la suscripción y el precio que luego recibió. Pero hasta que estas acciones sean vendidas, el accionista continúa ejerciendo sus derechos sobre estas acciones (excepto del de recepción de dividendos). Un contrato que autoriza que las acciones que no han sido pagadas dentro del periodo final de tres años a la fecha del aumento del capital fue tomado en la junta de accionistas para que se cancelen de acuerdo a la ley chilena, y ya no estén disponibles para la venta. Al mismo tiempo el capital de la sociedad es reducido automáticamente al monto efectivamente pagado dentro de ese periodo.

Los estatutos autorizan una sola serie de capital social, sin valor par.

### **Requerimientos de Directores**

Nuestros Estatutos exigen que la Junta este constituida por nueve directores. Toda la Junta es electa cada tres años. No es exigencia que el director debe ser accionista de nuestra Compañía.

Ni nuestros Estatutos ni la ley chilena contienen ninguna provisión que establezca una edad de retiro de nuestros directores.

De acuerdo a la Ley Chilena de Sociedades, una sociedad anónima abierta sólo puede ejecutar una transacción con una parte relacionada cuando esta transacción sea por el beneficio de la compañía y se realiza en los términos y condiciones de precio que prevalecen en el mercado al momento de su aprobación.

Directores, gerentes, administradores, principales ejecutivos o liquidadores que tienen interés en una transacción con una parte relacionada deben inmediatamente informar a la junta de directores o su representante de este interés y la transacción debe ser primer aprobada de acuerdo a los procedimientos luego descrito. El incumplimiento con estos requerimientos provocará en una responsabilidad conjunta y solidaria por los daños que la transacción cause tanto a la sociedad como sus accionistas.

Si la transacción involucra un monto relevante (más de un 1% de la equidad de la Compañía, si la transacción excede el equivalente de 2,000 UF, o si en cualquier caso excede el equivalente a 20,000 UF) y la junta de directores no puede determinar si es el mencionado tipo de transacción, la junta puede aprobar o rechazar la ejecución de la transacción, con la abstención del director interesado, o nominar a dos evaluadores independientes.

Si la junta de directores aprueba la transacción, la resolución relevante será revelada en la siguiente junta de accionistas. La resolución debe expresamente enumerar los directores que aprobaron la operación.

Alternativamente, en caso que los evaluadores sean nominados, estos harán un borrador de su reporte respecto a los términos y condiciones de la transacción, sus efectos y potencial impacto en la sociedad. El reporte del evaluador estará disponible a los accionistas. Si accionistas que representan al menos 5% de las acciones con voto de la Compañía consideran que la transacción no es en el mejor interés de la Compañía, o si el reporte de los evaluadores difiere considerablemente de lo que ellos pueden requerir a la junta, la junta debe llamar a un junta extraordinaria para aprobar o rechazar la ejecución de esta transacción, en el caso que menos de dos tercer de las acciones con voto de la Compañía. La parte relacionada que busca realizar la operación con la Compañía debe entregar a la Junta toda la información relevante respecto a esta operación.

Sin considerar las sanciones aplicables, la violación de estas Reglas no afectará la validez de la transacción, pero dará derecho a la sociedad o a los accionistas un solicitud que el solicitado debe devolver las ganancias obtenidas de la transacción.

Las siguientes transacciones con partes relacionadas pueden ser realizadas sin cumplimiento de los previos requerimientos, tras la aprobación por la junta de directores:

- Transacciones que no involucren un monto significativo, como ya se describió. Todas las transacciones realizadas en un periodo de 12 meses a través de uno o más actos similares o complementarios y en los que las partes, incluyendo las partes relacionadas, o el propósito sea el mismo que se considera como una sola transacción.
- Transacciones que se dan en el curso ordinario de negocios, como lo determinen las políticas de la sociedad respecto a estos asuntos. En este caso, la resolución que estable estas políticas o sus enmiendas estará disponible para los accionistas en las oficinas de la sociedad y en su sitio web, si aplica.
- Transacciones entre sociedades en que Compañía posee, directa o indirectamente, al menos 95% de su contraparte.

Los préstamos por un director son tratados por la ley chilena como transacciones con parte relacionada y están sujetos a las Reglas ya mencionadas.

En cumplimiento de la Ley de Sociedades, si los Estatutos de la Compañía establecen compensación para directores, esta compensación debe ser acordada por la junta de accionistas. Nuestros Estatutos establecen que los directores serán compensados por un monto determinado por la junta de accionistas anual, sin considerar el derecho de la junta a acordar compensar a un director por su desempeño de otros deberes que aquellos que tiene como director.

### **Derechos preventivos e incrementos de acciones de capital**

La Ley de Sociedades chilena entrega ciertos derechos preventivos a los accionistas de todas nuestras compañías chilenas. LA Ley de Sociedades chilena generalmente requiere que las compañías chilenas deben ofrecer a los accionistas su derecho a compra a un número de acciones o valores convertibles para mantener su propiedad existente en cuanto a porcentaje en la Compañía cuando emita nuevas acciones o valores convertible securities y previo a cualquier venta en el mercado de sus acciones de tesorería de capital social.

En cumplimiento de estos requerimientos, los derechos preventivos en conexión con cualquier emisión futura de acciones serán ofrecidas por nosotros al Depositario como dueño registrado de las acciones sobre las que recaen los ADSs. Pero, el Depositario no podrá hacer disponibles a tenedores de ADSs a menos que la declaración de registro de acuerdo a la Ley de Valores sea efectiva respecto a las acciones sobre las que recae o una excepción a los requisitos de registro.

Buscamos para evaluar, que al momento de oferta de cualquier derecho preventivo tras la fecha, la practicabilidad de acuerdo a la Ley chilena en efecto al momento de que se hagan disponibles estos derechos a nuestro tenedor de ADSs, así como los costos y responsabilidades potenciales asociadas al registro de estos derechos u las acciones de capital social relacionadas de acuerdo a la Ley de Valores, y los beneficios indirectos que permitan ejercitar por todos o ciertos tenedores de ADSs de sus derechos preventivos y cualquier otro factor que considere apropiado, y entonces tomar la decisión de si registrar esta declaración. No podemos asegurar que cualquier declaración de registro será registrada. Si no registramos la declaración y no hay excepción de registro de acuerdo a la Ley de Valores, el Depositario venderá estos derechos preventivos y distribuirá las ganancias si se puede obtener un premio sobre el costo de la venta. En caso que el Depositario no pueda, o determine que no se puede, vender estos derechos a premio por sobre los costos de venta, todos o ciertos tenedores de ADSs pueden recibir ningún valor por estos derechos. No-U.S. tenedores de ADSs podrían ejercer sus derechos preventivos pese a si la declaración de registro fue registrada. La inhabilidad de todos o ciertos tenedores de ADSs a ejercer derechos preventivos respecto de acciones de capital social sobre las que recaen los ADSs podrían resaltar en que estos tenedores no mantengan su porcentaje de propiedad del capital social siguiente a ofertas de derechos preventivos a menos que ese tenedor realice compras adicionales en el mercado de compras de ADSs o acciones de capital social.

De acuerdo a la Ley chilena, derechos preventivos son ejercibles o libremente transferibles por accionistas durante un periodo que no puede ser menos de 30 días desde que se entregaron estos derechos. Durante este periodo, y por un adicional periodo de 30 días, no se le permite a una sociedad chilena ofrecer a acciones no suscritas para la venta a terceros en términos que son más favorables que aquellos a los que fueron ofrecidos a nuestros accionistas. Al final del periodo de 30 días, una sociedad chilena está autorizada para vender acciones no suscritas a terceros en cualquier término, siempre que se vendan en Mercado de valores chileno. Las acciones no suscritas que no se venden Mercado de valores chileno pueden ser vendidas sólo en términos no más favorables por la compra de aquellos accionistas a los que se les ofreció.

## **Dividendo y derechos de liquidación**

De acuerdo a la Ley chilena, debemos distribuir obligatoriamente dividendos en efectivo de 30% de nuestros Ingresos Neto Consolidados a menos que se decida otra cosa unánimemente por los accionistas. Ver “Ítem 8. Información Financiera—A. Estados Consolidados y Otra Información Financiera—Dividendos y Política de Dividendos.”

A nuestra opción, la porción de cualquier dividendo que excede los límites establecidos por la Ley chilena puede ser pagado en efectivo, en nuestras acciones o en acciones de sociedades de las que somos dueños. Accionistas que no tienen expresamente derecho a elegir recibir un dividendo que no sea en efectivo, se presume legalmente que decidieron recibir dividendos de otra forma que no sea efectivo. Nuestros tenedores de ADSs pueden, en ausencia de una declaración de registro efectiva de acuerdo a la Ley de Valores o si se cumple un caso de excepción, puede ser efectivamente requerido a pagar dividendo en efectivo. Ver “—Derechos preventivos e incrementos de acciones de capital”.

Los dividendos que no son recolectados por los accionistas con derecho dentro de cinco años tras la fecha de pago, los fondos irán a Tesorería.

En caso de liquidación de nuestra Compañía, los tenedores de acciones completamente pagadas pueden participar en activos disponibles tras el pago de todos los acreedores en proporción al número de acciones que tienen.

## **Juntas de Accionistas y derechos a voto**

Realizamos nuestras juntas de accionistas anuales durante los primeros cuatro meses de cada Año. Juntas extraordinarias de accionistas meetings pueden ser solicitadas por la junta de directores cuando se estime apropiado o cuando sea solicitado por accionistas que representen al menos 10% de las acciones con derecho a voto o por la SVS. Aviso de la junta de accionistas anual, o extraordinaria será dado por un aviso en un diario publicado en el domicilio corporativo de Cencosud (actualmente Santiago) o en el Diario Oficial. Los avisos deben ser enviados a cada accionista y al SVS 15 días antes de la junta.

El quórum para una junta de accionistas se establece por la presencia, en personas o por abogado representante, de accionistas representando al menos la mayoría absoluta de nuestras acciones con voto. Si el quórum no está, la junta será cambiada y a la junta ya cambiada, los accionistas presentes en la reunión cambiada deben constituir fórum pese al porcentaje de las acciones representadas. Pero, si la junta de accionistas es solicitada para los siguientes propósitos:

- Cambio de nuestra organización, fusión o división,
- Enmienda al término de duración o disolución previa,
- Un cambio en nuestro domicilio corporativo,
- Una disminución de nuestro capital corporativo,
- Aprobación de contribuciones de capital en activos que no sean efectivo,
- Modificación de la autoridad reservada para juntas de accionistas o limitaciones en la junta de directores,
- Reducción en el número de miembros de nuestra Junta de directores,
- La venta, transferencia o disposición de 50% o más activos, incluyendo o excluyendo su responsabilidad, o la formulación o modificación de cualquier plan de negocio que contempla la venta, transferencia o disposición de nuestros activos en tal monto, la venta de 50% o más activos de una afiliada que representa al menos 20% de los activos de la sociedad, así como la venta de sus acciones que podría resultar en nuestro cese como controladores de la subsidiaria,
- La forma de distribuir beneficios corporativos,
- La entrega de responsabilidades de cualquier tercero, que no sea una subsidiaria, en montos sobre 50% de nuestros activos totales,
- La compra de nuestras acciones emitidas de acuerdo a los artículos 27A y 27B de Ley N° 18,046,
- La enmienda de cualquier defecto normal en nuestros Estatutos que puede anular nuestra incorporación, o cualquier enmienda de los Estatutos que se refiera a algún asunto ya mencionado.
- La aprobación de nuestro cese sujeto a regulaciones aplicable a sociedades abiertas en caso que ya no cumplan los requerimientos de acuerdo a la Ley chilena para calificar como tal, o el establecimiento del derecho de nuestro controlados para adquirir las acciones de accionistas minoritarios tras una ofertar, en los términos establecidos en el párrafo 2 del artículo 71 bis de Ley N° 18,046,

- La aprobación o ratificación de contratos o acuerdo con partes relacionadas, de acuerdo a los artículos 44 y 147 de Ley N° 18,046, o
- Otros asuntos que puedan establecer nuestros Estatutos.

Los votos requeridos para estas juntas es de dos tercios de la mayoría del capital social emitido.

Adicionalmente, la enmienda de nuestros Estatutos dirigida a la creación, modificación, extensión o supresión de derechos preferenciales, debe ser aprobada con el voto favorable de dos tercios de las acciones de las series afectadas.

La Ley chilena no requiere que una sociedad abierta entregue el nivel y tipo de información que requieren las leyes de Estados Unidos. De acuerdo a la Ley chilena, un aviso de la junta de accionistas cumpliendo con los asuntos de registro enviada a nuestros accionistas y la SVS no menos de 15 días previos a la fecha de la junta. En caso de Junta de Accionistas Anual, un reporte anual de nuestras actividades, que incluye nuestros estados financieros auditados, debe también ser enviada a los accionistas.

La Ley de Sociedades chilena establece que cuando los accionistas representen 10% o más de las acciones con voto, el reporte anual de una sociedad chilena debe incluir los materiales enviados por la junta de directores a accionistas, los comentarios y propuestas de estos accionistas en relación a los asuntos de la Compañía. De la misma forma, la Ley de Sociedades chilena establece que cuando la junta de directores de la sociedad abierta convenga una junta de accionistas y solicite representantes para la junta, la información que apoye sus decisiones o material similar material, deba incluirlo en sus comentarios pertinentes y propuestas que puedan ser realizadas por accionistas dueños del 10% o más de las acciones con voto de la Compañía que solicitan estos comentarios y propuestas incluidos.

Sólo los accionistas registrados en el Registro de Accionistas en cinco días hábiles chilenos previos a la fecha de la junta pueden asistir y votar. Un accionista puede nominar un abogado y otra persona (que no sea accionista) como su representante para que asista y vote por él. Cada accionista tiene derecho a asistir y votar en la junta un voto por cada acción suscrita.

#### **Derecho de accionistas disidentes a ofertar sus acciones**

La Ley de Sociedades chilena establece que a la adopción en una junta extraordinaria de cualquier resolución que será mencionada, los accionistas disidentes pueden forzar a la Compañía a recomprar sus acciones, sujeto al cumplimiento de ciertos términos y condiciones.

“Disidente” quiere decir accionistas que votan contra la resolución, o si en caso de no asistir a la junta, aquellos que declaran por escrito su oposición a la resolución. Estos accionistas pueden rendir sus derechos por oferta de sus acciones a la Compañía dentro de 30 días desde la resolución (excepto en caso de fondo de pensión a accionistas).

El precio pagado a un accionista disidente por estas acciones es promediado con el precio de venta como reportó en el Mercado durante los últimos dos meses previo al evento que provocó la rendición.

Las resoluciones que pueden resultar en estas rendiciones son las siguientes:

- Transformación en otra entidad legal;
- Fusión con o en otra Compañía;
- La disposición de 50% o más de nuestros activos, sea que la venta incluya o no responsabilidades o la propuesta o enmienda de cualquier plan de negocio que involucre la transferencia de más de 50% de nuestros activos; y la venta de 50% o más de activos de una afiliada que representa al menos 20% de los activos de la sociedad, así como también la venta de sus acciones que podría hacernos perder control de una subsidiaria;
- La entrega de garantía de interés o garantías personales para asegurar obligaciones de terceros que excedan el 50% de nuestros activos, salvo si es para asegurar a nuestras subsidiarias;
- La creación de derechos preferenciales por clase de acciones o la enmienda a los que existen, aquí la rendición solo será para el accionista disidente de la clase o clases de acciones afectadas adversamente;
- La enmienda de nuestros Estatutos a cualquier defecto normal de nuestra incorporación, que los pueda volver nulos, o cualquier enmienda de nuestros Estatutos que entregue al accionista derechos de rendición;
- La aprobación por nuestros accionistas de nuestro cese a estar sujetos a regulaciones aplicable a sociedades abiertas en caso que no cumplan los requerimientos de acuerdo a la ley chilena para calificar como tal sociedad; y
- Cualquier otra causa establecida por Ley chilena y nuestros Estatutos (nuestros Estatutos actualmente no establecen nada en este respecto).

Adicionalmente, los accionistas de sociedad abierta tienen derecho a rendición si cualquier persona adquiere dos tercios o más de las acciones con voto pendientes de la Compañía y no ofrece el remanente dentro de 30 días desde la adquisición a precio no más bajo que el precio que habrían pagado accionistas ejercitando sus derechos de rendición.

Pero, el derecho de rendición descrito anteriormente no se da en caso que la Compañía reduzca su capital por no tener completamente suscrito y pagado un incremento de capital dentro del periodo establecido.

Finalmente, los accionistas de sociedades abiertas con tienen el derecho a rendir dentro de 30 días tras la fecha en que el controlador adquirió más del 95% de las acciones de la Compañía.

### **C. CONTRATOS MATERIALES**

Ver “Ítem 4. Información en la Compañía—B. Apreciación Global del Negocio—Acuerdos Materiales.”

### **D. CONTROLES DE CAMBIO**

#### *Controles de Cambio Extranjero*

#### **Chile**

El Banco Central Chileno es la entidad responsable por políticas monetarias y controles de cambio en Chile. Los emisores chilenos están autorizados para ofrecer valores internacionalmente entregados para cumplir, entre otras cosas, con el Capítulo XIV del Compendio de Regulaciones de Cambio Extranjero del Banco Central Chileno (el “Compendio del Banco Central Chileno”).

En cumplimiento de las provisiones del Capítulo XIV del Compendio del Banco Central, no es necesario ver al Banco Central Chileno previo a la aprobación para adquirir acciones en el Mercado chileno. El Banco Central Chileno sólo requiere (i) la remisión de fondos para la adquisición de las acciones en Chile debe hacerse a través del mercado de valores formal y revelar al Banco Central Chileno como se describe a continuación; y (ii) todas las remisiones de fondos de Chile al inversionista extranjero por la venta de acciones o de dividendos u otras distribuciones en conexión pueden ser realizadas a través de mercado de cambio formal y reveladas al Banco Central Chileno como se describe a continuación.

Las ganancias de la ubicación de las acciones en el extranjero pueden ser traídas a Chile o mantenidas en el extranjero. Si remitimos los fondos obtenidos de la ubicación de las acciones en Chile, esta remisión debe hacerse a través de mercado de cambio formal y debemos entregar al Departamento de Estadísticas información del Banco Central Chileno directamente o a través de una entidad participante en el mercado de cambio formal un anexo que entregue información respecto a la transacción, junto con una carta instruyendo a esta entidad a entregarnos la moneda extranjera o el peso chileno equivalente. Si no remitimos estos fondos obtenidos de la ubicación de las acciones en Chile, tenemos que entregar la misma información al Departamento de Estadísticas del Banco Central Chileno directamente o a través de una entidad del mercado de cambio formal, dentro de los primeros 10 días del mes siguiente a la fecha en que recibimos los fondos. Todos los pagos de dividendos u otras distribuciones en conexión con las acciones hechos en Chile deben ser a través de mercado de cambio formal. Cumpliendo el Capítulo XIV del Compendio del Banco Central, no se requiere previa autorización del Banco Central Chileno para estos pagos en U.S. dólares. El participante del mercado de cambio formal involucrado en la transferencia debe entregar información al Banco Central Chileno en el día bancario siguiente al pago. En caso de pagos hechos fuera de Chile usando moneda extranjera, debemos entregar información relevante al Banco Central Chileno directamente o a través de una entidad del mercado de cambio formal dentro de los primeros 10 días de la fecha en que se efectuó el pago.

De acuerdo al Capítulo XIV del Compendio del Banco Central, pagos y remisiones de fondos de Chile son gobernados por las Reglas en efecto al tiempo de que el pago o remisión se hizo. Por esto, cualquier cambio a la Ley y regulaciones luego de la fecha afectará a inversionistas extranjeros que adquirieron las acciones. No podemos asegurar que las regulaciones del Banco Central Chileno o cambios legislativos al actual régimen de control de cambio extranjero no ocurrirán restringiendo o previniendo la adquisición de U.S. dólares o impondrán otras restricciones aplicables que afecten nuestra habilidad para remitir U.S. dólares por pago de dividendos u otras distribuciones en conexión con las acciones.

Lo anterior es el resumen de las regulaciones del Banco Central Chileno respecto a la emisión de valores, incluyendo las acciones, y el efecto a la fecha del reporte anual. No podemos asegurar que estas restricciones no serán impuestas en el futuro, ni podemos saber la duración o impacto de estas restricciones si se imponen. Este resumen no es está completo ni calificado en todas sus referencias a las provisiones de Capítulo XIV del Compendio del Banco Central, una copia está disponible de nosotros en caso de solicitud a la siguiente dirección Avenida Kennedy 9001, Piso 6, Las Condes, Santiago, Chile.

## Argentina

Previo a a Diciembre 1989, el mercado de cambio extranjero de Argentina estaba sujeto a controles de cambio. A partir de Diciembre 1989 hasta Abril 1991, Argentina tuvo una tasa de cambio de flote libre por todas las transacciones en moneda extranjera, y de transferencia de pagos de dividendos en moneda extranjera en el extranjero y repatriación de capital se permitió sin previa aprobación del Banco Central de Argentina. Desde Abril 1, 1991, cuando la Ley de Convertibilidad se promulgó, hasta Diciembre 21, 2001, cuando el Banco Central de Argentina decidió cerrar el mercado de cambio extranjero, la moneda Argentina se convirtió a U.S. dólares libremente.

El Diciembre 3, 2001, el Gobierno argentino impuso una serie de medidas de control monetario y de cambio a través del Decreto 1570/01, que incluía restricciones a la libre disposición de fondos depositados en bancos y serias restricciones en la transferencia de fondos al extranjero sin la previa aprobación del Banco Central de Argentina sujeto a específicas excepciones para transferencias relacionadas al comercio extranjero. A principios de Enero 2003, el Banco Central de Argentina ha gradualmente relajado estas restricciones y expandido su lista de transferencia de fondos al extranjero que no requieren su previa autorización. Pero, en Junio 2003 el Gobierno argentino instaló restricciones en flujos de capital hacia Argentina, que consistían principalmente consisten en la prohibición contra toda transferencia hacia el extranjero de fondos hasta 180 días tras su entrada al país.

En Junio 2005, el Gobierno argentino emitió un Decreto 616/05, que estableció restricciones adicionales sobre todos los flujos de capital que pudiesen resultar en la disminución de disponibilidad de crédito internacional. En cumplimiento Decreto, todo el endeudamiento del sector privado o personas físicas o sociedades en Argentina se requirió fuese acordado y repagado en no más de 365 días desde la entrega de fondos a Argentina, pese a la forma de repago. El Decreto define varios tipos transacciones exenta de sus requerimientos, incluyendo financiamientos de comercio extranjero, balances de comercio extranjero en esas entidades autorizadas para realizar cambio extranjero y ofertas primarias de valores de deuda emitidos en cumplimiento de ofertas públicas y nombres en la lista de mercado regulado por sí mismo.

Adicionalmente, el Decreto, suplementado por subsecuentes regulaciones, estipula que todos los flujos de capital de entrada de residentes que excedan U.S.\$2 millones por mes, así como flujos de capital de entrada de no-residentes acordados en el mercado local de cambio destinados por retención de moneda local, adquisición de activo o financiamiento del pasivos del sector privado e inversiones en valores emitidos por el sector público adquiridas de mercados secundarios (excluyendo inversión extranjera directa, que incluye contribuciones de capital compañías locales de inversiones directas (principalmente a la compañía en que el inversionista extranjero directo tiene al menos 10% de las acciones ordinarias o derechos a voto o sus equivalentes), y ofertas primarias de valores de deuda emitidos en cumplimiento de ofertas públicas y nombradas en mercado regulado por sí mismo), deben cumplir ciertos requerimientos, incluyendo los siguientes:

- los fondos deben ser transferidos sólo fuera del mercado local de cambio luego de 365 días desde la entrada de los fondos a Argentina;
- cualquier peso Pesos argentino resultante del cambio de estos fondos debe ser tomado en cuenta dentro del sistema bancario de Argentina y
- salvo ciertos tipos de flujos de capital de entrada, a no-transferible, sin interés un depósito en U.S. Dólar denominación mandatorio debe mantenerse por 365 días calendario, en un monto igual al 30% de estos flujos de entrada de fondos al Mercado local mercado de cambio extranjero (este depósito puede o no ser usado como colateral o garantía en cualquier transacción).

Adicionalmente el Noviembre 16, 2005, el Ministerio de Economía y Producción emitió un Resolución 637/05, en cumplimiento del Decreto 616/05 estableciendo que cualquier flujo de entrada de fondos al mercado de cambio en conexión con un oferta inicial al público de valores, bonos o certificados emitidos por alguien con poder, sea o no públicamente ofrecido y nombrado en el mercado regulatorio de sí mismo, debe cumplir todos los requerimientos de la Sección 4 de Decreto 616/05 cuando esos requerimientos son aplicables al flujo de entrada de fondos al mercado local de cambio en conexión con la adquisición de cualquier activo.

La transferencia al extranjero de dividendo pagos es actualmente autorizada por aplicables regulaciones y estos pagos de dividendos se hacen en conexión con estados financieros auditados aprobados en la junta de accionistas. Cualquier incumplimiento de provisiones de Decreto N° 616/05 u otra regulación respecto cambio extranjero es sujeto a penas criminales.

Adicionalmente, en cumplimiento de las Resoluciones AFIP N° 3210/2011 y N° 3212/2011 y Comunicación "A" 5245, promulgó a fines de 2011, previa autorización de la venta de moneda extranjera para la cartera de inversiones en el extranjero o similares inversiones, el banco local debe obtener previa autorización de una base de información online que lleva la autoridad tributaria federal (AFIP). Esta base de información debe confirmar si un individuo o entidad tiene suficientes activos declarados o fondos para realizar esa compra de moneda extranjera. En caso que lo declarado no sea suficiente, el banco puede no vender moneda extranjera a ese individuo o entidad. Pero, las regulaciones no explican como se realiza este cálculo. Este requerimiento puede afectar la habilidad de nuestras subsidiarias argentinas para administrar inversiones en moneda extranjera inversiones o a transferir fondos al extranjero.

### **Repatriación de inversiones por residentes no argentinos**

Repatriación de fondos por residentes no-Argentinos está sujeta a la previa aprobación de Banco Central; pero existen varias excepciones, como, entre otras:

- Repatriación de inversiones directas producto de la venta de inversiones, el proceso de arreglo o liquidación de una Compañía, reducción de capital o el repago de contribuciones de capital. En estos casos el inversionista extranjero debe demostrar que tiene inversiones en Argetina por al menos 365 días. Además las inversiones posteriores al 28 de Octubre, 2011 (contribuciones de capital o adquisición de interés en compañías argentinas) puede ser repatriado solo si se demuestra que los fondos invertidos en la compañía argentina se trajeron a Argentina al menos 365 días previo a la repatriación; un certificado de una institución financiera o firma de cambio extranjero debe ser entregado para establecer el monto de los fondos y la fecha en que fueron transferidos a Argentina para hacer la inversión. Pero en caso el inversionista tenga domicilio en el país en que, en cumplimiento con la ley argentina, es considerado como exento de tributación, la repatriación debe ser aprobada por el Banco Central.
- Repatriación de cartera inversiones (y el ingreso relacionado), siempre que el monto agregado de esta repatriación no excede U.S.\$500,000 por mes. La repatriación en este caso se permite si el inversionista puede demostrar que los fondos usados para esta inversión se trajeron a Argentina al menos 365 días previo a la repatriación; un certificado de un institución financiera o firma de cambio extranjera debe entregarse estableciendo el monto de los fondos y la fecha en que fueron transferidos a Argentina para la inversión. Pero, si el inversionista tiene domicilio en un país en que en cumplimiento de la ley argentina, se considera exento de tributación, la repatriación debe ser aprobada por el Banco Central.

Estas excepciones de repatriación están disponible si la institución financiera que hizo la transferencia de fondos puede determinar (entre otras cosas) que “*desde la fecha de recolección de los fondos (...) a la fecha de transacción de cambio extranjera, los fondos que recibió no estaban asignados a otras inversiones en Argentina.*”

Cualquier transacción no cubierta por el párrafo anterior (u otra excepción) son sujetas a previa aprobación del Banco Central.

### **Inversiones extranjeras por residentes extranjeros**

Como asunto general, individuales y entidades legales (excluyendo fondos privados y no registrados en compañía civil y comercial compañías, asociaciones y fundaciones) son autorizados a comprar o transferir moneda extranjera en un monto de hasta U.S.\$2 millones por mes (siempre que no tengan pagaderos y no pagadas deudas de cualquier naturaleza debidas a extranjeros). Pero, en práctica, ciertas regulaciones han restringido la habilidad de compra p transferencia de moneda extranjera por fines de ahorro o inversión (práctica llamada “acumulación” o “*atesoramiento*”):

- (a) En cumplimiento a la Comunicación “A” 5236 (enmendada) el Banco Central, en caso de que agregue monto de moneda extranjera a compras (incluyendo transferencias) durante a el año calendario excede U.S.\$250,000:
  - (i) en caso de individuales, el monto total de compras de moneda extranjera no puede exceder la suma de : (i) inversiones en activos financieros de Argentina y el monto de moneda argentina declarado en la declaración de renta más reciente presentado ante autoridades tributarias argentinas, (ii) los fondos que resulten de la venta en Argentina de activos registrados y moneda extranjera declarad a en la declaración de renta más reciente presentado ante autoridades tributarias argentinas, (iii) las ganancias por el año actual sujetas a retención de impuesto a la renta, (iv) otras fuentes de ingreso recolectadas durante el año que no están sujetas a impuesto a la renta y (v) montos recibidos por herencia; y
  - (ii) en caso de entidades legales, el monto total de compras de moneda extranjera no puede exceder la suma de: (i) el valor neto de la entidad (según los estados financieros precedentes al año fiscal), más (ii) las ganancias de la entidad generadas luego de fines del año fiscal predecesor, más (iii) las ganancias de la entidad generadas de la venta de moneda extranjera en el mercado de cambio extranjero, *menos* (iv) las inversiones de la entidad en activos externos (incluyendo moneda extranjera) a la fecha de la compra, *menos* (v) depósitos en Argentina de moneda extranjera, *menos* (vi) inversiones en compañías argentinas, *menos* (vii) distribuciones por la entidad de dividendos aprobados al fin del año fiscal precedente.
- (b) En cumplimiento de las Resoluciones AFIP N° 3210/2011 y N° 3212/2011 y Comunicación “A” 5245, previo a autorización de g la venta de moneda extranjera dada al cliente, el banco que realiza la venta debe consultar a la online información base o la autoridad fiscal tributaria si el cliente dese hacer esta compra, cumple los mencionados requerimientos. En caso que no sea asó, el Banco puedo no realizar la venta de moneda extranjera. Pero, las regulaciones no dicen como se llega a este cálculo.

Adicionalmente compras de moneda extranjera para la acumulación deben cumplir lo siguiente:

- (a) el residente argentino no debe tener deudas impagas a acreedores extranjeros (sean financieros o comerciales). Este requerimiento no aplica si la compra de moneda extranjera no excede U.S.\$10,000 por mes.
- (b) si el fin de la compra y transferencia de fondos son valores argentinas, incluyendo ADRs, la compra solo puede hacerse a 20 días desde la transferencia.

- (c) En caso de cartera inversiones extranjera, los fondos deber ser transferidos al la cuenta del banco argentino del residente a cuenta diferente de la que abrió con:
- (i) un banco extranjero establecido en el país miembro de OECD cuyo endeudamiento extranjero tiene un calificación de al menos “BBB” o que consolida sus estados financieros en Argentina con un banco argentino; o
  - (ii) bancos extranjeros del país donde tiene residencia autorizados para permanecer en Argentina como “residentes temporales” según la Sección 23 de LA ley de inmigración argentina N° 25,871; o
  - (iii) una entidad financiera que regularmente realiza actividades bancarias de inversión, establecida en un país miembro de OECD cuyo endeudamiento tiene calificación de al menos “BBB”.

### ***Repatriación de fondos por residentes argentinos***

Repatriación de fondos por reidentes argentinos hasta U.S.\$2 millones por mes está exenta del requerimiento de depósito (*encaje*). Si los fondos repatriados por un residente argentine exceden este monto, si se aplica el requerimiento anterior po el 30% de esceso.

### ***Criminalidad del éegimen de cambio extranjero***

En cumplimiento de las provisiones de Banco Central, Comunicación “A” 3471, las transacciones de cambio extranjero solo puede ser realizadas por instituciones financiera autorizadas por el Banco Central (instituciones financieras y centros de cambio extranjeros). LA Comunicación del Banco Central “A” 3471 establece que cualquier transacción que no cumpla los aplicables requerimientos estará sujeta a las penalidades del Criminalidad del Régimen de Cambio Extranjero de la Ley N° 19,359.

Para mayors detalles de las restricciones de cambio extranjero, los inversionistas deben consultar a sus consultores. Adicionalmente, la revision de la Orden Ejecutiva N° 616/2005, MEP Resolución N° 365/2005, Ley N° 19,359 y sus enmiendas.

## **Brasil**

### ***Reglas Generales***

La ley básica que regula la Inversión extranjera se promulgó en 1962 (Ley N° 4131) y fue enmendada en 1964 (Ley N° 4390). La Inversión extranjera no está sujeta a la aprobación del gobierno o autorizaciones, y no hay requerimientos respecto un mínimo de participación en la inversión local en capital (excepto en casos muy limitados como instituciones financieras, compañías de seguro y otros entidades sujetas a la autoridad regulatoria del Banco Central de Brasil). La participación extranjero es limitada o prohibida en caso de ciertas áreas de actividades, incluyendo las siguientes.

El Banco Central de Brasil es la agencia responsable por: (i) administrar día a día control sobre flujos de capital extranjero en y fuera de Brasil (capital de riesgo y préstamos de cualquier forma; (ii) establecer reglas y regulaciones administrativas para registro de inversiones; (iii) monitorear las remisiones de moneda extranjera; y (iv) nos permite la repatriación de fondos. No tiene jurisdicción sobre la calidad de la inversion y no puede restrngir remisiones de fondos que provengan de capital de riesgo o préstamos, basados en el registro con el Banco Central, a través de su Sistema de Registro Electrónico.

En caso de serios deficit de balance de pago, el Banco Central puede limitar remisiones y prohibir repatriación de capital por limitados periodos de tiempo. Esta limitación nunca ha sido aplicada durante los más difícil programas de balances de pago de Brasi

Inversiones en moneda extranjera deben ser calaizadas oficialmente a través de instituciones financieras debidamente autorizadas para comercializas en inversión extranjera (por ejemplo bancos comerciales). La moneda extranjera debe ser convertida en moneda brasilera y vice-versa a través de la ejecución de contratos de cambio con bancos comerciales. Inversiones extranjeras poder también ser hechas a través de contribución de activos y equipos con el fin de producción local de bienes o servicios.

### ***Mercado de cambio extranjero***

Brasil previamente operaba con dos tasas de cambio mercados oficiales, la comercial y la flotante en los mercados, ambos regulados y monitoreados por el Banco Central. La participación en un particular mercado fue determinada por la naturaleza de la remisión de fondos.

En Marzo, 2005 el Banco Central unificó ambos mercados y promulgó reglas de cambio más flexibles. Por esto los fondos de y hacia Brasil ahora son un solo flujo del mercado de cambio pese a la naturaleza de estos pagos.

### ***Registro de Inversión extranjera***

Inversiones extranjeras en moneda o activos y equipo deben ser registrados con el Banco Central de Brasil. El registro de inversiones extranjeras entrega derecho a remisión de dividendos e interés y a repatriarla inversión. A Agosto 2000, inversiones extranjeras en capital deben ser registradas en el sistema Electrónico de Registro del sistema de información online del Banco Central de Brasil (“SISBACEN Sistema de Información”). Desde Febrero 2001, préstamos extranjeros son también sujetos al registro en SISBACEN Sistema de Información.

El monto registrado con el Banco Central de Brasil como Inversión extranjera incluye la suma de (i) la original inversión (sea en efectivo u otro); (ii) adicionales inversiones subsecuente (incluyendo la capitalización de créditos); y (iii) eventuales reinversiones de ganancias. Este monto agregado de bases por repatriación de capital y computo de cualquier impuesto eventual ganancia de capital, como se explicará.

### ***Remisión de ganancias***

Desde Enero 1996, las ganancias pagadas por Compañías brasileras no están sujetos a retención de impuesto. La moneda extranjera a ser remitida debe ser comprada en el mercado de cambio directamente de cualquier banco comercial, ala presentación del acta corporativa declarando los dividendos, los estados financieros pertinentes, prueba del pago de impuestos y el registro en el sistema de información SISBACEN. No es necesaria mayor aprobación o consentimiento del Banco Central y no hay limitación respecto a los montos a ser remitidos si la inversión original fue registrada en el Banco Central como ya se mencionó.

### ***Repatriación de capital***

Capital extranjero invertido en Brasil Mayo es repatriado y no hay un periodo mínimo de inversión. Repatriación de inversión dentro del monto establecido en el sistema de información SISBACEN puede realizar libre de todo impuesto o autorización. En principio cualquier exceso sobre el monto registrado será tratado como ganancia de capital, sujeto a 15% de retención de impuesto (esta tasa aumentó a 25% en caso de inversionistas que residen en paraísos fiscales) y previo (y a discreción) aprobación del Banco Central.

De acuerdo a prácticas comunes del Banco Central de Brasil, cuando la repatriación de capital parcial o total se busca respecto a la venta de una inversión, el valor contable de la inversión extranjera (de acuerdo a los estados financieros de la Compañía que recibió la inversión) se hará en comparación contra el monto registrado en moneda extranjera. Si el valor contable es más bajo que el de registro de la inversión extranjera, la remisión al extranjero de cualquier monto que excede el valor contable puede ser entendida como el Banco Central como a ganancia de capital, y, como tal sujeto a impuesto de 15%.

### ***Otras formas de invertir en subsidiarias brasileras***

Los desafíos de la deuda extranjera brasileras, combinados con otras circunstancias, forzaron al mercado a encontrar varias formas de financiar a compañías brasileras a través de la emisión de notas y bonos, así como ubicación de papeles comerciales fuera de Brasil bajo ubicaciones privadas y públicas. En años recientes, el Banco Central ha autorizado gran volumen de emisiones de bonos, tasa fija notas, tasa de notas flotantes, papeles comerciales y certificados de depósito a tasa fija o flotante, para ser comercializados en el extranjero. Pero los préstamos extranjeros con madurez de menos de 90 días son actualmente sujetos a impuesto de transacciones financieras. El interés pagado a extranjeros es sujeto a impuesto de retención 15% (este aumento de tasa a 25% en caso de acreedores que residen en paraísos fiscales). Otra fuente de fondos ha sido la emisión de ADRs—Recibo de Depositario Americano e IDRs—Recibos de Depositario Internacional

### **Perú**

A inicios de 1990s, el ex Presidente Alberto Fujimori liberalice el precio y controles en el sector privado y eliminó todas las restricciones en flujos de capital. Desde Marzo 1991, no han habido controles de cambio en Perú y todas las transacciones de cambio de moneda extranjera se basan en las tasas de mercado. Previo a Marzo 1991, el mercado peruano de cambio extranjero que consistieron en una serie de tasa de cambios. Durante las últimas dos décadas, la moneda peruana ha experimentado un significativo número de devaluaciones y Perú por ende ha adoptado y operado bajo varios controles de tasa de cambio y determinación de tasa de cambio, entre los estrictos controles sobre la tasa de cambios hay una determinación-mercado de tasas. Actuales regulaciones en la Inversión extranjera nos permiten obtener de tenedores extranjeros de equidad acciones e instrumentos de ingreso fijo a recibir y repatriar 100% de las ganancias de inversión. Estos inversionistas nos permiten la compra de moneda extranjera en un Mercado de tasa libre a través de cualquier miembro del Sistema bancario peruano.

## **Colombia**

### ***Inversión extranjera y Controles de cambio en Colombia***

Pese a que el mercado de cambio flujos es libre, hay regulaciones de cambio que establecen que esas operaciones de cambio deben ser canalizadas a través de mercado de cambio, los procedimientos y las penas por infracción.

Las reglas aplicables en asuntos de cambio son emitidas conjuntamente por el Congreso, el gobierno y por Banco Central. Las regulaciones principales en Inversión extranjera y cambio internacional (“Regulaciones de cambio”) son establecidas en la Ley 9 de 1991, Decreto 2080 de 2000, Resolución Externa N° 8 de 2000 y Regulación DCIN-83. La Ley requiere que toda la Inversión extranjera sea registrada ante el Banco Central.

El Banco Central es responsable por Regulaciones de cambio y administración, registro y autorización de cambios en la inversión extranjera. Por su parte la Superintendencia de Compañías es responsable por observar el cumplimiento con las provisiones en Inversión extranjera establecida en las Regulaciones de cambio. Estas inversiones extranjeras se dividen en (1) inversión extranjera directa, y (2) cartera de inversión extranjera.

La Inversión extranjera registrada con el Banco Central entrega a los inversionistas los siguientes derechos, conocidos como “derechos de cambio”:

- a. La posibilidad de repatriar las ganancias de inversiones registradas.
- b. La posibilidad de reinvertir estas ganancias en Colombia.
- c. La posibilidad de repatriar esas sumas que resulten de la transferencia de inversiones dentro país, la liquidación de la Compañía o la cartera y/o la reducción de equidad de la Compañía receptora.

### ***Endeudamiento Extranjero***

La moneda extranjera recibida o pagada por operación de crédito debe ser canalizada a través del mercado de cambio. Adicionalmente, previo o simultáneamente con el desembolso, se quiere reportar la deuda extranjera al Banco Central a través de intermediarios del mercado de cambio.

Al Octubre 28, 2011, residentes colombianos podían obtener crédito en moneda extranjera de instituciones financieras extranjeras, intermediarios de mercado extranjeros o a través de ubicación de valores en mercados internacionales de capital. Desde esa date, Banco de la República nos permite endeudarnos con cualquier tercero extranjero, incluyendo partes relacionadas. Estas modalidades son consideradas responsabilidades de crédito, ya que la deuda es un Residente colombiano.

Por otra parte, los residentes colombianos pueden otorgar préstamos en moneda extranjera a no residentes y esta modalidad es llamara créditos activos como residente colombiano.

## **E. TRIBUTACIÓN**

### **General**

La siguiente discusión resume la ley tributaria chilena material y las consecuencias del U.S. impuesto a la renta federal a dueños beneficiarios que provengan de la compra, propiedad y disposición de capital social y ADSs. El resumen no busca ser una descripción comprensiva de todas las potenciales consideraciones de la tributación en Chile y del U.S. impuesto a la renta federal relevantes al decidir respecto a la compra, propiedad o disposición de capital social y ADSs y es no busca dar consejos tributarios a ningún inversionista. Este resumen no describe nada en relación a leyes estatales, de un localidad u otra jurisdicción tributaria que no sea Chile y Estados Unidos.

Prospectos de compradores de capital social y ADSs deben consultar a sus propios consejeros tributarios respecto a las consecuencias de la compra, propiedad disposición del capital social y ADSs en sus circunstancias particulares.

### **Consideraciones de la ley tributaria de Chile**

La siguiente Sección es la opinión de Morales y Besa Abogados Limitada respecto a las leyes chilenas materiales del impuesto a la renta actualmente aplicables, incluyendo la Sentencia N° 324 de Enero 29, 1990 de el Servicio de Impuestos Chileno y otras regulaciones y sentencias aplicables. La discusión resume las consecuencias materiales de la ley de la renta chilena respecto a las inversiones en ADSs o acciones de capital social que recibió a cambio de ADSs de un individuo no domiciliado o residente de Chile o entidad legal no formado de acuerdo a las leyes de Chile y que no tiene un establecimiento permanente en Chile, a las que nos

referiremos como tenedor extranjero. De acuerdo a la Ley Chilena, un tenedor individual es un residente de Chile si él o ella ha permanecido en Chile por más de seis meses en un año calendario o por un total de más de seis meses en dos años tributarios consecutivos. Un tenedor individual es domiciliado en Chile si él o ella reside en Chile con el propósito de quedarse en Chile (lo que debe ser probado por las circunstancias como la aceptación de un empleo dentro de Chile o la reubicación de su familia en Chile). Esta discusión no es entendida como un consejo tributario en relación a ningún inversionista en particular, cada caso debe estudiarse individualmente.

De acuerdo a la ley chilena, las provisiones contenidas en estatutos como las tasas de impuestos aplicables a tenedores extranjeros, la computación de la base imponible y la forma en que se imponen los impuestos chilenos y luego recolectados puede ser enmendada sólo por otros estatutos. Adicionalmente, las autoridades tributarias chilenas emiten ordenanza y regulaciones de aplicación general o específica que interpreten las provisiones de la ley tributaria chilena. En cumplimiento del Artículo 26 del Código Tributario los impuestos pueden no ser evaluados retroactivamente contra los pagadores de tributos quienes de buena fe se apoyan en estas ordenanzas, regulaciones e interpretaciones, pero las autoridades tributarias chilenas pueden cambiar estas ordenanzas, regulaciones e interpretaciones. El 04 de Febrero, 2010, a comprehensive income tax treaty entre the Estados Unidos y Chile (the "Proposed U.S.-Chile Treaty") fue signed, pero such treaty has not yet been ratified por cada País y therefore es not yet effective. It es unclear at this time cuando such treaty will be ratified por ambos países Based on the steps that have already been fulfilled en ambos países, such treaty could be ratified wientonces 2014. You should consult your tax adviser respectoo the ongoing status de thes treaty, y if ratified the impacto such treaty would have on the consequences described en thes reporte anual.

### **Dividendos en efectivo y otras distribuciones**

Dividendos en efectivo pagados por nosotros respecto al ADSs o acciones de capital social mantenidas por el Tenedor Extranjero estarán sujetos a 35.0% reteniendo el impuesto de Chile, que es retenido y pagado por nosotros a Tesorería. Nos referimos a esto como el impuesto de retención chileno. El crédito contra el impuesto de retención está disponible en base al nivel de impuesto a la renta corporativo o categoría primera de impuesto, efectivamente pagado por nosotros al ingreso imponible al que el dividendo se imputa, pero este crédito no reduce el impuesto de retención en base uno a uno porque también incrementa la base en which the Impuesto de retención se impone. Adicionalmente, la distribución de ingresos contables en exceso del impuesto de retención de retained taxable income es sujeto al Impuesto de retención, pero esta distribución no es elegible por del crédito. De acuerdo a la ley de impuesto a la renta, para determinar el nivel del impuesto de primera categoría que nos ha sido pagado, generalmente se asume que los dividendos fueron pagados de las ganancias tributarias retenidas más antiguas, del año 2004 hasta el 2010, la tasa del impuesto de primera categoría fue 17.0%., resultó en un dividendo efectivo reteniendo la tasa de interés de aproximadamente 21.69% del Año 2011, como forma de obtener fondos adicionales para la reconstrucción del país debido al terremoto de Febrero 2010, la tasa del impuesto de primera categoría aumentó a 20.0%, por el año fiscal 2011 y por 18.5% durante 2012, volviendo el Año 2013 a la tasa permanente de impuesto de primera categoría de 17.0% (Circular N° 95, de 2001 y 63, de 2010). Pero, el Septiembre 24, 2012 el Congreso aprobó la Ley N° 20,630, que aumentó de la tasa impuesto de primera categoría a 20% al año 2013 para recolectar fondos para financiar la Reforma Laboral. El nuevo gobierno ha anunció una reforma tributaria que podría resultar en el incremento de la tasa del impuesto de primera categoría (aunque el proyecto no ha sido presentado aún, creemos que podría ser de, a 25%). La tasas aplicable hoy a dividendos en efectivo pagados por nosotros. Las distribuciones de dividendos hechas en propiedad (no acciones de capital social) se sujetarán a las mismas reglas que los dividendos en efectivo.

### **Ganancias de Capital**

Las ganancias de la venta, cambio y otra disposición por un a tenedor extranjero de ADSs (o ADRs que evidencien ADSs) no estarán sujetas a impuestos chilenos, siempre que la disposición ocurra fuera de Chile. El depósito y retiro de acciones de capital social a cambio de ADRs no estarán sujetas a impuestos chilenos.

Las ganancias provenientes de venta o cambio de acciones de capital social que recibió a cambio de ADSs (como distingue la venta o cambio de ADSs representes de estas acciones de capital social) por un tenedor extranjero estarán sujetas tanto al impuesto de primera categoría y el Impuesto de retención (el primero siendo un crédito contra el último) si (1) el tenedor extranjero ha tenido estas acciones de capital social por menos de un Año desde cambiar los ADSs por las acciones de capital social, (2) el tenedor extranjero adquirió y dispuso de las acciones de capital social en el curso ordinario de su negocio o como intermediario de acciones o (3) la venta es hecha a una compañía en que el tenedor extranjero tiene un interés como socio o accionista (en caso de sociedades abiertas este interés debe ser de 10.0% o más de las acciones). Un 15% de retención se realizará en la cuenta de impuestos finales del vendedor. En todos los otros casos, ganancias de la disposición de acciones de capital social estarán sujetos sólo al impuesto de primera categoría como un solo impuesto. Pero en los demás casos, si es imposible determinar la ganancia de capital imponible, un retención de 5.0% será impuesta sobre el monto a remitirse al extranjero sin ninguna deducción de pago provisional del total de impuesto debido.

Las bases tributarias de acciones de capital social recibió en cambio por ADSs será el valor de la adquisición de estas acciones, ajustado de acuerdo a la inflación doméstica entre el mes precedente a la adquisición y el mes precedente a la venta. El proceso de valoración establecido en el Contrato de Depósito, que valora las acciones de capital social que están siendo cambiadas al precio más

alto al que son comercializadas en la Bolsa de Valores de Santiago en la fecha del cambio, generalmente determinará el valor de la adquisición. Por esto la conversión de ADSs en acciones de capital social y la venta de estas acciones de capital social por el valor establecida de acuerdo al Contrato de Depósito no generarán ganancias de capital sujetas a tributación en Chile, mientras el precio de venta sea igual al precio de adquisición fijo al momento de la conversión. En caso que el precio de venta sea mayor al de adquisición, esta ganancia de capital será sujeta al impuesto de primera categoría y la retención de impuestos mencionada.

La distribución y ejercicio de derechos preventivos relativo a las acciones de capital social no estarán sujetos a tributación chilena. Los montos recibidos a cambio de las acciones o asignaciones de derechos preventivos relacionados a las acciones estarán sujetas a tanto impuesto de primera categoría e Impuesto de retención (el primero siendo un crédito contra el último de acuerdo a lo ya escrito).

Si el tratado propuesto U.S.-Chile se vuelve efectivo, podría restringir el monto de impuestos chilenos, si los hay, impuesto en ganancias provenientes de la venta o cambio de acciones de capital social por residentes de U.S. elegibles por los beneficios del tratado. So el tratado se hace efectivo, inversionistas de U.S. deberían consultar a sus consejeros respecto a la aplicabilidad.

SII chileno no ha promulgado ninguna ley en relación a la aplicabilidad de lo siguiente a tenedores extranjero de ADRs.

En cumplimiento de la enmienda al impuesto a la renta de la ley chilena publicada el 07 de Noviembre, 2001 (Ley N° 19,768, enmendada por Ley 20,448, de fecha 13 de Agosto, 2010), la venta y disposición de acciones de sociedades abiertas hechas en mercados de cambio exentas de impuestos en ganancias de capital si la venta o disposición fue hecha en mercado público si las acciones fueron compradas en mercados de valores públicos. Pero, Ley N°20,448 limita este beneficio a acciones que adquirió y vendió en mercado local, con los que no es probable que aplique la venta de acciones resultantes de cambio de ADSs. Los inversionistas que requieren la entrega de ADSs en forma de acciones de capital social deben consultar a sus consultores tributaria si estas acciones serán elegibles para la exención

Ganancias de capital exentas—artículos 106 de la ley de impuesto a la renta chilena

De acuerdo a Artículos 106 de la ley tributaria de la renta, la venta y disposición de acciones de Chilena público sociedades que son significativamente comerciables en mercado de valores chileno para inversionistas de instituciones extranjeros, como fondos mutuos, fondos de pensiones y otros, como exenta de cualquier impuesto chileno en ganancias de capital si la venta o disposición fue hecha a través del mercado de capital chileno u oferta.

Un inversionista de una institución extranjera es una entidad que:

- fondo que ofrece públicamente sus acciones en el País en que su deuda ha sido tasada por grado de inversión por una agencia calificadora de riesgo internacional calificada por el regulador local de cambio (“SVS”);
- fondo registrado con la entidad regulatoria del País en que su deuda publicada fue calificada por una agencia calificadora de riesgos calificada por la SVS, siempre que las inversiones en Chile, incluyendo emisión de valores en el extranjero que representan valores chilenos que tenga el fondo represente menos de 30% de su valor de acciones;
- fondo cuyas inversiones en Chile, incluyendo valores emitidos en el extranjero representando valores chilenos, representen menos de 30% de sus cartera, pero no más del 10% de equidad o derechos a ganancias del fondo sea de propiedad directa o indirectamente de residentes chilenos;
- fondo de pensión que es exclusivamente formado por individuales que reciben sus pensiones por cuanta de capital acumulado en el fondo o que buscan financiar los fondos de individuales y es regulado y supervisado por la autoridad competente de país extranjero;
- fondo regulado por Ley chilena N° 18,657 (Ley de Inversión de Fondos de Capital Extranjero), en cuyo caso todos los tenedores de sus acciones deben residir en el extranjero o estar calificados como inversionistas institucionales locales; o
- otro tipo de inversionistas institucionales extranjeros que cumplen las características definidas por la regulación previo al reporte de la SVS y de SII.

Para a tener derecho a estar exento, inversionistas institucionales extranjeros, durante el tiempo en que operen en Chile deben:

- estar organizados en el extranjero y no domiciliados en Chile;
- probar su calificaciones como inverisonistas institucionales extranjeros como ya se mencionó;
- no participar, directamente o indirectamente, en el control de emisores de valores en que invierten y no mantener, directa o indirectamente, 10% o más de lcapital o ganancias de estas compañías.

- ejecutar un contrato por escrito con un banco chileno o intermediario de valores en que el intermediario sea responsable por la ejecución de las órdenes de compra y venta y por la verificación, al momento de remitir estas ganancias de capital serán exentas del impuesto a la renta de Chile, y si son sujetas a impuesto a la renta, se aplicarán las retenciones correspondientes;
- registro es resgistro especial de SII.

#### Ganancias de capital exentas—artículos 107 de la ley de impuesto a la renta chilena

De acuerdo a artículos 107 de la ley de impuesto a la renta chilena, las ganancias derivadas de la venta o transferencia de acciones de sociedades abiertas organizadas en Chile activamente comercializadas en el cambio de acciones, como lo define nuestra regualción relevante, establecen los siguientes requerimientos:

- El vendedor debe haber adquirido las acciones: (a) en un mercado de valores autorizado por la SVS; (b) cumplimiento de la oferta realizada de acuerdo al Título XXV de la Ley chilena de Mercado de Valores; (c) al momento de incorporación de la sociedad o en cumplimiento de un a a aumento de capital; (d) cumplimiento al cambio de valores públicamente comercializados convertibles en acciones (en este caso los costos de la adquisición de las acciones corresponde al precio de cambio), o (e) en la rendición de valores de ciertos fondos mutuos;
- Las acciones deben ser vendidas: (a) en un mercado de valores autorizado por la SVS; (b) en cumplimiento de regulaciones respecto a la oferta, o (c) en la contribución de valores en ciertos fondos mutuos.

La excepción de acuerdo al análisis también aplica en caso de venta o transferencia de acciones ejecutadas dentro de 90 días tras fecha en que dejaron de ser consideradas como comercializables. En este caso, la ganancia exenta se establecerá al precio promedio de acciones dentro de 90 días en que fueron comercializadas. Cualquier ganancia sobre el promedio del precio estará sujeto al impuesto general aplicable a la transferencia de acciones.

Para estos propósitos las acciones son consideradas como trtables en el mercado de valores de Chile (presencia bursátil) cuando ellos (1) son registradas en el registro de valores por SVS, (2) son registradas en el mercado de valores; y (3) cumplor los siguientes requerimientos: (i) tener presencia igual o ajustada a 25%; o (ii) tener un “Realizador de Mercado”, como lo define la Norma de Carácter General N° 327, emitida por la SVS en Enero 17, 2012. Acciones son consideradas como “Realizador de Mercado” si el emisor celebró un acuerdo con el intermediario y este cumple los requerimientos de la Norma de Carácter General N° 237. Actualmente, nuestras acciones son considered como comercilizadas en el Mercado de valores de Chile.

#### Otros impuestos chilenos

No aplica ningún impuesto a la herencia, donación o sucesión a la disposición de ADSs por tenedor extranjero, pero si puede aplicar en caso de muerte o donación de acciones de capital social por un tenedor extranjero. No aplica impuesto de estampilla, emisión, registro o similares a tenedores extranjeros de ADSs o acciones de capital social.

#### Reteniendo certificados tributarios

A solicitud, entregaremos a nuestros tenedores extranjeros documentación apropiada quepruebe el pago de impuestos chilenos.

#### Consideraciones del Impuesto a la Renta Federal de Estados Unidos Material

La siguiente dicusión respecto a las consecuencias de este impuesto por la adquisición, propiedad y disposición de neustros ADSs según al ley aplicable. No se refiere a aspectos de regalos o impuestos estatales, la aternativa de impuesto mínimo o consecuencis de estado, locales o extranjeras de un unversión en ADSs. Esta discusión se aplica sólo si tienes beneficiaiamente nuestros ADSs como actvos de capital para propósitos tributarios (generalmente, inversiones de propiedad). Esta discusión no aplica si eres miembro de la clase de tenedores sujeto a reglas especiales, como:

- intermediario de valores o moneda,
- intercambiadores en valores que eleigen el método uso de marca a mercado de contabilidad para sus valores;
- bancos u otras instituciones fnancieras;
- compañías de seguro;
- organizacions exentas de impuesto;
- asociaciones y otros entidades tratadas como asociaciones por U.S. impuesto a la renta federal o personas con ADSs a través de estas entidades;
- fondos de inversion inmobiliarios;

- inversiones reguladas de compañías;
- personas que tienen ADSs como partes de ventas constructivas, transacción de conversión u otras inversiones itnegradas;
- U.S. tenedores cuya moneda funcional por temas tributarios no es el U.S. dólar; o
- personas que real o constructivamente poseen el 10.0% o mpas del total de poder de voto combinado de todas las clases de nuestras acciones (incluyendo ADSs) con derecho a voto.

La discusión se basa en el Código de Ingresos Internos de U.S. de 1986, enmendado, (el “Código”), su historia legislativa, regulaciones existentes y propuestas, decisiones de cortes, todo válido. Estas leyes están sujetos a cambios, incluso retroactivos. Además esta discusión es parte respecto al valor proyectad de nuestras acciones y la naturaleza de nuestro negocio. Finalmente, es base de las representaciones del Depositario y lo que sumimos de cada obligación en el Contrato de Depósito y cualquier otro acuerdo relacionado.

Debería consiltar con su propio consultor tributario respecto a este impuesto y de su compra, propiedad y disposición de ADSs, así como de las consecuencias tributarias que podría acarrear.

Para propósitos de la discusión a continuación del impuesto a la renta de U.S. federal, eres un “U.S. tenedor” si beneficiariamente eres dueño de tus ADSs y eres:

- Ciudadano o residente de Estados Unidos para propósitos de ley tributaria federal de U.S. federal;
- Sociedad formada de acuerdo a las Leyes de Estados Unidos, cualquier estado o Distrito de Columbia;
- Estado de ingreso sujeto a U.S. impuesto a la renta federal sin importar su fuente; o
- Un fondo si (a) una corte dentro de Estados Unidos puede ejercer supervisión sobre su administración o una o más personas de U.S. tienen autoridad para controlar decisiones sustanciales del fondo, o (b) el fondo tiene un efecto válido de elección para ser tratado como persona de U.S.

Excepto lo especificado a continuación, esta discusión asume que no somos “Inversión Pasiva Extranjera de Compañía” (“PFIC”) de acuerdo a fines del U.S. impuesto a la renta federal. Para U.S. impuesto a la renta federal, los ingresos ganados a través de asociaciones extranjeras o domésticas u otros flujo a través de entidades atribuidas a sus dueños. De acuerdo a lo anterior si una asociación o flujo a través de entidad tiene ADSs, el tratamiento tributario del tenedor generalmente dependerá del estado de su socio u otros dueños y las actividades de asociación u otros flujo a través de entidades.

#### U.S. Tenedores de ADSs.

Si tienes ADSs, por U.S. impuesto a la renta federal, generalmente serás tratado como dueño de las acciones representadas por estos ADSs. Por lo tanto los depósitos o retiros de acciones por ADSs no estarán sujetos al U.S. impuesto a la renta federal.

Distribuciones de nuestros ADSs. Distribuciones en efectivo (incluyendo montos que deben pagar tributos chilenos) hechas por nosotros a o por cuenta de un U.S. Tenedor respecto a ADSs generalmente será tributable a este U.S. Tenedor como dividendo ordinario de ingreso cuando esta distribución sea pagada, actualmente o luego, de nuestras ganancias actuales o acumuladas (como lo determine el U.S. impuesto a la renta federal). Las distribuciones en exceso de nuestras ganancias acumuladas o actuales serán tratadas como retornos de capital no tributables reduciendo las bases tributarias ajustadas de U.S. tenedores en los ADSs. Cualquier exceso de distribución de esta base tributaria ajustada de U.S. Tenedor será tratada como ganancia de capital y será ganancia a largo plazo si retiene el ADSs por más de un año. Porque no esperamos mantener cálculos de nuestras ganancias de acuerdo a U.S. impuesto a la renta federal, U.S. Tenedores deberían esperar que la distribución sea generalmente tratada como dividendo por U.S. impuesto a la renta federal. Como se mencionará, el término “dividendo” quiere decir distribución que constituye un dividendo para U.S. impuesto a la renta federal.

Un U.S. Tenedor tiene derecho, sujeto al número de limitaciones y condiciones, incluyendo un periodo mínimo de retención, a reclamar al impuesto de crédito extranjero de U.S. cualquier impuesto chileno a los dividendos que recibió en nuestros ADSs. U.S. Tenedores que no reclaman esto durante el año tributable, pueden reclamar la reducción respecto estos impuestos. Los dividendos que recibió respecto al ADSs serán tratados como ingreso de Fuente extranjera lo que puede ser relevante al calcular la limitación tributaria por crédito extranjero de U.S., los ingresos de fuente extranjera están separados en diferentes “canastas” y estos créditos en cualquier canasta se limitan al U.S. impuesto a la renta federal asignado a este ingreso. Los Dividendos pagados respecto a ADSs generalmente constituyen “ingresos de categoría pasiva” para la mayoría de los U.S. Tenedores. Tenedores son urgidos a consultar a sus consejeros tributarios respecto la disponibilidad de impuestos a créditos extranjeros en sus circunstancias.

La Tesorería de U.S. ha expresado preocupación que los intermediarios en la cadena de propiedad entre el tenedor de ADS y el emisor de un valor sobre el que recae el ADS puede tomar acciones inconsistentes con el reclamo del impuesto al crédito extranjero para U.S. tenedores de ADSs. Esto también puede ser inconsistente con la reducción de tasa del impuesto, aplicable a dividendos que reciben de ciertos tenedores no corporativos. De acuerdo a esto el análisis de creación de impuestos extranjeros y la disponibilidad de que la tasa reducida por los dividendos recibidos por tenedores no corporativos, acá descrita, puede ser afectada por las acciones de partes a la que los ADSs son liberados y el IRS.

Dividendos pagados por nosotros generalmente no son elegibles para dividendos que recibieron la deducción disponible según el Código de ciertos accionistas corporativos de U.S. corporate accionistas. Sujeto a lo mencionado por Tesorería y ciertas excepciones a corto plazo, el monto de dividendos en U.S. dólar recibido por ciertos U.S. tenedores respecto al ADSs estarán sujetos a la tasa de impuestos de 20% si los dividendos representan “dividendo de ingresos calificado.” Dividendos pagados en ADSs serán tratados como dividendo de ingreso calificado si (i) ADSs son tratables en mercados de valores establecidos de Estados Unidos y (ii) no lo fueron en el año anterior al que los dividendos fueron pagados, y no son en el año en que el dividendo es pagado, un PFIC. No esperamos que los ADSs sean acciones de PFIC según U.S. impuesto a la renta federal.

Ventas y otras disposiciones de ADSs. A U.S. Tenedor generalmente reconocerá ganancias de capital o pérdidas por la venta, cambio y otros tributable por la disposición de ADSs medida por la diferencia entre el monto realizado y el ajustado de la base tributable del del U.S. Tenedor en ADSs. Cualquier ganancia o pérdida será pérdida o ganancia a largo plazo si ADSs han sido tendios por más de un año. Ganancias a largo plazo de ciertos U.S. Tenedores (incluyendo individuales) generalmente son eligible por tasas reducidas de e U.S. federal tributación a la renta. La deducción de pérdidas de capital es sujeta a ciertas limitaciones según el Código.

Si el impuesto a la renta chileno es retenido en la venta, cambio u otra disposición de ADS, por el monto realizado a U.S. Tenedor incluyen el monto bruto de ganancias de la venta, cambio u otra disposición previa deducción de impuesto a la renta chileno, la ganancia de capital o pérdida, si hay, realizada por un U.S. Tenedor en la venta, cambio y otra disposición de ADS generalmente serán tratados como fuente de ingreso o pérdida por el impuesto U.S. de crédito extranjero, en caso que la ganancia por la venta, cambio u otra disposición de ADSs sujeta a impuesto a la renta chileno, el U.S. tenedor puede no poder beneficiarse del impuesto a crédito extranjero por el impuesto a la renta chileno (por ejemplo porque la ganancia de la disposición tendría un fuente de U.S.), a menos que el U.S. Tenedor pueda aplica el crédito contra el U.S. impuesto a la renta federal pagable en otros ingresos de guentes extranjeras. Alternativamente el U.S. Tenedor podrá tomar la deducción por el impuesto a la renta chileno, siempre que el U.S. Tenedor elija deducir todo lo pagado por impuesto de ingreso extranjero o devengado en el año tributario.

#### *Reglas de inversion pasiva de Compañias extranjeras*

De acuerdo a nuestros estimados de ingreso bruto y activos brutos y nuestro actual plan de negocio (todos sujetos a cambios), creemeo que no fuimos PFIC para el U.S. impuesto a la renta en nuestro año tributario 2014 y no esperamos convertirnos en el futuro cercano. Pero debido a que la aplicación de regulaciones no es completamente clara y porque el PFIC depende de la composición de ingresos y activos de la Compañía y el valor de mercado varía, no podemos asegurar que no seremos PFIC posteiormente. Nuestro consejero de U.S. no ha entregado su opinión respecto a nuestra clasificación de PFIC. Luego con esta opinión podría ser impracticable porque involucre pruebas de hechos que dependen de neustras futuras circunstancias. Tampoco mantenemos registro de acuerdo a la contabilidad de U.S. impuesto a la renta federala requerido el permiso para su normal opinión.

Si fuésemos PFIC por cualquier año tributario durante el cual un U.S. Tenedor tiene ADSs, las ganancias reconocidas por un U.S. Tenedor en la venta u otra disposición de ADSs, y ciertas “distribuciones en exceso,” serán asignadas sobre el periodo de mantención del U.S. Tenedor de los ADSs. Los montos asignados al año tributario en la venta, disposición o recibo de excesos de distribución y a cualquier año previo a convertirnos en PFIC serían tributables como ingreso ordinario. El monto asignado a cada año tributario estaría sujeto a la más alta tasa de impuesto por individuales o sociedades, para el año tributario y el interés cargado estaría impuesto en el monto asignado a cada alo. Ciertas elecciones puede ser disponibles para tratamientos alternativos (como tratamiento de marca a mercado) de ADSs. Alentamos a los U.S. tenedores a consultar a sus consejeros tributarios respecto a las consecuencias si se convirtieses en PFIC.

Un U.S. Tenedor dueño de acciones o ADSs preferenciales durante cualquier año tributario en que somos a PFIC en exceso de ciertos montos mínimos y falla en calificar como excepción podría requerir registrar la Forma IRS 8621. Adicionalmente, bajo ciertas circunstancias las regulaciones temporales también requiere a “persona de Estados Unidos” (como lo define el Código) que indirectamente es dueña de acciones comunes a través de otra persona de stados Unidos person registre la Forma 8621 por año tributario durante la que el accionista indirecto sea tratado como recibidos de la distribución en exceso en conexión con la propiedad o disposición de acciones comunes, o reportes respecto ingresos a una elección de marca a mercado. U.S. Tenedores consultar a sus consejeros tributarios respecto a la aplicación de Reglas de PFIC a nuestras acciones o ADSs preferenciales y las aplicaciones de la legislación promulgada.

#### *U.S. Información de reporte y respaldo de retención de las Reglas*

En general, los pagos de dividendo pagos respecto al ADSs y las ganancias recibdas de la venta u otra disposición de estos ADSs puede estar sujeto a reporte a IRS, y respaldo de retención (actualmente impuesto a tasa de 28.0%). Respaldo de retenciones no aplica a menos que tú (1) seas una sociedad o vienes dentro de ciertas categorías de excepción y cuando requiere, puede demostrar lo contrario o (2) entrega número de identificación como contribuyente, certifica como sin pérdidas de exención de respaldo de retenciones y cumple con las leyes de respaldo de retenciones aplicables. Para establecer tu estado como persona exenta, se requiere entregar certificación a IRS en Forma W-9, W-8BEN o W-8ECI, según sea aplicable. Respaldo de retenciones no es un impuesto adicional. Cualquier monto retenido de pagos según las Reglas de respaldo no permitirá reembolsar a presentar un crédito contra el U.S. impuesto a la renta federal liability, siempre que entregue la información requerida al IRS.

#### *“Activos Financieros Extranjeros Específicos” Reporte*

Dueños de “activos financieros extranjeros específicos” con un vaor agregado en exceso de U.S.\$50,000 (y en otras circunstancias de mayor nivel), pueden requerir registrar un reporte con la información respecto a lso sets con sus retornos de U.S. impuesto a la renta federal.

“Activos financieros extranjeros específicos” generalmente incluyen cualquier cuanta financier manenida por instituciones financieras extranjeras así como por cualquier de los siguientes, pero que no son mantenido en la cuante mantinada por instituciones financieras: (i) acciones y valores emitidos por personas no estadounidenses, (ii) intrumentos financieros y cotnratos para la inversión que tienen no-emisores de Estados Unidos o contrapertes y (iii) interéss en entidades extranjeras. Los prospectos de compras deben consultar a sus propios consejeros tributarios respecto a la aplicación de las leyes federales impuesto a la renta de U.S. aplciadas a sus casos particulares así como por cualquier otra consecuencia tributaria adicional que resulte de la compra, mantención o disposición de ADSs, incluyendo la aplicabilidad e efectos de esas leyes tributarias en cualquier estado, jurisdicción local o extranjera, incluyendo leyes de estado, donaciones y de sucesión.

## **F. DIVIDENDOS Y AGENTES PAGADEROS**

**No aplicable.**

## **G. ESTADOS POR EXPERTOS**

**No aplicable.**

## **H. DOCUMENTOS PÚBLICADOS**

Se nos requiere presentar reportes anuale y especiales y otras informaciones con la SEC. Usted puede leer y analizas cualquier documento presentado por la Compañía en la SEC de referencia públicoa en la pieza en 100 F Calle, N.E., Pieza1580, Washington, D.C. 20549. Favor llamar a SEC al 1-800-SEC-0330 para mayor información resopecto a la pieza de referencia pública. La SEC también mantendrá el sitio web <http://www.sec.gov> que contiene reportes y otras informaciones respecto registrantes que presentan electrónicamente con la SEC.

## **I. INFORMACIÓN DE SUBSIDIARIA**

**No aplicable.**

## **Ítem 11. Revelaciones Cuantitativas y Cualitativas Respecto al Riesgo de Mercado**

### *Riesgo de Mercado*

La Compañía está expuesta a riesgos del mercado, qe involucran variaciones en interés y tasa de cambios que pueden afectar la posición financiera, resultados operativos y flujos de caja. Las pólizas de cobertura de la Compañía llaman a la periódica revisión de su exposición de interés y el riesgo de tasa de cambio por sus principales activos y obligaciones.

### *Riesgo de Tasa de Interés*

Al 31 de Diciembre, 2014, aproximadamente 44% de la deuda financiera de la Compañía, principalmente su deuda a corto plazo y bonos, fue a tasas de interés fijas. El restante 56% fue a tasa de interés variable incluyendo derivados. De la deuda de tasa de variable, aproximadamente 99% es indexada a tasa de interés local (sea a su denominación original por re-denominación con derivados).

La Compañía ha identificado un importante riesgo en su tasa de interés generado principalmente por las la tasa variable de las obligaciones, que son sensitizadas por medir el impacto en ingresos de una variación posible razonable en la tasa de interés observada. Siguiendo las líneas regulatorias, la desviación en l en tasas de interés relevante es estimada usando series históricas con frecuencia diaria por cada variable de riesgo identificada. La distribución de cambios de porcentaje ocurre en intervalos de tres meses, es entonces analizado y los escenarios extremos que caen fuera del intervalo de confianza de 95% son eliminados. El monto de exposición sensitizada corresponde al total de la tasa variable de deuda.

Para tasa variable de deuda, el riesgo financiero se refiere a portenciales desviaciones hacia arriba de flujos de caja relacionados a pagos con interés en obligaciones de objetivos específicos, atribuible al aumento en la tasa de interés que son importantes en la estructura de endeudamiento de la Compañía, principalmente: LIBOR, TAB nominal y la tasa Chamber (CAM), Chile.

Al 31 de Diciembre, 2014

<u>Clasificación</u>	<u>Moneda</u>	<u>Exposición</u>	<u>Variable de Mercado</u>	<u>Cambo en factor de riesgo</u>	<u>Efecto en ingresos</u>
Responsabilidad neta	USD	400,000,000	LIBO 1M	% (36.23) 33.91	(ThCh\$) 101,133 (94,648)
Responsabilidad neta	Ch\$	79,508,100,000	TAB NOM 90	(42.86) 43.19	316,896 (319,361)
Responsabilidad neta	Ch\$	184,819,697,369	TAB NOM 180	(37.04) 45.07	638,566 (777,073)
Responsabilidad neta	Ch\$	607,851,430,000	CAM	(43.25) 42.18	2,147,451 (2,094,005)
Responsabilidad neta	BR\$	698,216,971	CDI	(14.82) 13.18	668,159 (594,228)
Responsabilidad neta	COP\$	296,642,344,553	DTF TA	(17.18) 12.02	135,386 (94,704)
Responsabilidad neta	COP\$	66,762,674,279	IBR	(27.01) 19.89%	48,663 (35,829)

Al 31 de Diciembre, 2013

<u>Clasificación</u>	<u>Moneda</u>	<u>Exposición</u>	<u>Variable de Mercado</u>	<u>Cambo en factor de riesgo</u>	<u>Efecto en ingresos</u>
Responsabilidad neta	BR\$	408,216,971	CDI	% (17.55) 16.69	(ThCh\$) 355,709 (338,364)
Responsabilidad neta	Ch\$	79,508,100,000	TAB NOM 90	(41.98) 42.11	429,687 (431,018)
Responsabilidad neta	Ch\$	247.319.697.369	TAB NOM 180	(35.80) 40.79	1,241,252 (1,414,333)
Responsabilidad neta	Ch\$	608,001,430,000	CAM	(51.19) 47.06	2,113,604 (3,468,242)

El efecto en los ingresos obtenido del ejercicio teórico demuestra un efecto de incremento generado del cambio estimado como razonablemente posible (por ejemplo, corresponde a la diferencia entre el monto que fue efectivamente registrado por el interés del pago y el monto que habría sido registrado en caso de una mayor o menor tasa de interés).

La estrategia de administración de riesgos de la Compañía retiene su deuda financiera en tasas variables para beneficiar los bajos costos de fondos y el restante de su deuda financiera en tasa fijas para reducir la incertidumbre proveniente del interés variable de los pagos, por denominar una parte de sus responsabilidades su tasa de interés variable, otras responsabilidades a tasa fija usando instrumentos financieros derivativos para estos propósitos, que nos permiten que la tasa de interés de la obligación original sea fija.

*Riesgo de tasa de cambio extranjera.*

En los países en que opera la Compañía, la mayoría de los gastos e ingresos son en moneda local. Por esto, a mayoría de su deuda (89%) se denomina en moneda local. Al 31 de Diciembre, 2014, aproximadamente 11% de nuestra deuda total pendiente dejó de ser cubierta y sujeta a cambios entre nuestra moneda funcional y U.S. dólares. El restante de nuestra deuda está en ya sea monedas locales o cubierto respecto a cruces de monedas o coberturas de otras monedas extranjeras. La política de la Compañía es cubrir los riesgos de variación en la tasa de cambios en su posición de responsabilidad neta en moneda extranjera usando instrumentos de mercado diseñados con este propósito.

La Compañía ha identificado un importante riesgo en la tasa de cambio generado de obligaciones en U.S. dólares, Pesos argentinos, Nuevos Soles peruanos y Unidades de Fomento, que son sensibles al impacto de medida en ingresos de una variación razonablemente posible en la tasa de cambios observada. Siguiendo las líneas regulatorias, la desviación en la tasa de cambios

relevante se estima usando series históricas con frecuencia diaria por cada variable de riesgo identificada. La distribución de cambios de porcentaje que ocurre en intervalos trimestrales es entonces analizada y los escenarios extremos que caen fuera del intervalo de confianza de 95% son eliminados.

Al y por 31 de Diciembre, 2014

<u>Clasificación</u>	<u>Moneda</u>	<u>Exposición</u>	<u>Variable de Mercado</u>	<u>Valor de cierre</u>	<u>Cambio en factor de riesgo</u> %	<u>Valor tasa de cambio</u>	<u>Efecto en ingresos</u> (ThCh\$)
Responsabilidad neta	USD	573,261,055	USD-CLP	606.75	(8,95)% 9,74%	552.46 665.82	31,120,559 (33,863,241)
Responsabilidad neta	ARG	430,004,718	ARS-CLP	71.64	(14,55)% 11,25%	61.22 79.70	4,480,841 (3,466,153)
Responsabilidad neta	UF	18,434,243	CLF-CLP	24,627.10	(0,496)% 2,460%	24,504.87 25,232.89	2,253,307 (11,167,289)
Responsabilidad neta	COP	400,779,827,586	COP-CLP	0.26	(10,505)% 9,786%	0.23 0.28	10,743,949 (10,009,522)
Responsabilidad neta	PEN	541,187,436	PEN-CLP	203.54	(8,387)% 9,450%	186.47 222.77	9,238,629 (10,409,018)
Responsabilidad neta	BRL	1,025,118,587	BRL-CLP	228.19	(10,900)% 11,433%	203.32 254.28	25,497,495 (26,745,359)

Al y por el 31 de Diciembre, 2013

<u>Clasificación</u>	<u>Moneda</u>	<u>Exposición</u>	<u>Variable de Mercado</u>	<u>Valor de cierre</u>	<u>Cambio en factor de riesgo</u> %	<u>Valor tasa de cambio</u>	<u>Efecto en ingresos</u> (ThCh\$)
Responsabilidad neta	USD	564,405,018	USD-CLP	524.61	(9.17) 10.23	476.51 578.26	27,150,492 (30,279,096)
Responsabilidad neta	ARS	580,926,715	ARS-CLP	80.59	(13.62) 11.75	69.61 90.06	6,377,540 (5,501,147)
Responsabilidad neta	UF	30,758,874	CLF-CLP	23,306.56	(0.50) 2.55	23,190.87 23,900.74	3,558,539 (18,276,283)
Responsabilidad neta	COP	339,991,902,733	COP-CLP	0.27	(10.24) 10.23	0.24 0.30	9,482,918 (9,472,797)
Responsabilidad neta	PEN	281,143,707	PEN-CLP	187.88	(8.61) 9.83	171.71 206.35	4,545,638 (5,191,347)
Responsabilidad neta	BRL	432,869,191	BRL-CLP	222.45	(11.19) 11.74	197.55 248.57	10,779,103 (11,304,624)

El efecto en los ingresos obtenidos de un ejercicio teórico demuestra el efecto de incremento generado por un posible y razonable cambio estimado (por ejemplo, corresponde a la diferencia entre el monto efectivamente registrado para las diferencias de cambio y el monto que habría sido registrado en caso de tasas de cambio más altas o bajas).

La estrategia de la Compañía consiste en mantener la mayoría de la deuda financiera en monedas locales y así reducir la incertidumbre proveniente del incremento en el valor de responsabilidades por causa de las fluctuaciones de moneda extranjera, utilizando instrumentos financieros derivados para este fin, lo que nos permite expresar el valor de la obligación en su moneda funcional.

Adicionalmente, la exposición a tasas de cambio por conversión de moneda funcional de las subsidiarias en Argentina, Colombia, Perú y Brasil, relacionando la diferencia entre los activos monetarios y responsabilidades (por ejemplo, aquellos denominados en moneda local y consecuentemente se exponen a la traducción de sus monedas en la moneda de presentación para los estados financieros consolidados de la Compañía) esto sólo cubre cuando es previsible que diferencias materiales adversas podrían ocurrir y que el costo relacionado a la cobertura se entiende como razonable por la gerencia. La Compañía actualmente no tiene ninguna inversión neta en contratos de cobertura.

La Compañía evalúa a fluctuación de las monedas funcionales en comparación a la moneda de presentación a través de un análisis de sensibilidad en equidad y activos netos en moneda local usando escenarios favorables y desfavorables, los montos de exposición de todos los posibles escenarios, incluyendo una general, resultó en el siguiente análisis:

Moneda	Tasa de conversión	Escenarios	Fluido en activos M\$	Fluido %	Fluido en Equidad M\$	Fluido %
ARG PESO	69.61	S1	(166,875,219)	-1.66	(74,357,968)	-1.75
	90.06	S2	146,782,709	1.46	64,452,636	1.51
COP PESO	0.24	S1	(193,798,308)	-1.93	(144,412,544)	-3.4
	0.30	S2	193,798,308	1.93	144,412,544	3.4
PER SOL	171.71	S1	(84,838,874)	-0.84	(56,282,763)	-1.32
	206.35	S2	101,398,046	1.01	67,268,247	1.58
BRL REAL	197.55	S1	(167,607,178)	-1.67	(93,182,737)	-2.19
	248.57	S2	172,270,336	1.71	95,775,263	2.25
Todas las monedas		S1	(613,119,579)	-6.09	(368,236,012)	-8.64
		S2	614,249,399	6.10	371,908,690	8.73

S1: Escenario 1 representa la más desfavorable tasa de cambio que podría ser usada en la conversión a moneda de presentación y los impactos a los activos netos y equidad de la Compañía

S2: Escenario 2 representa la más ventajosa tasa de cambio que podría ser usada en la conversión a moneda de presentación, y cómo esto impacta la inversión neta y equidad de la Compañía

## Ítem 12. Descripción de Otros Valores y Valores de Equidad

### A. VALORES DE DEUDA

No aplicable.

### B. GARANTÍAS Y DERECHOS

No aplicable.

### C. OTROS VALORES

No aplicable.

### D. ACCIONES DEL DEPOSITARIO AMERICANO

El Banco de Nueva York Mellon, una empresa bancaria de Nueva York, es el Depositario de acuerdo al Contrato de Depósito de fecha 11 de Abril, 2012.

Cada ADS representa tres acciones (o un derecho a recibir tres acciones) depositada en la oficina principal de Santiago del Banco Santander Chile, como Custodio por el Depositario. Cada ADS puede también representar cualquier otro valor, efectivo u otras propiedades que pueden ser retenidas por el Depositario de vez en cuando. Las oficinas corporativas del Depositario en las que los ADSs son administrados se encuentra ubicada en 101 Barclay Street, Nueva York, Nueva York 10286. Las oficinas ejecutivas del Banco de Nueva York Mellon se encuentran ubicadas en One Wall Street, Nueva York, Nueva York 10286.

Tu puedes retener los ADSs y sea (A) directamente (i) por medio de un Recibo de Depositario Americano, también referido como ADR, que corresponde a un certificado que presenta el número específico de ADSs, registrado a su nombre, o (ii) por tener ADSs registrados en su nombre en el Sistema de Registro Directo, o (B) indirectamente por mantener titularidad de valores en ADSs a través de intermediarios u otras instituciones financieras. Si tienes un ADSs directamente, estás registrado como tenedor de ADS.

Como tenedor de ADS, no te trataremos como uno de nuestros accionistas y no tendrá derechos de accionista. La ley chilena gobierna los derechos de accionistas. El Depositario es el tenedor de las acciones que se encuentran por debajo de los ADSs. El Contrato de Depósito entre nosotros, el Depositario y tenedores de ADSs, y las otras personas que indirectamente tienen sets de ADSs tienen derechos de tenedor de ADS así como derechos y obligaciones del Depositario. La ley de Nueva York gobierna el Contrato de Depósito y the ADSs.

## **Dividendos de acciones y otras distribuciones**

Se requiere que el Depositario, incluso debe en su juicio convertir los Pesos chilenos en bases razonables a U.S. dólares y transferir los U.S. dólares al Estados Unidos, y sujeto a la ley chilena, convertir todos lo dividendos en efectivo y otras distribuciones en efectivo que reciba respecto a las acciones del capital social de Cencosud depositadas a U.S. dólares y a distribuir el monto recibido (neto de gastos y cualquier gasto de conversión del Depositario) a los tenedores de ADSs en proporción al número de ADSs representantes de acciones que cada uno tiene. Ver “Ítem 10. —D. Controles de Intercambio.” El monto distribuido también será reducido por cualquier monto que requiramos returner, el Depositario o el Custodio en cuentas de impuesto u otros cargos gubernamentales. Si el Depositario determina que a su juicio cualquier moneda recibida por él no puede ser convertida en bases razonables y transferida, el Depositario purfr distribuir, o a su discreción retener, esta moneda extranjera, sin responsabilidad por interés, por el monto respectivo que el tenedor de ADSes tiene derecho a recibir.

Si la distribución una vez que las acciones del capital social de Cencosud sean depositadas por nosotros consisten en un dividendo en, o libre de distribución de, acciones del capital social de Cencosud, al recibo por o en representación del Depositario de estas acciones adicionales del capital social de Cencosud de nosotros, el Depositario puede o deberá, si así lo solicitamos, distribuir a los tenedores de ADSs, en proporción a sus retenciones, ADSs adicionales representando el número de acciones del capital social de Cencosud y así recibir este dividendo o distribución, en cualquier caso tras la deducción o pago de cargos y gastos del Depositario. Si estos ADSs adicionales no son emitidos, cada ADS deberá luego también representar las acciones adicionales del capital social de Cencosud distribuidas respecto a las acciones del capital social de Cencosud representadas aquí. A falta de fracciones de ADSs, en cualquier caso, el Depositario venderá el monto de acciones del capital social de Cencosud representadas por el agregado de estas fracciones y distribuirá las ganancias netas en dólares, todo en la forma y sujeto a las condiciones establecidas en el Contrato de Depósito.

Si ofrecemos o causamos la oferta a los accionistas del capital social de Cencosud cualquier derecho a suscribir por acciones adicionales del capital social de Cencosud o cualquier derecho de otra naturaleza, el Depositario, luego de consultarnos, deberá proceder discrecionalmente a seguir haciendo estos derechos disponibles para los tenedores de ADSs o en disponer de estos derechos y distribuir las ganancias netas así como en caso de que la distribución se reciba en efectivo. Si a la fecha de la oferta de cualquier de estos derechos el Depositario determina que es legal y realizable hacerlo, el Depositario puede, luego de consultarnos, distribuir estos derechos disponibles a tenedores por medio de garantías u otros. El Depositario determina a su discreción que si no es legal o ralizable hacer estos derechos disponibles, podrá vender esots derechos, garantías u otros instrumentos, si el mercado lo permite en ventas públicas o privadas, en ese lugar u otro y de acuerdo a los términos que el Depositario estime apropiados y asignar las ganancias netas de estas ventas, netas de cargos y gastos del Depositario, para dar cuenta de los tenedores de ADSs titulares sobre un promedio u otras bases practicables sin importar distinciones ente estos tenedores de ADSs porque las restricciones de cambio o la fecha de la entrega de cualquier ADRs o más. Si por los términos de la oferta de derechos o por razones de la ley aplicable, el Depositario no puede ni hacer estos derechos disponibles a los tenedores no dispone de estos derechos y distribuye las ganancias netas, el Depositario nos permitirá los derechos en un lapso.

El Depositario no ofrecerá estos derechos a os tenedores de ADSs a menso que ambos derechos y valores a las que los derechos se encuentran relacionados se encuentren exentas de registro de acuerdo a la Ley de Valores o sean registradas de acuerdo a esta Ley. Si un tenedor de ADSs requiere la distribución de garantías u otros instrumentos, sin importar que haya registro de acuerdo a la Ley de Valores, el Depositario no efectuará la distribución a menos que reciba una opinión satisfactoria nuestro consejo de Estados Unidos para el Depositario por la que el Depositario pueda confiar en que la distribución está exenta de registro de acuerdo a las provisiones la Ley de Valores. Pero, no habrá obligación alguna de archivar los estados de registro de acuerdo a la Ley de Valores para mantener disponibles a tenedores de ADSs cualquier derecho suscrito o compra de cualquier valor. Si una excepción de registro no está disponible y un estado de registro no es presentado, los tenedores de ADSs no tendrán permitida la compra de estos valores o el ejercicio de estos derechos y el Depositario podrá vnder estos derechos por cuena de esos tenedores ADSs como se describió anteriormente. Esta disposición de derechos puede reducir la equidad proporcional de interés en nosotros de los tenedores de ADSs.

El Depositario enviará a los tenedores de ADSs cualquier otra cosa que distribuyamos en valores depositados por cualquier medio legal, justo y práctico. Si no puede hacer la distribución así, el Depositario tiene una opción. Puede decidir vender lo que se distribuyó y distribuir las ganancias netas, de la misma manera como lo hace con efectivo. O puede decider retener lo distribuido, en lo que los ADSs de efectivo también representarán las porpiedades nuevamente distribuidas. Pero, el Depositario no debe distribuir cualquier valor (que no sean ADSs) a tenedores de ADSs a menos que reciba satisfactoria evidencia de nosotros de que es legal realizar una distribución.

## **Emisión de ADSs**

El Depositario ha acordado que, al depósito con el Custodio del los requisitos de número de acciones del capital social de Cencosud y recepción de evidencia satisfactoria a que las condiciones a depositar describen aquello requerido a continuación y sujetos al término del Contrato de Depósito, el Depositario entregará, o a la orden de la o las personas especificadas por el Depositario una

vez se paguen los honorarios, cargos gubernamentales e impuestos establecidos en el Contrato de Depósito, el número de ADSs emitibles respecto a este depósito.

### **Cancelación y retiro de ADSs**

Al rendimiento de ADSs en la Oficina Corporativa de Confianza Depositario y del pago de los honorarios del Depositario y de los impuestos y cargos gubernamentales, si existiesen, siempre que así lo establezca el Contrato de Depósito y sujeto a su término, los tenedores de ADSs tienen derecho a la entrega de acciones del capital social de Cencosud depositadas, cualquier otra propiedad o documentos de título a ese momento representados para rendir ADSs.

Sujeto a los términos y condiciones del Contrato de Depósito y cualquier limitación establecida por el Depositario, el Depositario puede entregar ADSs previo a la recepción de acciones del capital social de Cencosud (una "Pre-Liberación") y puede recibir ADSs a falta de acciones del capital social de Cencosud. Cada Pre-Liberación será:

- Precedida o acompañada por escrita representación y acuerdo de la persona a quien se están entregando ADSs o su cliente,
- Es dueño de las acciones del capital social de Cencosud o ADSs a ser remitidos, según sea el caso,
- Asignar todos los derechos, títulos e intereses beneficios en estas acciones del capital social de Cencosud al Depositario en beneficio de los dueños de ADSs, y
- Acuerda mantener estas acciones del capital social de Cencosud por cuenta del Depositario hasta la entrega de las mismas a la solicitud del Depositario,
- En todo momento completamente colateralizado (esto se marca en el mercado diariamente) con efectivo u otros colaterales como lo estime apropiado el Depositario,
- Terminable por el Depositario en no más de cinco días hábiles de aviso, y
- Sujeto a otras indemnizaciones y regulaciones de crédito si así lo estima razonable el Depositario.

El Depositario limitará el número de ADSs involucrados en estas transacciones de Pre-Liberación para que el número de ADSs aquí representados no excedan, de una vez, el 30 por ciento del número total de ADSs entonces pendientes; pero, el Depositario se reserva el derecho para cambiar o dejar de lado estas limitaciones cuando lo estime apropiado.

El Depositario no está obligado a aceptar por depósito cualquier acción del capital social de Cencosud a menos que reciba evidencia satisfactoria de que cualquier aprobación, si se requiere, haya sido entregada por algún cuerpo gubernamental en Chile que sea entonces una función de la regulación del cambio de moneda.

Si la persona que propone depositar acciones del capital social de Cencosud no tiene domicilio o no es residente en Chile, el Custodio no aceptará esas acciones del capital social de Cencosud a menos que reciba de esa persona o por alguien que lo representa evidencia suficiente de que las acciones del capital social de Cencosud fueron comparadas en completo cumplimiento con regulaciones extranjeras de cambio aplicables a inversiones en Chile (sea el Capítulo XIV del Compéndium de Regulación de Cambio Extranjero del Banco Central o Decreto Ley 600 de 1974, enmendado y relacionado a acuerdos con el Comité de Inversión Extranjera) y, su fuese aplicable, un instrumento en que la persona asigna y transfiere al Depositario cualquier derechos que pueda tener de acuerdo a las regulaciones chilenas relacionadas al cambio de moneda. En cumplimiento del Capítulo XIV del Compéndium de Regulación de Cambio Extranjero del Banco Central, el Custodio y/o el Depositario debe avisar al Banco Central de Chile que las acciones del capital social de Cencosud han sido depositadas a cambio de ADSs.

Si así lo requiere el Depositario, acciones del capital social de Cencosud presentada para depósito en cualquier momento, sean o no nuestros libros de transferencia o libros de transferencia de un registrante extranjero, si aplica, son cerrados, también deben ser acompañados por un acuerdo o asignación de otros instrumentos satisfactorios al Depositario, que asegurará la pronta transferencia al Custodio de cualquier dividendo, o derecho a suscribir por acciones adicionales del capital social de Cencosud o a recibir otras propiedades que ninguna persona a nombre de quien están las acciones del capital social de Cencosud son o han estado registradas pueden luego recibir por o respecto estas acciones depositadas del capital social de Cencosud, o en falta, este acuerdo de indemnidad u otros acuerdo que el Depositario declare satisfactorios.

A la solicitud, riesgo y gastos de cualquier persona que propoga un depósito de acciones del capital social de Cencosud, y por cuenta de esta persona, el Depositario puede recibir certificados por acciones del capital social de Cencosud a ser depositadas, junto con otros instrumentos aquí especificados con el fin de enviar estos certificados de acciones al Custodio para su posterior depósito.

A la entrega al Custodio de uno o más certificados por acciones del capital social de Cencosud a ser depositados, junto a otros documentos ya especificados, este Custodio deben transferir y recordar el certificado/s nosotros o al Registrante Extranjero, si aplica,

para la transferencia de las acciones del capital social de Cencosud siendo depositadas en el nombre del Depositario o a quien nombre o del Custodio o a quien nombre.

En caso que acciones son rendidas, y como resultado, las acciones registradas en el nombre del Custodio son llamadas para rendimiento frente a nosotros, el Depositario llamará para el rendimiento ADSs (un número agregado representante del número de acciones registradas en el nombre Custodio llamado a rendimiento) y puede adoptar este método estimado equitativo y practicable a seleccionar ADSs llamadas a rendimiento.

### **Derechos a Voto**

Tan pronto sea practicable luego de recibir aviso de una junta o solicitud de consentimientos o de dar poder a alguien en representación de tenedor de acciones del capital social de Cencosud, el Contrato de Depósito establece que, si así lo requerimo, el Depositario ha acordado enviar un correo a los tenedores de ADRs registrados en los libros del Depositario un aviso en Inglés conteniendo lo siguiente:

- La información como contiene ese aviso,
- Una declaración de cada tenedor de ADSs al cierre del negocio en un registrado en una fecha específica tendrá derecho, sujeto a la ley chilena y nuestros estatutos, a instruir el Depositario para ejercer derechos a voto, si existen, respecto al monto de capital social de Cencosud representado por estos tenedores de ADSs, y
- Una declaración de la forma en que estas instrucciones pueden ser entregadas, incluyendo una indicación expresa de las instrucciones que serán dadas al Depositario quien designará discrecionalmente para empoderar a alguien designado por nosotros.

Una vez que se reciba solicitud por escrito del tenedor de ADSs en la fecha de registro, una vez recibido, o previo a la fecha establecida por el Depositario para estos propósitos, el Depositario acordó intentar hacer todo lo posible para que el voto sea practicable o o que pueda votar por el monto de acciones del capital social de Cencosud representadas por ADSs de acuerdo con las instrucciones establecidas en la solicitud. Si el Depositario no recibe ninguna solicitud de un tenedor de ADSs respecto a cualquiera de las acciones del capital social de Cencosud representadas por este tenedor de ADSs o previo a la fecha establecida por el Depositario con este fin, el Depositario discrecionalmente dara poder a una persona designada por nosotros para votar por el monto de acciones del capital social de Cencosud representadas por esos ADSs, a menos que hayamos notificado al Depositario lo siguiente (i) no queremos que se le de poder a esa persona, (ii) creemos que existe oposición sustancial de accionistas, o (iii) creemos que el asunto de la votación tendría un efecto material y adverso on los derechos de tenedores de nuestras acciones.

No hay impedimentos legales o prácticos en la habilidad de un tenedor para votar que no sean enfrentados por los tenedores de nuestras acciones de capital social except que no podemos asegurar si hemos requerido al Depositario dar aviso o de que los tenedores de ADS recibirán aviso de las juntas a tiempo para instruir al Depositario antes de la fecha de cierre aplicable.

### **Fechas de Registros**

Si cualquier dividendo en efectivo u otra distribución en efectivo se volviere pagadera o cualquier otra distribución que no sea en efectivo debiese ser realizada, o si se debiesen emitir derechos respecto a acciones capital social de Cencosud o si el Depositario recibiera aviso de cualquier reunión de accionistas de capital social de Cencosud o accionistas en general, el Depositario deberá fijar una fecha de registro que será la misma, o aquellas que se acerque más que sea posible de fijar por nosotros respecto al capital social por la determinación de los tenedores de ADSs, quienes tienen derecho a recibir estos dividendos, distribución o derechos, o ganancias netas de la venta, o entregar instrucciones para el ejercicio de derechos a voto en estas reuniones, sujeto a las provisiones del Contrato de Depósito. Sujeto al Contrato de Depósito, solo estos tenedores de ADSs al cierre del negocio en la fecha de estos registros podrán recibir o ser afectados por estos dividendos, distribución, ganancias, cambio u otros asuntos o entregar instrucciones para votar.

En caso que la fecha del registro determinada por el Depositario (la “Fecha de Registro de ADS”) y la establecida por nosotros (la “Fecha de Registro de Capital Social”) no son lo mismo, los tenedores de ADS en la Fecha de Registro de Capital Social que dispongan de sus ADSs previo a la Fecha de Registro de ADS no recibirán pago de dividendos respecto a las acciones del capital social Cencosud representadas por estos tenedores de ADSs en la Fecha de Registro de Capital Social.

### **Reportes y otros comunicaciones**

El Depositario mantendrá su oficina en Borough de Manhattan, la ciudad de Nueva York, instalaciones para la ejecución y entrega, registro de transferencias y rendimientos de ADSs, de acuerdo con las provisiones del Contrato de Depósito, que en oportunidades razonables se nos mostrarán para nuestra inspección y la inspección por parte de los tenedores de ADSs, siempre que esta inspección no tenga el propósito de comunicación con los tenedores de ADSs en interés de un objetivo de negocios u otros que no sean relacionados con nuestro negocio o asuntos relacionados al Contrato de Depósito o ADSs.

Transmitiremos al Depositario copias (traducidas al Inglés) de cualquier comunicación generalmente distribuida a tenedores de capital social de Cencosud. El Depositario mantendrá disponibles para la inspección por parte de tenedores de ADS en las Oficinas Corporativas de Confianza del Depositario cualquier reporte y comunicación, incluyendo cualquier solicitud material con instrucciones para votar, recibidas de nosotros que también sean:

- Recibidas por el Depositario o the Custodio de un nomidao de ya sea un tenedor de acciones del capital social de Cencosud y
- Se mantengan disponibles generalmente a los accionistas del capital social de Cencosud por nuestra parte.

El Depositario también enviará a los tenedores de ADS copias de estos reportes una vez que las facilitemos como lo establece así el Contrato de Depósito.

En o previo a la primera fecha en que se dio aviso, por publicaciones u otras formas, de cualquier junta de los accionistas del capital social de Cencosud o accionistas generalmente, o de cualquier reunión de estos accionistas, o de la toam de cualquier acción respecto de cualquier distribución de caja u otra u oferta de cualquier derecho, le transmitiremos al Depositario y Custodio un versión escrita en idioma Inglés del aviso en la forma entregada que fue o será entregado a accionistas del capital social de Cencosud. El Depositario, si así se le requiere y por nuestra cuenta, arreglará el envoi por correo de estos avisos a los tenedores ADR.

### **Pago de impuestos**

Si cualquier cargo tributario o gubernamental se vuelve pagadero respecto a cualquier ADS o cualquier acción del capital social de Cencosud representada por cualquier ADSs, incluyendo, pero no limitado, a la generalidad de cualquier impuesto tributario chileno actual o que se estima será impuesto, al momento de retirar o vender acciones del capital social de Cencosud, este impuesto u otro cargo gubernamental será pagable al Depositario por el tenedor de ADSs, quienes deben pagar el monto solicitado por el Depositario. El Depositario puede rehusarse a efectuar cualquier transferencia de estas ADSs o cualquier retiro de las acciones del capital social de Cencosud representadas por estos ADSs hasta que se realice este pago, y pueden retener cualquier dividendo u otras distribuciones, o pueden vender por cuenta del tenedor de ADS por parte o todas las acciones del capital social de Cencosud representadas por estos ADSs, y pueden aplicar estos dividendos u otras distribuciones o ganancias de cualquier venta en el pago de este impuesto u otro cargo gubernamental, y el tenedor de estosh ADSs será responsable por cualquier deficiencia. En caso que el Depositario determine que hay un posibilidad razonable de que el impuesto será establecido al realizar un retiro de acciones a cambio de los ADSs rendidos, el Depositario puede requerir, como condición para este intercambio, que el inversionista que está realizando el retiro satisfaga el valor al Depositario en un monto suficiente para cubrir el monto estimado de este impuesto.

### **Enmienda y terminación**

La forma de ADRs y del Contrato de Depósito puede ser enmendada en cualquier momento por acuerdo escrito entre nosotros y el Depositario. Cualquier enmienda que imponga incrementos los honorarios o cargos (que no sean impuestos u otros cargos gubernamentales, cargos de registro, cable, fax, o costos de transmisión, costos de entrega u otros gastos) o que de otra forma perjudique sustancialmente cualquier derechos de los tenedores de ADS, no tendrá efecto como ADS pendiente hasta la expiración de 30 días luego del aiso de esta enmienda haya sido entregado al registro de tenedores de ADSs pendientes. Todo tenedor de ADSs al tiempo de la enmienda se vuelve efectivo, ya que continúa manteniendo estos ADSs, para dar consentimiento y acordar respecto a esta enmienda y estará obligado por el Contrato de Depósito o de ADRs como haya sido enmendado. En ningún caso puede una enmienda dañar el derecho de un tenedor de ADS para rendir sus ADSs y recibir las acciones del capital social de Cencosud representadas ahí, excepto para cumplir con alguna provisión establecida en la ley aplicable.

Cuando sea que dirijamos, el Depositario ha acordado terminar el Contrato de Depósito por aviso enviado por correo respecto de esta terminación a los tenedores de ADSs al menos 30 días previos a la fecha fijada en este aviso de terminación. El Depositario puede de la misma manera termina el Contrato de Depósito cuando quiera después de 60 días desde que el Depositario nos entregó su carta por escrito de renuncia, siempre que no se haya ya designado un Depositario sucesor y se haa aceptado su nominación antes de este periodo de 60 días. Si cualquiera de los ADSs se mantienen pendientes tras la fecha de terminación, el Depositario entonces deberá discontinuar el registros de transferencias de ADSs, suspenderá la distribución de dividendos a los tenedores y no dará ningún otro aviso o realizará otros actos en cumplimiento del Contrato de Depósito, a menso que el Depositario continuará recolectado los dividendos y otras distribuciones relacionadas a las acciones del capital social de Cencosud, la venta de la propiedad y derechos como establece el Contrato de Depósito y la entrega de acciones del capital social de Cencosud, junto a cualquier dividendo u otras distribuciones recibidas relacionadas y las ganancias netas de la venta de cualquier derecho u otras propiedades, a cambio del rendimiento de ADSs. En cualquier momento luego de la expiración de cuatro meses desde la fecha de terminación, el Depositario puede vender las acciones del capital social de Cencosud y reterner las ganancias netas, junto a cualquier otro efectivo mantenido, no segregado y sin responsabilidades por interés, para el beneficio pro rata de los tenedores de ADSs que no han rendido.

## **Límites en nuestras obligaciones y las obligaciones del Depositario; límites a la responsabilidad de a Tenedores de ADSes**

Ni nosotros ni el Depositario asumimos ninguna obligación ni estaremos sujetos a responsabilidades de acuerdo al Contrato de Depósito a tenedores de ADSs, a menos que expresamente acordemos desempeñar nuestras obligaciones específicamente establecidas en el Contrato de Depósito sin negligencia ni mala fe. Ni nosotros ni el Depositario tendremos la obligación de aparecer, proceder o defender ninguna acción, demanda u otros procedimientos respecto Valores Depositados o respecto ADRs en representación de cualquier tenedor de ADSs u otras personas, y el Custodio no tendrá obligación alguna respecto a estos procedimientos, la responsabilidad del Custodio es sólo con el Depositario. El Depositario no será responsable por ningún acto u omisión hechas por el sucesor del Depositario sea en conexión a actos previos u omisiones del Depositario o en conexión con cualquier asunto que provenga solamente luego de la remoción o renuncia del Depositario, siempre que en conexión con el asunto del que emanen probables responsabilidades el Depositario haya cumplido sus obligaciones sin negligencia o mala fe mientras actuaba como Depositario. El Depositario no será responsable por cualquier falla de realizar instrucciones para votar por los Valores Depositados, o por la forma en que se realicen estos votos o el efecto de estos, siempre que esta acción u omisión no sea con negligencia o mala fe. Ninguna de las limitaciones descritas en esta Sección afectarán los derechos de los inversionistas de acuerdo a las leyes federales de valores de U.S.

### **Revelación de interés en ADSs**

Tenedores de ADSs se encuentran sujetos a ciertas provisiones de Reglas y regulaciones promulgadas de acuerdo a la Ley de Valores relacionadas a la revelación de interés en las acciones del capital social de Cencosud. Cualquier tenedor de ADSs que es o se convierte directa o indirectamente interesado en cinco por ciento (u otro porcentaje que puede ser prescrito por la Ley o regulación) o más de las acciones pendientes del capital social de Cencosud se vuelven interesadas dentro de diez días desde que se volvieron interesados y entonces ciertos cambios en el interés nos serán notificados como lo exigen las regulaciones. Adicionalmente, tenedores de ADSs como asunto de la ley chilena se encuentran sujetos a reportar los requerimientos contenidos en los Arículos 12 y 54 y Título XV de Ley 18,045 de Chile, que provisión puede aplicarse cuando el tenedor beneficiariamente es dueño de un diez por ciento o más del capital social de Cencosud o tiene la intención de tomar el control de Cencosud. Ver “Ítem 10. B. Memorándum y Artículos de Asociación.”

### **Requerimientos Para Acciones del Depositario:**

Como condición precedente a la entrega, registro de transferencias o rendimiento de cualquier ADSs o cualquier combinación o quiebre de ADR o retiro de cualquier acción del capital social de Cencosud, nosotros, el Depositario o el Custodia pueden requerir al tenedor o presentador de ADR o el depositante de las acciones.

- Pago de una suma eficiente para pagar o reembolsar al Depositario, el Custodio o nosotros por cualquier impuesto u otros cargos gubernamentales y cualquier transferencia de acciones o registro de cargos u honorarios a la entrega de ADS o al rendimiento de ADS, como establece el Contrato de Depósito, y
- La producción de reportes a la satisfacción Depositario o Custodio de la identidad o genuinidad de la firma y correcta ciudadanía, residencia, controles de aprobación de intercambiode la aprobación, legal o propiedad beneficiaria, cumplimiento con las leyes aplicables y regulaciones, cumplimiento de todas las provisiones aplicables que gobiernan las acciones del capital social de Cencosud y los términos del Contrato de Depósito u otra información como estime conveniente o necesario el Depositario o como nosotros lo requiramos por escrito al Depositario o el Custodio.

La entrega, registro, registro de transferencia de ADSs o quiebre o combinación de ADRs, o de depósitos o retiro acciones de otras propiedades representadas por ADSs, en instancias particulares o generalmente, puede ser suspendido durante cualquier periodo cuando los libros de transferencia del Depositario son cerrados o su cualquier acción se entiende como necesaria o recomendable por el Depositario o nosotros cuando sea.

El Depositario actuará como el registrador de ADS o designará uno o más registradores para el registro de ADSs de acuerdo a cualquier requerimientos de la Bolsa de Valores de Nueva York o de de otros stocks de intercambio en los que se liste o mencione ADSs.

El Depositario puede designar uno o más agentes para efectuar las transferencias de ADSs o combinarlos y separar ADRs en oficinas de transferencias designadas por cuenta del Depositario. Al realizar sus funciones, el agente puede requerir pruebas de su autoridad y cumplimiento con la ley aplicable y otros requerimientos por tenedores de ADSs o personas con derecho a ADSs y tendrán derecho a la protección e indemnización también extendida al Depositario.

## **Depositorio de Libros**

La transferencia de ADSs es registrable en los libros del Depositario, siempre que el Depositario haya cerrado los libros de transferencia en cualquier momento o de vez en cuando emitió un expediente en conexión con el desempeño de sus deberes.

## **Valoración de Acciones Bajo Acciones por Propósitos de la Ley Chilena**

Para los propósitos de valoración de acuerdo a la ley chilena, el Contrato de Depósito establece que la adquisición del valor de las acciones del capital social de Cencosud entregadas a cualquier tenedor en el redimimiento de ADSs deberán las más altas reportadas en los precios de ventas del capital social de Cencosud en la Bolsa de Valores de Santiago por el día en que las transferidas del capital social de Cencosud sean registradas bajo el nombre de este tenedor en nuestros libros. En caso de que el precio de estas ventas no sea reportado por la Bolsa de Valores de Santiago u otro mercado organizado de valores durante ese día, el valor se entenderá como el precio de venta más alto en el día durante el cual el último intercambio ocurrió. Pero, si más de 30 días han pasado desde el último intercambio, este valor se ajustará de acuerdo a la variación del Índice de Precios al Consumidor chileno por el periodo correspondiente.

## Honorarios y Gastos del Depositario

En cumplimiento del Contrato de Depósito, los tenedores de nuestros ADSs puede tener un pago al Banco de Nueva York Mellon, sea directa o indirectamente, honorarios o cargos respecto a los montos establecidos a continuación:

### *Personas que están depositando o retirando acciones o tenedores de ADS deben pagar:*

\$5.00 (o menos por 100 ADSs (o porción de 100 ADSs)

\$.05 (o menos) por ADS

Un honorario equivalente al honorario que sería pagable si los valores hubieran sido distribuidos a usted que hayan acciones y las acciones hayan sido depositadas para la emisión de ADSs

\$.05 (o less) por ADSs por año calendario

Cobros de registro o transferencia

Gastos del Depositario

Impuestos y otros cargos gubernamentales que el Depositario o Custodio tengan para pagar respect a cualquier ADS o acción representada por un ADS, por ejemplo, impuestos de transferencias de acciones, impuesto de sello u otros impuestos.

### *Personas depositando o retirando acciones o tenedores de ADS deben pagar:*

Cualquier cargo incurrido por el Depositario o sus agentes por los servicios respecto los valores depositados

### *Por:*

- Emisión de ADSs, incluyendo emisiones que resulten de la distribución de acciones o derechos u otra propiedad
- Cancelación de ADSs con el fin de retirarlas, incluyendo si el Contrato de Depósito termina o si ADSs son rendibles
- Cualquier distribución en efectivo a Tenedor de ADSes
- Distribución de valores a tenedores de valores depositados que son distribuidos por el Depositario a Tenedor de ADSes
- Servicios del Depositario
- Acciones de transferencia y registro en nuestras acciones registradas a nombre del Depositario o sus agentes cuando depositas o retiras acciones
- Transmisiones de cable, telex y fax (cuando así lo exprese el Contrato de Depósito)
- Conversiones de moneda extranjera a U.S. dólares
- Cuando sea necesario

### *Por:*

- Cuando sea necesario

El Depositario recolecta sus honorarios por la entrega y rendición de ADSs directamente a los inversionistas que depositaron acciones o rindieron ADSs con el fin de retirar o de que intermediarios actuarán en su representación. El Depositario recolecta honorarios al realizar distribuciones a inversionistas dudiciendo estos honorarios de los montos distribuidos o al vender la porción de propiedad distribuíble para el pago de honorarios. El Depositario puede recolectar sus honorarios anuales por la entrega de sus servicios como depositario mediante deducciones de la caja de distribuciones o directamente presentando una boleta a los inversionistas o por medio del cargo en el sistema de entrada en libros que da cuenta de los participantes actuando por ellos. El Depositario Mayo generalmente refuse a provide fee-attracting servicios until its fees por those servicios son paid.

De vez en cuando el Depositario puede realizar pagos a nuestro favor a reembolsar y/o ingresos de acciones de las tarifas recolectadas de tenedores de ADS, o renuncia a honorarios y gastos por los servicios entregados, generalmente relacionados a costos y gastos provenientes del establecimiento y mantención del programa de ADS. Al desempeñar sus deberes de acuerdo al Contrato de Depósito, el Depositario puede utilizar intermediarios, distribuidores u otros proveedores de servicios afiliados del Depositario y que pueden ganar u honorarios en acciones o comisiones

## Pagos Depositario

Cencosud S.A. recibió del Bando de Nueva York Mellon U.S.\$ 981,841 durante 2014 por pagos depositarios en conexión con su programa de Acciones de Depositario Americano.

## PARTE II

### Ítem 13. Incumplimientos, Dividendos y No Pagos

No aplicable.

### Ítem 14. Modificaciones Materiales a los Derechos de Tenedores de Valores y Uso de Ganancias

#### A. USO DE GANANCIAS

No aplicable.

### Ítem 15. Controles y Procedimientos,

#### (a) Controles y Procedimientos de Publicación

Nuestra gerencia, con la participación de nuestro Gerente General y Gerente Financiero, llevó a cabo y evaluó la efectividad de publicar los controles y procedimientos de publicidad al 31 de Diciembre, 2014, en cumplimiento de la Regla 13a-15 promulgada de acuerdo a la Ley de Valores de 1934, enmendada (la “Ley de Valores”). De acuerdo a esta evaluación, nuestro Gerente General y Gerente Financiero concluyeron que era efectivo publicar nuestros controles y procedimientos al 31 de Diciembre, 2014.

Los controles y procedimientos de revelación tartan de controles y otros procedimiento diseñados para asegurar que la información que nos es requerido revelar en los reportes que registramos o presentamos de acuerdo a la Ley de Valores, sean registrados, procesados, resumidos y reportados dentro de los periodos de tiempo especificados en las reglas y formas de la SEC y, que esta información que se requiere sea revelada por nosotros en reportes que registramos o presentamos en cumplimiento de la Ley de Valores sea acumulado y comuniado a nuestra gerencia, incluyendo a nuestro Gerente General y Gerente Financiero, o personas que desempeñar funciones similares, para tomar decisiones apropiadas respectoo a la revelecaión requerida.

#### (b) Reporte anual de Gerencia respecto al control de reporte financier (ICFR)

Nuestra gerencia es responsable de establecer y manteber controles internos adecuados sobre el reporte financier como se define en las Reglas 13a-15(f) y 15d-15(f) de la Ley de Valores. El control interno de la Compañía sobre reportes financierps es un proceso diseñado bajo la supervisión del Gerente General y el Gerente Financiero de la Compañía para entregar seguridad razonable respectoo a la confianza del reporte financiero y la preparación de estados financieros para propósitos externos de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados e incluye las políticas y procedimientos que:

- (i) Respectoo a la mantención de registros que, en detalle razonable, refleja exactitud y corectas transacciones y disposiciones de los activos de la Compañía;
- (ii) Entregar seguridad razonable de que las transacciones serán registradas como es necesario para permitir la preparación de estados financieros de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados, y que Iso recibos y gastos fueron realizados sólo de acuerdo con la autorización de la gerencia y directores de la Compañía; y
- (iii) Entregar seguridad razonable respectoo a la prevención o detección oportuna de adquisición, uso o disposición de los activos de la Compañía no autorizadas que podrían tener un efeco material en los estados financieros.

Debido a sus limitaciones inherentes, el control interno sobre los reportes financieros puede no prevenir o detectas problemas en las declaraciones. También las proyecciones de cualquier evaluación de efectividad a periodos futuros están sujetas al riesgo que los controles se pueden volver inadecuados y que el grado de cumplimiento con las políticas o procedimientos puede deteriorarse.

Nuestra gerencia con la participación de nuestro Gerente General y el Gerente Financiero, han ponderado la efectividad del control interno de Cencosud sobre el reporte financiero al 31 de Diciembre, 2014 basado en los criterios establecidos de *Control Interno—Marco Integrado (1992)* emitido por el Comité de Organizaciones Auspiciadores de la Comisión Treadway (“COSO”).

De acuerdo a esta evaluación, nuestra gerencia concluyó que nuestro control interno respectoo reportes financieros fue efectivo al 31 de Diciembre, 2014 basado en criterios de *Control Interno – Marco Integrado (1992)* emitido por COSO.

#### (c) Reporte de Certificación de la firma de contabilidad registrada públicamente

La efectividad de nuestro control interno sobre reporte financiero al 31 de Diciembre, 2014 ha sido auditada por PricewaterhouseCoopers Consultores, Auditores y Compañía Limitada, una firma de contabilidad independiente de registro público, como lo indica el reporte en que esto aparece.

## Remediación de Debilidades Materiales Previamente Mencionadas en Controles Internos Control Sobre el Reporte Financiero

Durante el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014, implementado las medidas para mejorar los controles y referirse previamente a identificar una debilidad material a partir de la agregación del impacto potencial de tres emisiones en nuestro ambiente de TI: controles inadecuados sobre los deberes de segregación y acceso restringido al sistema, retiro tardío de acceso a ex usuarios, y falta de controles de monitoreo sobre usuario de emergencia. Estas medidas incluyen:

- *Controles inadecuados sobre deberes de segregación acceso restringido al sistema:* La Compañía despegó herramienta de TI para mejorar los controles sobre los deberes de segregación de duties y el acceso a transacciones críticas, y completar la implementación de softwares que sisten la administración automatizara y controlar los procesos de provisionamientos a usuarios finales.
- *Retiro tardí de acceso a ex usuarios:* La Compañía ha implementado controles para el retiro oportuno para usuarios terminados e inactivos.
- *Falta de monitorear los controles sobre usuarios de cuenta de emergencia:* La Compañía mejoró los controles relacionados al poceso de emergencia que da cuentas de las provisiones y ha implementado monitoreos de los controles relacionados a estos usuarios de cuenta.

Luego de finalziar nuestro testeo del diseño y efectividad de operación de estos procedimientos nuevos, concluimos que logramos remediar previamente las debilidades materiales identificadas al 31 de Diciembre, 2014.

### (d) Cambios en el control interno sobre reporte financiero.

Nuestra gerencia, con la participación de nuestro Gerente General y el Gerente Financiero, condujo una evaluación de nuestro control interno sobre reporte financier e identificó que cambios en los mencionados esfuerzos de remediación fueron cambios en el control interno sobre reporte financiero que ocurrió durante el año finalizado el 31 de Diciembre, 2014 que afectó materialemnte o es razonable creer que afectará mterialmente el control interno de la Compañía sobre el reporte financiero.

## **Ítem 16A. Comité Experto Auditor Financiero**

Los miembros del comité auditor son David Gallagher, Roberto Philipps y Cristián Eyzaguirre, cada uno es un independiente dentro del gobierno corporativo de acuerdo al significado que le da las reglas de la SEC. Nuestra junta de directores ha determinado que Roberto Philipps es “experto auditor del comité financiero” como lo define la SEC.

## **Ítem 16B. Código de Ética**

Hemos adoptado un código de ética y conducta de negocios que se aplica a nuestros directores, ejecutivos y todos nuestros empleados. El texto de nuestro código de ética se encuentra en nuestro sitio web: [www.cencosud.com/inversionistas/](http://www.cencosud.com/inversionistas/) en “información de interés”. La información en nuestro sitio web no está incorporada por referencia en este documento.

## **Ítem 16C. Honorarios y Servicios del Contador Principal**

La siguiente tabla establece las categorías de honorarios agregados especificadas en conexión con ciertos servicios profesionales rendidos por PreciowaterhouseCoopers *Consultores, Auditores y Compañía Limitada* (“PwC”), una firma de contabilidad independiente registrada y nuestros principales auditores externos, por los periodos indicados. Excepto como se establece abajo, no pagamos ningún otro honorario a nuestros auditores durante los periodos indicados.

	<b>Para el Año Finalizado 31 de Diciembre,</b>		
	<b>(en thousands de Ch\$)</b>		
	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Honorarios de Auditores <sup>(1)</sup>	6,700,051	7,697,867	5,859,442
Honorarios Relacionados a Auditores <sup>(2)</sup>	376,910	86,450	277,914
Cargos Tributarios <sup>(3)</sup>	114,000	312,431	393,073
<b>Total</b>	<b>7,190,961</b>	<b>8,096,748</b>	<b>6,530,429</b>

- (1) “Honorarios de Auditores” quiere decir honorarios pagados por los servicios profesionales entregados por nuestros auditores principale por la auditoría de nuestros estados financieros así como los servicios de auditoría relacionados por SEC y otras presentaciones regulatorias, incluyendo la oferta pública inicial.

- (2) “Honorarios Relacionados a Auditores” representa los cargos agregador por servicios profesionales entregados por nuestros auditores principales por el seguro y servicios relacionados.
- (3) “Cargos Tributarios” son los cargos facturados en cumplimiento de impuestos y consultas tributarias en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia.

Nuestro comité de auditorías pre aprueba todas las auditorías y servicios que no sean auditorías entregados por nuestro auditor independiente en cumplimiento de la Ley de Sarbanes-Oxley de 2002.

#### **Ítem 16D. Excepciones de los Estándares de Registros por Comité de Auditores**

No aplicable.

#### **Ítem 16E. Compras de Valores Equidad por el Emisor y Compras Afiliadas**

No aplicable.

#### **Ítem 16F. Cambio en el Certificado de Contabilidad del Registrante**

Durante los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012 y a la fecha de este reporte anual, el auditor principal independiente realizó la auditoría de nuestros estados financieros, PwC, no ha renunciado, indicando que declinó su estado por una reelección tras la finalización de la actual auditoría o desde su despido. Por cada uno de los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012, PwC no ha expresado apoyo en otros contadores o firma de contabilidad en sus reportes respecto a nuestros estados financieros anuales auditados por estos periodos.

Durante los años finalizados el 31 de Diciembre, 2014, 2013 y 2012 y a la fecha de este reporte anual, nos hemos comprometido con un nuevo principal independiente para que se el contador principal para auditar nuestros estados financieros, o como principal independiente para auditar una subsidiaria significativa y en la que el contador principal se espera que exprese apoyo en su reporte.

#### **Ítem 16G. Gobierno Corporativo**

##### **Resumen General de Diferencias Significativas Respeco a las Normas de Gobierno Corporativo**

Como emisor privado extranjero, podríamos seguir las practicas de gobierno de nuestro hogar París a falta de la mayoría de las normas de registro de gobierno corporativo de NYSE o los Estándares de NYSE. Nuestras prácticas de gobiernos corporativos difieren en partes significativas de aquellas que las empresas de Estados Unidos debe adoptar para mantener su registro NYSE y, de acuerdo a la Sección 303A.11 del Manual de Compañías Registradas NYSE, un breve resumen general de estas diferencias es entregado a continuación. *Composición de la Junta de directores; Independencia.* Los Estándares de Registro de NYSE establecen que las compañías registradas deben tener una mayoría de directores independientes y que ciertos comités de la junta deben consistir de solo directores independientes. Según la Regla 303A.02 de NYSE, un director corresponde a un independiente sólo si la junta determina que este director no tiene ninguna relación material con la Compañía, sea directa o indirectamente. Adicionalmente los Estándares de Registro de NYSE enumeran un número de relaciones que establecen la independencia.

De acuerdo a la enmienda de la Ley de Sociedades Chilenas, en efecto al 01 de Enero, 2010, una sociedad abierta debe tener al menos un independiente directo (de un mínimo de siete directores) cuando la capitalización de su mercado alcance o exceda 1.5 millones *Unidades de Fomento* (Al 31 de Diciembre, 2014 aproximadamente Ch\$ 4,374,558 millones) y al menos 12.5% de sus acciones pendientes con derecho a voto sean de posesión de accionistas que individualmente controlan o poseen al menos un 10% de estas acciones. Adicionalmente la Ley de Sociedades Chilena enumera un número de relaciones que rechazan la independencia. La Ley de Sociedades Chilena también establece un número de principios de aplicación general designados para evitar conflictos de interés y a establecer reglas y procedimientos para conducir transacciones de partes relacionadas. Específicamente, directores electos por un grupo o clase de accionistas que tienen los mismos deberes frente a la Compañía y a otros accionistas como el resto de los directores, y todas transacciones con la Compañía en que tiene un interés, debe ser en interés de y para beneficio de la Compañía, comparadas en precio, términos y condiciones a aquellas que prevalecen en el mercado al momento de su aprobación y cumplimiento con los requisitos y procedimientos establecidos en el Capítulo XVI y la Ley de Sociedades Chilena. Ver “Ítem 7. Accionistas Mayores y Transacciones de Partes Relacionadas.”

Incluso estas transacciones deben ser revisadas por el comité de directores (como se define a continuación); requieren que previa aprobación de la junta de directores, excluyendo el interés de directores, y deben revelar en la siguiente junta de accionistas, a menos que estas transacciones caigan dentro de las excepciones contempladas en el Ley de Sociedades Chilena (por ejemplo los mínimos montos de transacción, o si la contraparte es una subsidiaria de su entera propiedad o cuando la transacción caiga dentro del curso ordinario y así lo determine la política de la Compañía respecto a las transacciones de negocios como sean aprobadas por la junta de

directores). Ver Ítem 7. Accionistas Mayores y Transacciones de Partes Relacionadas.” En cumplimiento a la Regla 303A.00 de NYSE, podemos seguir las prácticas chilenas y no se requiere tener una mayoría de directores independientes.

*Comités.* The Las Reglas de Registro de NYSE exigen que las compañías registradas tengan una Nominación/Comité de Gobierno Corporativo, un Comité de Compensación y un Comité Auditor. Cada uno de estos comités must consiste en solo directores independientes y deben tener una guía escrita que se refiera a ciertos asuntos especificados por las reglas de registro.

Según la ley chilena, el único comité de la junta que se requiere que sea un *comité de directores*, compuesto de tres miembros, este comité teniendo la responsabilidad directa de (a) revisar los estados financieros de la Compañía y los reportes de auditores independientes y emitir una opinión en estos estados financieros y reportar previo a su entrega por la aprobación de los accionistas, (b) hacer recomendaciones a la junta de directores respecto a la designación de auditores independientes y agencias calificadoras de riesgos que la junta puede proponer en la junta de accionistas, (c) revisar las transacciones de partes relacionadas, y emitir un reporte respecto a estas transacciones, (d) revisar las políticas y planes de compensación de nuevos gerentes, ejecutivos principales y empleados, (e) preparar un reporte anual respecto al desempeño de sus deberes, incluyendo las recomendaciones principales a accionistas; (f) reportar a la junta de directores la conveniencia de retener servicios que no sean auditorías de auditores externos, si la naturaleza de estos servicios podría complicar su independencia; y (g) desempeñar otros deberes como lo definen los estatutos de la Compañía, por lo general las reuniones o junta de accionistas. Requerimientos que serán de un independiente directo son establecidos en “Ítem 6. Directores, Gerencia Senior y Empleados—Prácticas de la Junta.”

*Aprobación de Accionistas de Planes de Compensación de Equidad.* De acuerdo a las Reglas de Registro de NYSE, los accionistas deben dar la oportunidad para votar respecto a todos los planes de compensación de equidad y sus revisiones materiales, con excepciones limitadas. Un “plan de compensación de equidad” es un plan o arreglo que establece la entrega de valores de equidad de cualquier empleado de la compañía registrada, directo u otros proveedores de servicios como compensación por servicios.

De acuerdo a la ley chilena, previa aprobación por accionistas en una junta extraordinaria de accionistas, hasta un diez por ciento de un aumento de capital en una sociedad abierta puede ser dejado de lado para fundar planes de compensación de equidad para empleados de la compañía y/o empleados de las subsidiarias de la compañía. En cumplimiento de la Regla 303A.00 de NYSE, como emisor privado extranjero, podemos seguir las prácticas chilenas y no se requiere el cumplimiento de las Reglas de Registro de NYSE respecto a la aprobación de planes de compensación de equidad.

*Guías de Gobierno Corporativo.* Las Reglas de Registro de NYSE establecen que las compañías registradas deben tener y revelar las guías de su gobierno corporativo que establezcan lo siguiente (a) normas de calificaciones de director; (b) responsabilidades de directores; (c) acceso a gerencia de directores y consejeros independientes; (d) compensación de directores; (e) orientación y continuidad de educación de directores; (f) sucesión de gerencia; y (g) evaluación de desempeño anual de la junta. La ley chilena no requiere que estas guías sean adoptadas. Las responsabilidades de los directores y su acceso a la gerencia y consejeros independientes son directamente establecidas por la Ley aplicable. La compensación de los directores se determina en la junta anual de accionistas en cumplimiento a la Ley aplicable. Como emisor privado extranjero, seguimos las prácticas chilenas y no debemos revelar estas guías de gobierno corporativo.

Durante el año 2012, la Superintendencia de Valores y Seguros, o “SVS adoptó nuevas regulaciones que exigen que sociedades abiertas produzcan información respecto a las reglas de su gobierno corporativo actuales y revelen esta información a más tardar el 30 de Junio, 2013 y luego hasta el 31 de Marzo de cada año calendario.

En cumplimiento de estas regulaciones, la Compañía planea entregar y publicar la información relevante respecto a sus prácticas de gobierno corporativo y políticas que actualmente surten efectos, así como prácticas de gobierno corporativo y políticas que estén en el proceso de adoptar o revisar su futura implementación.

*Code de Business Conduct.* Las Reglas de Registro de NYSE exigen que las compañías registradas adopten y revelen un código de conductas y ética de negocio para directores, ejecutivos y empleados, y revelar inmediatamente cualquier renuncia al código por parte de directores o ejecutivos.

Hemos adoptado un código de ética que incluye guías de conductas de negocios que generalmente se aplican a todos nuestros ejecutivos y empleados. Una copia de este código de ética de negocio enmendado está disponible en nuestro sitio web [www.cencosud.com/inversionistas/](http://www.cencosud.com/inversionistas/) en “información de interés”. La información en nuestro sitio web no está incorporada por referencia en este documento.

*Información de Interés al mercado.* En 2008, la SVS promulgó nuevas Reglas que requieren que las sociedades abiertas adopten un manual respecto a la revelación de información de interés para el mercado, miembros de la junta y transacciones de acciones de ejecutivos y periodos de black-out para estas transacciones. Este manual se aplica a nuestros directores, los directores de nuestras subsidiarias, nuestros ejecutivos, algunos de nuestros empleados que pueden estar en posesión de información confidencial, reservada

o privilegiada de interés, y a nuestros consejeros. El manual surte efectos desde el 01 de Junio, 2008. Una copia del manual respectoo revelación de información de interés al mercado, fue enmendado el 18 de Marzo, 2010, y está disponible en nuestro sitio web <http://www.cencosud.com/inversionistas/>. La información en nuestro sitio web no está incorporada por referencia en este documento.

*Sesiones Ejecutivas.* Directores empoderados que no forman parte de la Gerencia sirven como un medio de chequeo efectivo de la Gerencia, las Reglas de Registro de NYSE establecen que los directores que no formen parte de la Gerencia de cada Compañía deben cumplir con las sesiones ejecutivas programadas sin la Gerencia.

Se acuerdo a la ley chilena la oficina de un director no es legalmente compatible con las oficinas de los oficiales de la Compañía en sociedades abiertas. La junta de directores ejerce sus funciones como un cuerpo colectivo y puede delegar parcialmente sus poderes a ejecutivos, abogados, a directos o a una comisión de la junta de la Compañía, y por propósitos específicos a otras personas. Como emisor privado extranjero, podemos seguir las practices chilenas y no se requiere que cumplan las Reglas de Registro de NYSE para sesiones ejecutivas.

*Requerimientos de Certificación.* Según las Reglas de Registro de NYSE, Sección 303A.12 (a) establecen que el Gerente General de cada compañía registrada deben certificar al NYSE cada año que él o ella no tienen conocimiento de ninguna violación por parte de la Compañía de las reglas de registro de gobierno corporativo NYSE, la Sección 303A.12 (b) establece que cada Gerente General de la compañía registrada debe notificar inmediatamente a NYSE por escrito luego de que cualquier ejecutivo de la compañía registrada tenga conocimiento de incumplimientos materiales de cualquiera de las provisiones de la Sección 303A.

Como emisor privado extranjero, debemos cumplir la Sección 303A.12 (b) de las Reglas de Registro de NYSE, pero no debemos cumplir con la 303A.12 (a).

#### **Ítem 16H. Revelación de Seguridad en Minas**

No aplicable.

### **PARTE III**

#### **Ítem 17. Estados Financieros**

Hemos respondido al Ítem 18 a falta de responder este ítem.

#### **Ítem 18. Estados Financieros**

Ver páginas F-1 a F-219 de este reporte anual.

#### **Ítem 19 Anexos**

<u>Anexo N.</u>	<u>Descripción</u>
1.1	Estatutos reafirmados por Cencosud S.A., previamente archivados como anexo 1.1 al reporte anual de la Compañía (Archivo N° 001-35575) para el año finalizado el 31 de Diciembre, 2012, presentado con la Comisión de Mercados y Valores el 07 de Mayo, 2013 (“2012 Porma 20-F”) e incorporado como referencia aquí.
4.1	Contrato de Compra de Acciones entre UBS A.G., rama de Londres, como comprador, Palermo Argentina Holdings I, S.L., Palermo Argentina Holdings II, S.L., Internacional Finance Sociedad, SCF Chile S.A., BSSF Chile S.A., y BSSFP Chile S.A, como compradores, con fecha 30 de Marzo, 2011, previamente presentado como anexo 10.1 al estado de registro de la Compañía en la Porma F-1 (Archivo N° 333-181711) presentado con la Comisión de Mercados y Valores el 25 de Mayo, 2012 (“Porma F-1”) e incorporado como referencia aquí.
4.2	Contrato de Opción entre Cencosud S.A. y UBS A.G., rama de Londres, con fecha 30 de Marzo, 2011, y documentos relacionados, previamente presentados como anexo 4.2 a la Porma 20-F Compañía 2012 e incorporado como referencia aquí.
4.3	Contrato con fecha 20 de Enero, 2011, entre Cencosud S.A., como emisor, Cencosud Retail S.A., como garante, y el Banco de Nueva York Mellon, como fideicomisario, agente pagador, agente de registro y agente de transferencia, y el Banco Central de Nueva York Mellon (Luxemburgo) S.A., como agente pagado de Luxemburgo y agente de transferencia de Luxemburgo, previamente presentado como anexo 4.3 a la Porma 20-F Compañía 2012 e incorporado como referencia.
4.4	Contrato con fecha 06 de Diciembre, 2012, entre Cencosud S.A., como emisor, Cencosud Retail S.A., como garante, y el

**Anexo**  
**N.**

---

**Descripción**

Banco de Nueva York Mellon, como fideicomisario, agente pagador, agente de registro y agente de transferencia, y el Banco Central de Nueva York Mellon (Luxemburgo) S.A., como agente pagado de Luxemburgo y agente de transferencia de Luxemburgo, previamente presentado como anexo 4.4 a la Porma 20-F Compañía 2012 e incorporado como referencia..

<u>Anexo N.</u>	<u>Descripción</u>
<b>4.5</b>	Contrato de Crédito con fecha 17 de Octubre, 2012, ente Cencosud S.A., como prestamista, las partes que prestan aquí, y Banco JPMorgan Chase, Asociación Nacional, como Agente Administrativo, previamente presentado como anexo 4.5 a a la Porma 20-F Compañía 2012 e incorporado como referencia aquí.
<b>4.6</b>	Contrato de Compra de Acciones con fecha 18 de Octubre, 2012, entre Carrefour Nederly B.V., Carrefour S.A. y Cencosud S.A., previamente presentado como anexo 4.6 a a la Porma 20-F Compañía 2012 e incorporado como referencia aquí.
<b>4.7</b>	Resumen en Inglés del 2013 Plan—Plan de Opciones sobre Acciones, previamente presentado como anexo 10.3 a a la Porma F-1 Compañía 2012 e incorporado como referencia aquí.
<b>4.8</b>	Resumen en Inglés del Plan de Incentivo — Plan de Opciones sobre Acciones, previamente presentado como anexo 10.4 a a la Porma F-1 Compañía 2012 e incorporado como referencia aquí.
<b>4.9</b>	Resumen en Inglés del Plan de Retención — Plan de Opciones sobre Acciones, previamente presentado como anexo 4.9 a a la Porma 20-F Compañía 2012 e incorporado como referencia aquí.
<b>4.10</b>	Contrato con fecha 12 de Febrero, 2015, entre Cencosud S.A., como emisor, Cencosud Retail S.A., como garante, y el Banco de Nueva York Mellon, como fideicomisario, agente pagador, agente de registro y agente de transferencia, y el Banco Central de Nueva York Mellon (Luxemburgo) S.A., como agente pagado de Luxemburgo y agente de transferencia de Luxemburgo, relacionado a Notas Senior Notes debidas al 2025.
<b>4.11</b>	Contrato con fecha 12 de Febrero, 2015, entre Cencosud S.A., como emisor, Cencosud Retail S.A., como garante, y el Banco de Nueva York Mellon, como fideicomisario, agente pagador, agente de registro y agente de transferencia, y el Banco Central de Nueva York Mellon (Luxemburgo) S.A., como agente pagado de Luxemburgo y agente de transferencia de Luxemburgo, relacionado a Notas Senior Notes debidas al 2045.
<b>8.1</b>	Subsidiarias de Cencosud S.A.
<b>12.1</b>	Certificación del Gerente General en cumplimiento de la Sección 302 del Acta de Sarbanes-Oxley del 2002.
<b>12.2</b>	Certificación del Gerente General en cumplimiento de la Sección 302 del Acta de Sarbanes-Oxley del 2002.
<b>13.1</b>	Certificación del Gerente General y del Gerente en cumplimiento de la Sección 906 del Acta de Sarbanes-Oxley del 2002.

## Firmas

El registrante aquí certifica que cumple con todos los requerimientos para presentar la Porma 20-F y que debidamente causado y autorizado el firmante la firma del reporte anual en su representación.

Cencosud S.A.

/s/ Jaime Soler

Nombr Jaime Soler

e:

Cargo: Gerente General

Fecha: 30 de Abril, 2015