



Cuarto Trimestre 2015

RESULTADOS CONSOLIDADOS 4T15

- Desempeño mejora considerablemente como resultado de los planes de eficiencia y la revisión de estrategias comerciales implementadas.
- Margen bruto incrementa 190 bps y margen EBITDA ajustado mejora 235 bps, alcanzando 9,3%, el mayor de los últimos 3 años. EBITDA ajustado se expande 35,1% con crecimiento a doble dígito en Centros Comerciales, Tiendas por Departamento y Mejoramiento del Hogar.
- Utilidad neta se expande 86,6%, llegando a CLP 187.535 millones.
- Ratio Deuda Financiera Neta/EBITDA ajustado bajó 50 bps vs 4T14 y alcanzó 3.3x. Excluyendo los efectos no-recurrentes de los últimos 12 meses, el ratio alcanzó 2.8x.

DESEMPEÑO NEGOCIOS

Supermercados: alcanza margen EBITDA de 7,4% impulsado por el mejor desempeño en Colombia y Argentina

Argentina: mejora en 138 bps el margen EBITDA a/a luego de ajustes en la estructura y procesos. **Colombia:** el aumento de 263 bps en el margen EBITDA refleja el crecimiento de doble dígito en SSS de perecederos y mejores acuerdos con proveedores. **Chile:** continúa logrando un margen EBITDA de doble dígito con una mejora en los niveles de mermas y centralización de procesos. **Perú:** logra un aumento en SSS versus 3T15. **Brasil:** margen EBITDA positivo y en línea con lo alcanzado el año anterior: Prezunic continúa logrando SSS positivo y mejorando sus niveles de rentabilidad, Gbarbosa continúa mejorando el desempeño en perecederos, Bretas ajustando su estrategia comercial volcándose al desarrollo de perecederos y conversión de algunas tiendas a Atacarejo.

Tiendas por Departamento: logra margen EBITDA de 8,1%, por record de rentabilidad en Chile y crecimiento doble dígito de SSS en Perú

Chile: el negocio obtiene un margen EBITDA de 8,8%, el más alto históricamente, impulsado por un margen EBITDA de 8,5% en Paris y 10,3% en Johnson. Johnson logra su primer año de EBITDA positivo desde la adquisición. **Perú:** continúa la expansión de doble dígito en SSS.

Mejoramiento del Hogar: alcanza un margen EBITDA de 13,3% por un mejor desempeño en Chile, Argentina y Colombia

Chile: mejoras en la rentabilidad por implementación de plan de eficiencia. **Argentina:** continúa con sólidos niveles de crecimiento en venta y rentabilidad.

Centros Comerciales: continua un desempeño resiliente frente al ciclo económico

Chile y Argentina: mejoras en la rentabilidad por altos niveles de ocupación. **Perú:** mejoran niveles de ocupación. **Colombia:** en proceso de fortalecimiento en mix de arrendatarios.

Eventos Relevantes

- **Venta de Activos no Estratégicos:** proceso continúa avanzando. A la fecha se ha completado la venta de:
 - **Farmacias:** El 10 de febrero se anunció la venta de 47 farmacias en Perú que operaban al interior de los supermercados Wong y Metro a la cadena Mifarma. Este acuerdo incluye el traspaso de los activos y arriendo de los locales por 10 años a partir de marzo 2016.
 - **Inmuebles y Terrenos en Chile:** acuerdo de venta de 9 propiedades.
 - **Otros activos:** El 1 de marzo se anunció la venta de la participación del 33,3% en la sociedad Mall Viña del Mar S.A. -propietaria y operadora de un Centro Comercial en Viña del Mar y otro en Curicó- por valor de UF 4.275.000 (aprox. USD 160 millones).
- **IPO Centros Comerciales:** continúa el avance del trabajo de estructuración y preparación de la transacción con los bancos de inversión.
- **Programa de 120 tiendas:** al cierre de diciembre ya se habían analizado en comité el total de tiendas bajo este programa, y fijado su respectivo plan de acción para mejorar resultados. Dentro del avance de este plan, que comenzó en abril 2015, 8 tiendas fueron cerradas¹ y 17 tiendas pasaron a obtener EBITDA positivo.

Destacados Financieros 4T15²

(En millones de pesos chilenos al 31 de diciembre 2015)

	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015	2014	Δ %	2015	2014	Δ %
Ingresos	3.048.854	3.014.833	1,1%	10.991.338	10.711.029	2,6%
Costo de Ventas	-2.143.598	-2.177.047	-1,5%	-7.813.226	-7.827.432	-0,2%
Ganancia Bruta	905.256	837.785	8,1%	3.178.112	2.883.597	10,2%
Margen Bruto	29,7%	27,8%	190 bps	28,9%	26,9%	199 bps
Gasto de Administración y Ventas	-682.708	-686.612	-0,6%	-2.675.486	-2.482.777	7,8%
Otros ingresos, por función	145.154	78.038	86,0%	210.521	114.438	84,0%
Otras ganancias (pérdidas) ³	-1.369	-1.648	-16,9%	-63.082	-6.515	868,3%
Resultado Operacional	366.333	227.564	61,0%	650.065	508.743	27,8%
Participación en las ganancias de asociadas	5.296	5.730	-7,6%	14.067	8.893	58,2%
Costo Financiero Neto	-75.981	-49.025	55,0%	-244.100	-173.548	40,7%
Variaciones por diferencias tipo de cambio	-9.600	-3.657	162,5%	-116.743	-24.411	378,2%
Resultado por Unidades de Reajuste	-6.113	-13.207	-53,7%	-22.009	-39.576	-44,4%
Resultado No Operacional	-86.398	-60.158	43,6%	-368.784	-228.642	61,3%
Resultado antes de impuestos	279.935	167.405	67,2%	281.281	280.101	0,4%
Impuesto a la renta	-92.400	-66.908	38,1%	-58.540	-100.486	-41,7%
Ganancia de Operaciones Continuas	187.535	100.497	86,6%	222.740	179.615	24,0%
Ganancia Operaciones Discontinuas	0	778	-100,0%	9.244	11.409	-19,0%
Ganancia (pérdida)	187.535	101.275	85,2%	231.985	191.024	21,4%

- El margen bruto se **expandió 190 bps** a/a alcanzando 29,7% en el 4T15. Este aumento es resultado de mejores condiciones comerciales con proveedores, una actividad promocional más ajustada y una mejora en la merma.
- El resultado operacional **augmentó 61,0%** a/a, lo que refleja el foco de Cencosud en la eficiencia y mejora en la rentabilidad de todas las operaciones.
- Utilidad **augmentó 86,6%** a/a explicado por el **incremento del resultado operacional**, que fue parcialmente contrarrestado por el **aumento de los gastos financieros** y la pérdida por **diferencia de cambio**. Ambos incrementos están influenciados por el incremento en la proporción de deuda en USD después de derivados (11% en 4T14 vs.

¹ Del total de 8 cierres, 4 fueron efectuados el 31 de diciembre, por lo que comenzarán a verse reflejados en un menor número de tiendas a contar de enero 2016.

² Como consecuencia de la asociación entre Scotiabank y Cencosud por el negocio de Retail financiero en Chile, en 4T14 la división de Servicios Financieros incluye la operación chilena línea a línea (se encuentra consolidada y luego eliminada en operaciones discontinuadas), en cambio en 4T15 el 49% de la utilidad está incluida en "Participación en las ganancias de asociadas".

³ En 3T15 Cencosud hizo la reclasificación del Fair Value de los instrumentos derivados desde la línea "Otras ganancias (pérdidas)" que formaba parte del resultado operacional, hacia "Costo Financiero Neto" y "Diferencia de Cambio" para excluir del resultado operacional variables que no reflejen el desempeño de los negocios.

32% en 4T15)- producto de la emisión de Bonos en el mercado internacional efectuada en Febrero 2015 - junto a la devaluación del peso chileno a/a (14,4%) en el caso de la diferencia de cambio.

Desempeño Consolidado

Supermercados

SUPERMERCADOS	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015	2014		2015	2014	
	CLP MM	CLP MM	Δ %	CLP MM	CLP MM	Δ %
Chile	683.793	663.736	3,0%	2.504.714	2.354.805	6,4%
Argentina	602.847	527.819	14,2%	2.154.753	1.813.586	18,8%
Brasil	401.503	548.711	-26,8%	1.677.543	2.154.313	-22,1%
Perú	245.321	233.033	5,3%	867.511	836.677	3,7%
Colombia	226.113	269.206	-16,0%	841.046	999.857	-15,9%
Ingresos	2.159.578	2.242.506	-3,7%	8.045.566	8.159.237	-1,4%
Chile	180.694	176.561	2,3%	628.725	588.723	6,8%
Argentina	187.980	162.892	15,4%	679.447	556.577	22,1%
Brasil	86.435	115.760	-25,3%	360.576	420.837	-14,3%
Perú	54.476	52.121	4,5%	194.021	183.532	5,7%
Colombia	45.761	51.373	-10,9%	168.431	192.799	-12,6%
Resultado Bruto	555.346	558.707	-0,6%	2.031.199	1.942.468	4,6%
Margen Bruto	25,7%	24,9%	80 bps	25,2%	23,8%	144 bps
Gastos de Adm. Y Ventas	-429.640	-449.242	-4,4%	-1.722.351	-1.662.113	3,6%
Resultado Operacional	127.412	111.569	14,2%	317.316	289.567	9,6%

Chile

- **Ingresos:** crecieron 3,0% impulsados por un SSS de 1,6% y la apertura neta de 7 tiendas a/a. El desempeño de SSS se vio impactado por una alta base de comparación (huelga de un competidor en diciembre 2014), aumento de la actividad promocional en el mercado y un mayor crecimiento orgánico de la competencia.
- **Margen Bruto:** mostró una leve contracción de 18 bps, explicada por una alta base de comparación, dado el mayor ingreso de rebates en 4T14 vs. 4T15, aislando dicho efecto, el margen bruto aumenta 187 bps por menores mermas y ahorros producto de centralización de procesos (carnicería, pastelería y comidas preparadas) y mejor desempeño logístico.
- **Resultado Operacional:** se contrajo 35 bps a/a por el menor margen bruto, mayores gastos en energía (alza del 30% en tarifa eléctrica), mayor pago de comisiones de tarjetas de crédito e incremento en provisión legal, parcialmente contrarrestado por una mejor gestión de cobranza.

Argentina

- **Ingresos:** crecieron 14,2% a/a impulsados por un SSS de 13,9% y una apreciación del tipo de cambio oficial promedio de 0,8% en 4T15 vs. 4T14.
- **Margen Bruto:** mostró una expansión de 32 bps como resultado de una actividad promocional más acotada a/a.
- **Resultado Operacional:** mostró un incremento de 71,8% y el margen se expandió 174 bps, como resultado de una adecuación a la estructura y los esfuerzos de la división en reducir gastos discrecionales.

Brasil (Consolidado)

- **Ingresos:** impactados por la devaluación del Real respecto al Peso Chileno y la disminución de SSS en 6,1% (a pesar de ser el mejor resultado de los últimos 3 trimestres), parcialmente compensado por la apertura neta de tres tiendas a/a. El desempeño de SSS se explica por una caída en las ventas de Bretas y non-food de Gbarbosa, lo que fue parcialmente compensado por el crecimiento de ventas en Prezunic (SSS 3,9%), Mercantil Rodriguez (SSS 13,1%) y la mejora en las ventas food de Gbarbosa.
- **Margen Bruto:** por quinto trimestre consecutivo se logra una expansión de margen bruto a/a (+43 bps vs. 4T14) debido a la mejor gestión de precios en conjunto a la menor actividad promocional, y mayor recupero logístico.

- **Resultado Operacional:** cae como consecuencia de la menor absorción de los gastos y el alza en el costo de energía y arriendo, compensada parcialmente por menores gastos en marketing, administración central y mantención.

Prezunic

- **Ingresos:** SSS positivo de 3,9% como resultado de la nueva estrategia comercial implementada, que implicó una revisión del mix de productos y la política de precios, además de una mejora en el indicador de disponibilidad de productos en sala.
- **Margen Bruto:** aumenta 18 bps a/a como resultado del proceso de mejora continua en el que se encuentra la bandera, que mantiene los esfuerzos en seguir obteniendo mejores condiciones comerciales con proveedores, menores mermas y menores costos logísticos.
- **Resultado Operacional:** mostró un incremento de 62% y el margen se expandió 129 bps, explicado por el mayor margen bruto y menores gastos en administración por menor dotación, mantención y marketing, reflejo de los beneficios obtenidos por la ejecución del plan de eficiencia.

Gbarbosa

- **Ingresos:** SSS negativo explicado por la caída en ventas de non-food (caída de doble dígito en electro, en línea con las actuales condiciones del mercado y lo que está experimentando la competencia), parcialmente compensado por un aumento en las ventas de alimentos, las cuales mejoran su performance en el trimestre. Como una forma de compensar la caída de ventas en electro, la Compañía está cambiando la propuesta comercial, impulsando categorías que atraen mayor flujo a la sala de venta y generando habitualidad en la compra desde el perecible.
- **Margen Bruto:** a pesar de la caída en la venta se logra una mejora de 190 bps a/a como resultado del foco en una estrategia de precios más competitiva, una reducción de 70 bps en la merma y costos logísticos reducidos.
- **Resultado Operacional:** mostró un aumento de 8% a/a como resultado del mayor margen bruto, parcialmente compensado por los mayores costos de energía.

Bretas

- **Ingresos:** SSS negativo reflejando la menor actividad económica, presión competitiva del segmento atacarejo y el aumento de aperturas por parte de la competencia. Bretas ha visto una mejor performance en ventas y rentabilidad, en las tiendas transformadas a este formato (3 tiendas) y continúa su plan para realizar más transformaciones durante 2016. Adicionalmente, la cadena tiene como pilar entregar una propuesta mejorada del área perecible, fortaleciendo la logística para esta categoría, y ampliando el mix de productos.
- **Margen Bruto:** El mayor costo de ventas a/a se explica en parte por un aumento de la merma al ampliar el foco de perecedero, parcialmente contrarrestado por una menor actividad promocional.
- **Resultado Operacional:** mostró una caída a/a producto de la reducción en el margen bruto y la menor absorción de los gastos por la caída de la venta (mayores costos de energía y arriendo).

Perú

- **Ingresos:** crecen 5,3% impulsados por un SSS de 1,0% y la apertura neta de 3 tiendas vs. 4T14.
- **Margen Bruto:** decreció marginalmente en 16 bps debido a la mayor actividad promocional, sobre todo en el mes de diciembre, y a un mayor peso de la venta mayorista.
- **Resultado Operacional:** creció 3,4% y el margen se comprimió 13 bps, explicado por el menor margen bruto, parcialmente contrarrestado por una leve mejora en los gastos, que estuvo impulsada por la menor dotación además de menores gastos discrecionales.

Colombia

- **Ingresos:** menores ingresos como resultado de la devaluación del COP respecto al peso chileno compensado parcialmente por un SSS positivo. El crecimiento en SSS se explica por un aumento de doble dígito de perecibles, parcialmente contrarrestado por la caída de electro, que se vio afectada por una menor venta de televisores como consecuencia de la devaluación de la moneda. El negocio sigue enfocando sus esfuerzos en generar fidelidad desde el perecible, brindando frecuencia a la compra de los clientes. Adicionalmente, el plan de fidelidad de la compañía ha permitido que un 75% provenga de clientes fidelizados, reafirmando el proceso de consolidación de las marcas en el mercado Colombiano.
- **Margen Bruto:** aumentó 115 bps como reflejo de mayores rebates y mejores acuerdos comerciales con proveedores.
- **Resultado Operacional:** aumentó 84,8% y el margen se expandió 285 bps, producto del menor gasto sobre ventas, que mostró una mejora de 171 bps, reflejo de la ejecución del plan de eficiencia.

Mejoramiento del Hogar

MEJORAMIENTO DEL HOGAR	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %
Chile	133.993	128.276	4,5%	494.849	465.520	6,3%
Argentina	271.898	208.775	30,2%	910.920	692.925	31,5%
Colombia	16.367	18.522	-11,6%	63.476	67.171	-5,5%
Ingresos	422.258	355.572	18,8%	1.469.246	1.225.616	19,9%
Chile	43.399	41.560	4,4%	142.270	135.932	4,7%
Argentina	106.562	77.843	36,9%	349.324	272.265	28,3%
Colombia	4.093	4.916	-16,7%	15.166	17.077	-11,2%
Resultado Bruto	154.054	124.320	23,9%	506.761	425.275	19,2%
Margen Bruto	36,5%	35,0%	152 bps	34,5%	34,7%	-21 bps
Gastos de Adm. Y Ventas	-104.577	-91.487	14,3%	-398.610	-321.830	23,9%
Resultado Operacional	49.538	32.833	50,9%	108.439	104.170	4,1%

Chile

- **Ingresos:** aumentaron 4,5% a/a impulsados por un crecimiento SSS de 1,0% y la apertura neta de dos locales. El crecimiento SSS se vio influenciado por un retraso en la venta de categorías de temporada (terraza, piscina, ventilación y camping).
- **Margen Bruto:** se mantuvo estable a/a como resultado de una menor contribución de productos importados debido a la devaluación del tipo de cambio, que se vio compensada por menores costos logísticos.
- **Resultado Operacional:** aumentó 11,3% y el margen se expandió 78 bps como resultado de la reducción de dotación y los esfuerzos del negocio en reducir gastos discrecionales, reflejo del plan eficiencia implementado en 2015.

Argentina

- **Ingresos:** crecieron 30,2% impulsados por un SSS de 28,8% y una apreciación del tipo de cambio promedio a/a. El SSS continua con altos niveles de demanda a pesar de las temperaturas más bajas de lo normal a principio de temporada y el efecto pre-elecciones.
- **Margen Bruto:** se expandió 191 bps como resultado de mejores condiciones comerciales con proveedores y una mejora considerable en la administración de inventario que permitió una reducción de inventario obsoleto.
- **Resultado Operacional:** aumentó 79% y el margen se expandió 346 bps producto de la ejecución del plan de eficiencia, que permitió reducir el gasto en 157 bps.

Colombia

- **Ingresos:** crecimiento de SSS de 2,9%, sin embargo, como resultado de la devaluación del tipo de cambio promedio, los ingresos decrecen 11,6%. El crecimiento en SSS se explica por cambios en el mix de productos, planificación comercial y el incremento de la disponibilidad de producto en sala.
- **Margen Bruto:** se contrajo 153 bps producto de la apertura realizada en 4T14 que implicó una base de comparación más alta al incorporar pagos upfront por parte de proveedores, además del efecto de la devaluación del tipo de cambio sobre el

margen de productos importados (peso de 18% sobre la venta), y la mayor participación de la venta mayorista.

- **Resultado Operacional:** se contrajo como resultado de una mayor depreciación a/a pero excluyendo el gasto por depreciación, el margen operacional se expande 408 bps, como resultado de la ejecución del plan de eficiencia de la compañía (menores gastos de personal y publicidad).

Tiendas por Departamento

TIENDAS POR DEPARTAMENTO	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %
Chile	323.550	305.127	6,0%	992.692	952.203	4,3%
Perú	19.864	14.867	33,6%	58.950	39.239	50,2%
Ingresos	343.414	319.994	7,3%	1.051.642	991.442	6,1%
Chile	94.066	77.728	21,0%	290.730	244.749	18,8%
Perú	4.306	3.434	25,4%	11.500	5.414	112,4%
Resultado Bruto	98.372	81.162	21,2%	302.229	250.163	20,8%
Margen Bruto	28,6%	25,4%	328 bps	28,7%	25,2%	351 bps
Gastos de Adm. Y Ventas	-79.530	-74.425	6,9%	-280.693	-258.904	8,4%
Resultado Operacional	19.231	7.745	148,3%	22.772	-4.575	N.A.

Chile

- **Ingresos:** aumentaron 6,0% impulsados por un crecimiento del SSS de 5,4% a/a, reflejando una buena performance en las categorías de vestuario y juguetería.
- **Margen Bruto:** incremento de 21,0% en el resultado bruto y 360 bps en el margen, impulsado por un cambio en la estrategia de precios de Johnson, además de la captura de sinergias a través de compras en conjunto con otros negocios, junto a mejoras en calidad de producto en el caso de Paris. Adicionalmente, la mejor administración de inventarios, tanto en Johnson como en Paris, permitió que el negocio realizara una menor actividad promocional a/a.
- **Resultado Operacional:** aumentó en CLP 11.325 millones, y el margen se expandió 333 bps, como resultado de un mejor mix de venta, y la mayor dilución de gastos, como resultado del incremento en la venta y los esfuerzos de la división en reducir los gastos discrecionales.

Perú

- **Ingresos:** mostraron un crecimiento de 33,6% como resultado de un SSS de 21,2% y la maduración de las tiendas abiertas durante 2014. El crecimiento de SSS es el reflejo de la consolidación del equipo Paris Perú, la maduración de las tiendas y el inicio del programa de fidelidad Bonus.
- **Margen Bruto:** se contrajo 142 bps como resultado de una base de comparación más alta, que refleja los cobros upfront realizados a proveedores por las aperturas realizadas en 2014.
- **Resultado Operacional:** a pesar de la menor contribución bruta, el negocio reduce la pérdida operacional 12,5% y expande el margen en 298 bps, producto del incremento en la venta que resultó en una mayor dilución de gastos a/a.

Centros Comerciales

CENTROS COMERCIALES	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %
Chile	39.449	35.418	11,4%	134.018	120.680	11,1%
Argentina	25.555	20.564	24,3%	86.134	66.589	29,4%
Perú	5.125	4.916	4,3%	18.867	17.438	8,2%
Colombia	2.160	2.454	-12,0%	9.007	10.089	-10,7%
Ingresos	72.290	63.352	14,1%	248.026	214.796	15,5%
Chile	35.726	32.170	11,1%	125.878	113.401	11,0%
Argentina	20.145	13.782	46,2%	63.552	47.913	32,6%
Perú	4.362	4.931	-11,5%	15.905	17.138	-7,2%
Colombia	2.095	2.368	-11,5%	8.706	9.717	-10,4%
Resultado Bruto	62.328	53.250	17,0%	214.042	188.169	13,7%
Margen Bruto	86,2%	84,1%	216 bps	86,3%	87,6%	-131 bps
Gastos de Adm. Y Ventas	-5.015	-10.663	-53,0%	-40.443	-36.938	9,5%
Resultado Operacional	199.408	117.003	70,4%	372.110	252.077	47,6%

Revaluación de activos	-141.762	-74.405	90,5%	-198.155	-100.773	96,6%
R.O. excl. revaluación de activos	57.546	42.598	35,3%	173.955	151.304	15,0%

Chile

- **Ingresos:** crecieron 11,4% a/a impulsados por la entrada de nuevos operadores al Mall Alto Las Condes, un buen desempeño de nuestros locatarios en navidad que se tradujo en un aumento del ingreso variable y mayores ingresos por estacionamientos.
- **Margen Bruto:** se contrajo 27 bps a/a como resultado del incremento en costos de seguridad y limpieza tras cambio de proveedor, además del incremento en la depreciación tras el alta de activos que comenzaron a generar ingresos.
- **Resultado Operacional:** crece 28,1% y excluyendo revaluación de activos, crece 15,8% y el margen se expande 288 bps, como resultado de la mayor dilución de los gastos tras mejores condiciones comerciales con arrendatarios.

Argentina

- **Ingresos:** crecieron 24,3% como resultado de una mayor contribución de la porción variable de los locatarios, producto del incremento en la venta (influenciado en parte por la alta inflación).
- **Margen Bruto:** se expandió desde 67,0% en 4T14 a 78,8% en 4T15, como resultado de la mayor reliquidación anual de gastos comunes a terceros por aumento de la inflación.
- **Resultado Operacional:** aumentó 132,9% y excluyendo revaluación de activos, el resultado aumentó 35,1%, explicado por la mayor contribución bruta, parcialmente contrarrestado por mayores gastos en arriendo e impuestos prediales.

Perú

- **Ingresos:** crecieron 4,3% como resultado de un incremento en la ocupación, que aumentó desde 90,2% en 4T14 a 95,2% en 4T15, principalmente impulsado por el Mall Arequipa. Adicionalmente, el incremento es el reflejo de un mejor mix de locatarios en el Mall Plaza Lima Sur y un incremento en la venta de los locatarios.
- **Margen Bruto:** se contrajo como resultado de mayores gastos en consumo de energía eléctrica y agua, junto a una mayor depreciación.
- **Resultado Operacional:** creció 160,8% y excluyendo revaluación de activos, el resultado se expande 216,3%, producto del menor gasto sobre ventas, reflejo del foco en eficiencia y control de gastos.

Colombia

- **Ingresos:** decrecieron 12,0% como resultado de la devaluación del tipo de cambio promedio a/a. En moneda local, los ingresos crecieron 4,6%, impulsados por el acuerdo alcanzado en 2015 tras la venta de las Farmacias, parcialmente compensado por una menor tasa de ocupación tras la renovación del mix de locatarios.
- **Margen Bruto:** se expande 49 bps como resultado de la renovación del mix de locatarios.
- **Resultado Operacional:** cayó 49,6% y excluyendo revaluación de activos, el resultado cayó 49,0% a/a producto de mayores gastos en mejoras viales efectuadas por la municipalidad, mayores impuestos prediales tras la revalorización de las ubicaciones, un mayor gasto en energía y una mayor provisión por deudor incobrable.

Servicios Financieros

SERVICIOS FINANCIEROS	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015	2014	Δ %	2015	2014	Δ %
	CLP MM	CLP MM		CLP MM	CLP MM	
Chile	826	46.653	-98,2%	63.834	202.156	-68,4%
Argentina	29.390	19.315	52,2%	103.034	67.796	52,0%
Brasil	840	1.487	-43,5%	5.057	3.843	31,6%
Perú	14.550	11.772	23,6%	49.001	42.814	14,5%
Colombia	1.356	1.846	-26,6%	5.654	8.095	-30,2%
Ingresos	46.961	81.073	-42,1%	226.579	324.704	-30,2%
Chile	865	32.876	-97,4%	43.900	146.096	-70,0%

Argentina	19.091	12.693	50,4%	74.473	51.550	44,5%
Brasil	840	1.487	-43,5%	5.057	3.843	31,6%
Perú	9.001	5.337	68,6%	27.820	20.274	37,2%
Colombia	1.356	1.846	-26,6%	5.654	8.095	-30,2%
Resultado Bruto	31.152	54.240	-42,6%	156.904	229.858	-31,7%
Margen Bruto	66,3%	66,9%	-57 bps	69,2%	70,8%	-154 bps
Gastos de Adm. Y Ventas	-16.226	-30.622	-47,0%	-82.665	-111.662	-26,0%
Resultado Operacional	14.926	23.610	-36,8%	74.708	118.387	-36,9%

Argentina

- **Ingresos:** crecieron 52,2% como resultado de un incremento de 57,6% del portfolio a/a, acompañado del alto ambiente inflacionario. El crecimiento de la cartera se explica por una mayor captación de clientes al realizar la migración de la cartera a tarjeta abierta. El crecimiento de la cartera de tarjeta abierta aumentó la venta en comercios asociados en 120%.
- **Margen Bruto:** se contrajo 76 bps producto del mayor stock de cuentas vigentes y del incremento en 580 bps del costo de fondos.
- **Resultado Operacional:** aumentó y el margen operacional se expandió 688 bps producto de la mayor la mayor dilución del gasto sobre la venta. El crecimiento del gasto en menor medida que los ingresos se explica por la reducción en un 13,2% de la dotación, después de la reestructuración de la Compañía.

Perú

- **Ingresos:** aumentaron 23,6% a/a explicado principalmente por el agresivo plan de crecimiento de la cartera, que se expandió 33,4% (Banco Cencosud fue el operador con mayor crecimiento de cartera en la industria), junto a un incremento en la penetración del uso de la tarjeta, tanto en el negocio de Supermercados como en la Tienda por Departamento.
- **Margen Bruto:** se expandió desde 45.3% en 4Q14 a 61.9% en 4Q15 como resultado de una mejora en los indicadores de riesgo (el indicador de provisiones sobre la cartera cayó desde 6,8% a 6,4% en 4Q15) y una modificación en el criterio de castigo desde los 120 a 150 días de morosidad (los castigos cayeron 10,4% a/a).
- **Resultado Operacional:** aumentó en CLP 2.617 millones, y el margen operacional se expandió producto de la mayor dilución de los gastos de la operación, reflejo del fuerte crecimiento en ventas y de la cartera.

Chile ⁴

El JV con Scotiabank ha permitido que el negocio aumente la oferta de productos financieros. El portfolio se expandió 12,3% a/a, impulsado por un crecimiento de 50% en avances de efectivo y créditos de consumo. Adicionalmente, se ha duplicado el consumo en comercios asociados, acompañado con el mayor uso de la tarjeta abierta. El riesgo se ha mantenido en un nivel estable después de la validación de las políticas de crédito una vez concretado el JV.

Colombia

La contribución del negocio disminuyó 26,6%, debido al incremento marginal en el indicador de riesgo y al incremento de 40 bps en el costo de fondeo producto de las medidas tomadas por el Banco Central para controlar la inflación.

Brasil

La contribución del negocio disminuyó 43,5% como resultado de un incremento de 290 bps en el costo de fondeo, un empeoramiento en los indicadores de riesgo y ajustes de una sola vez en provisiones de causas civiles y recursos humanos.

⁴ Como consecuencia de la asociación entre Scotiabank y Cencosud por el negocio de retail financiero en Chile, en 4T14 la división de Servicios Financieros incluye la operación chilena línea a línea (se encuentra consolidada y luego eliminada en operaciones discontinuadas), en cambio en 4T15 el 49% de la utilidad está incluida en "Participación en las ganancias de asociadas".

Resultado No Operacional

(En millones de pesos chilenos al 31 de diciembre 2015)

	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015	2014	Δ %	2015	2014	Δ %
Participación en las ganancias de asociadas	5.296	5.730	-7,6%	14.067	8.893	58,2%
Costo Financiero Neto	-75.981	-49.025	55,0%	-244.100	-173.548	40,7%
Variaciones por diferencias de tipo de cambio	-9.600	-3.657	162,5%	-116.743	-24.411	378,2%
Resultado por Unidades de Reajuste	-6.113	-13.207	-53,7%	-22.009	-39.576	-44,4%
Resultado No Operacional	-86.398	-60.158	43,6%	-368.784	-228.642	61,3%

- La mayor pérdida por variación de tipo de cambio se explica por una mayor exposición al dólar y el efecto sobre ésta de la devaluación del peso chileno (promedio 14,4% a/a). A diciembre 2014, 11% del total de la deuda estaba denominada en dólares después de CCS vs. un 32% en 4T15. Este incremento fue parcialmente contrarrestado por el efecto de la reclasificación del componente Tipo de Cambio del Fair Value de Instrumentos Derivados sobre la Ganancia (pérdida) por diferencia de cambio (CLP 3.828 millones).
- La pérdida por unidades de reajuste cayó en CLP 7.094 millones como resultado de la menor exposición de la deuda de la Compañía a la tasa variable (27% después de CCS en 4T15 vs. 56% en 4T14) junto a una menor variación de la UF durante el trimestre vs. el año anterior (1,1% en 4T15 vs. 1,9% en 4T14).
- El aumento de 55,0% en el Costo Financiero Neto fue producto de la reclasificación del efecto tasa del Fair Value de Instrumentos Derivados sobre el costo financiero consolidado (CLP 5.852 millones). Excluyendo este efecto, el costo financiero aumentó 14,4% a/a, producto de la emisión de un bono por USD 1.000 millones a comienzos de febrero 2015 cuyos recursos fueron utilizados para prepagar deuda y vencimientos de corto y mediano plazo.
- Impuesto a la renta: aumentó en CLP 25.491 millones versus 4T14 producto del aumento de la utilidad en el periodo.

EBITDA⁵ y EBITDA Ajustado

EBITDA POR PAÍS	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %
CHILE – Supermercados	78.760	78.308	0,6%	233.565	235.286	-0,7%
CHILE – TxD	28.400	15.651	81,5%	61.266	28.893	112,0%
CHILE – MDH	20.088	18.127	10,8%	47.192	50.705	-6,9%
CHILE – CC ⁶	92.481	73.605	25,6%	222.053	160.841	38,1%
CHILE – S.F.	2.435	4.847	-49,8%	3.161	24.171	-86,9%
CHILE – Otros	-41.351	-48.275	-14,3%	-164.070	-179.116	-8,4%
Chile	180.813	142.263	N/A	403.167	320.780	25,7%
Argentina	147.804	76.122	94,2%	311.268	227.441	36,9%
Brasil	7.718	9.592	-19,5%	-101.575	1.544	N.A.
Perú	55.629	27.932	99,2%	99.438	66.222	50,2%
Colombia	18.488	12.144	52,2%	31.572	37.705	-16,3%
Total	410.453	268.053	53,1%	743.871	653.693	13,8%
margen EBITDA (%)	13,5%	8,9%	457	6,8%	6,1%	66

EBITDA POR NEGOCIO	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %
Supermercados	159.814	146.603	9,0%	449.397	424.108	6,0%
Tiendas por Departamento	27.893	14.782	88,7%	55.758	21.854	155,1%
Mejoramiento del Hogar	56.148	38.112	47,3%	135.273	124.532	8,6%
Centros Comerciales	205.761	123.440	66,7%	388.373	266.421	45,8%
Servicios Financieros	16.578	13.749	20,6%	56.888	67.375	-15,6%
Otros	-55.741	-68.634	-18,8%	-341.818	-250.598	36,4%
Total	410.453	268.053	53,1%	743.871	653.693	13,8%
margen EBITDA (%)	13,5%	8,9%	457	6,8%	6,1%	66

⁵ Con fines comparativos el análisis de EBITDA se ha realizado eliminando el efecto de desconsolidación del negocio financiero en Chile.

⁶ CC = Centros Comerciales.

EBITDA AJUSTADO POR PAÍS	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %
CHILE – Supermercados	78.760	78.308	0,6%	233.565	235.286	-0,7%
CHILE – TxD	28.400	15.651	81,5%	61.266	28.893	112,0%
CHILE – MDH	20.088	18.127	10,8%	47.192	50.705	-6,9%
CHILE – CC ⁵	34.999	31.173	12,3%	113.797	107.026	6,3%
CHILE – S.F.	2.435	-16	N/A	5.883	2	N/A
CHILE – Otros	-27.957	-29.898	-6,5%	-40.792	-102.443	-60,2%
Chile	136.725	113.346	20,6%	420.912	319.469	31,8%
Argentina	92.435	56.798	62,7%	255.777	200.589	27,5%
Brasil	8.368	12.005	-30,3%	-98.905	8.374	N.A.
Perú	29.365	17.948	63,6%	73.126	52.647	38,9%
Colombia	17.510	10.415	68,1%	33.557	35.827	-6,3%
Total	284.403	210.512	35,1%	684.467	616.907	11,0%
margen EBITDA (%)	9,3%	7,0%	235	6,2%	5,8%	47

EBITDA AJUSTADO POR NEGOCIO	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %
Supermercados	159.814	146.603	9,0%	449.397	424.108	6,0%
Tiendas por Departamento	27.893	14.782	88,7%	55.758	21.854	155,1%
Mejoramiento del Hogar	56.148	38.112	47,3%	135.273	124.532	8,6%
Centros Comerciales	63.998	49.035	30,5%	190.218	165.649	14,8%
Servicios Financieros	16.578	8.886	86,6%	59.611	43.206	38,0%
Otros	-40.028	-46.907	-14,7%	-205.790	-162.442	26,7%
Total	284.403	210.512	35,1%	684.467	616.907	11,0%
margen EBITDA (%)	9,3%	7,0%	235	6,2%	5,8%	47

EBITDA Ajustado sin one-offs en doce meses

EBITDA AJUSTADO POR PAÍS	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %
CHILE – SM	78.760	78.308	0,6%	246.009	235.286	4,6%
CHILE – TxD	28.400	15.651	81,5%	66.940	28.893	131,7%
CHILE – MDH	20.088	18.127	10,8%	50.322	50.705	-0,8%
CHILE – CC ³	34.999	31.173	12,3%	113.797	107.026	6,3%
CHILE – SF	2.435	-16	N.A.	5.883	2	N.A.
CHILE – Otros	-27.957	-29.898	-6,5%	-101.232	-102.443	-1,2%
Chile	136.725	113.346	20,6%	381.720	319.469	19,5%
Argentina	92.435	56.798	62,7%	278.468	200.589	38,8%
Brasil	8.368	12.005	-30,3%	18.231	8.374	117,7%
Perú	29.365	17.948	63,6%	76.701	52.647	45,7%
Colombia	17.510	10.415	68,1%	34.386	35.827	-4,0%
Total	284.403	210.512	35,1%	789.505	616.907	28,0%
margen EBITDA (%)	9,3%	7,0%	235	7,2%	5,8%	142

EBITDA AJUSTADO POR NEGOCIO	Cuarto Trimestre			Doce meses al 31 de diciembre de		
	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %	2015 CLP MM	2014 CLP MM	Δ %
Supermercados	159.814	146.603	9,0%	482.591	424.108	13,8%
Tiendas por Departamento	27.893	14.782	88,7%	61.432	21.854	181,1%
Mejoramiento del Hogar	56.148	38.112	47,3%	143.714	124.532	15,4%
Centros Comerciales	63.998	49.035	30,5%	190.343	165.649	14,9%
Servicios Financieros	16.578	8.886	86,6%	59.650	43.206	38,1%
Otros	-40.028	-46.907	-14,7%	-148.225	-162.442	-8,8%
Total	284.403	210.512	35,1%	789.505	616.907	28,0%
margen EBITDA (%)	9,3%	7,0%	235	7,2%	5,8%	142

Chile

Supermercados

El EBITDA ajustado aumentó 0,6% a/a y el margen EBITDA mostró una compresión de 28 bps como resultado la menor contribución bruta y mayores gastos en energía, que se vieron parcialmente compensados por una menor merma, ahorros en la centralización de producción propia, mejor desempeño logístico y menores deudores incobrables.

Tiendas por Departamento

El EBITDA ajustado aumentó 81,5% a/a y el margen EBITDA mostró una expansión de 365 bps explicada por el cambio en la propuesta comercial de Paris y en la estrategia de precios de Johnson, la menor actividad promocional por la mejor gestión de inventarios, y la mayor dilución de los gastos por el incremento en la venta.

Mejoramiento del Hogar

El EBITDA ajustado aumentó 10,8% y el margen mostró una expansión de 86 bps como resultado de un margen bruto estable y la reducción de la dotación a/a, junto a los esfuerzos del negocio en reducir gastos discrecionales, reflejo del plan eficiencia implementado en 2015.

Centros Comerciales

El EBITDA ajustado creció 12,3% y el margen se expandió 70 bps como resultado de la mayor dilución de los gastos tras el incremento en la venta.

Operaciones Internacionales

Argentina

El EBITDA ajustado aumentó 62,7% y el margen se expandió 263 bps como resultado de una mayor rentabilidad en todos los negocios.

Brasil

El EBITDA ajustado decreció 30,3% y el margen se comprimió 10 bps a/a como consecuencia de la menor absorción de los gastos y el alza en el costo de energía y arriendo, parcialmente compensada por menores gastos en marketing, administración central y mantención.

Perú

El margen EBITDA ajustado mostró una expansión de 353 bps explicada por una mayor rentabilidad en las divisiones de Centros Comerciales, Tiendas por Departamento y Servicios Financieros, y un margen EBITDA estable en Supermercados.

Colombia

El margen EBITDA ajustado mostró una expansión de 353 bps explicada por una mayor rentabilidad en Supermercados y Mejoramiento del Hogar, parcialmente compensada por una menor contribución de Centros Comerciales y Servicios Financieros.

Resumen Balance⁷

(En millones de pesos chilenos al 31 de diciembre 2015)

	Dic 15 MM CLP	Dic 14 MM CLP	Variación	%
Efectivo y equivalentes al efectivo	268.275	218.872	49.403	22,6%
Otros activos financieros, corrientes	254.851	47.779	207.072	433,4%
Otros activos no financieros, corrientes	14.442	10.646	3.796	35,7%
Cuentas comerciales y otras cuentas por cobrar, corriente	819.839	781.577	38.263	4,9%
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	14.851	1.371	13.480	983,2%
Inventarios corrientes	1.068.309	1.094.610	-26.300	-2,4%
Activos por impuestos corrientes, corriente	61.197	54.196	7.001	12,9%
Total activos corrientes distintos de los activos no corrientes mantenidos para la venta	2.501.765	2.209.051	292.714	13,3%
Activos no corrientes para su disposición clasificados como mantenidos para la venta	-	793.417	-793.417	-100,0%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	2.501.765	3.002.468	-500.703	-16,7%
Otros activos financieros, no corriente	421.533	302.480	119.053	39,4%
Otros activos no financieros, no corriente	31.908	33.873	-1.966	-5,8%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	30.997	34.777	-3.781	-10,9%
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	251.528	52.248	199.280	381,4%
Activos intangibles distintos de la plusvalía	401.749	400.542	1.207	0,3%
Plusvalía	1.391.692	1.682.349	-290.656	-17,3%
Propiedades, Planta y Equipo	2.711.491	3.009.728	-298.238	-9,9%
Propiedades de inversión	1.807.095	1.663.592	143.503	8,6%
Activos por impuestos corrientes, no corriente	8.854	43.048	-34.193	-79,4%
Activos por impuestos diferidos	552.114	491.398	60.716	12,4%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	7.608.960	7.714.036	-105.075	-1,4%
TOTAL ACTIVOS	10.110.725	10.716.503	-605.778	-5,7%

⁷ La discusión a continuación incluye operaciones discontinuadas. Por favor refiérase a la nota 34 de la FECU presentada en la SV para ver los estados financieros de las operaciones discontinuadas.

	Dic 15 MM CLP	Dic 14 MM CLP	Variación	%
Otros pasivos financieros, corriente	356.173	739.507	-383.334	-51,8%
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	1.856.525	1.957.738	-101.213	-5,2%
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corriente	29.197	3.302	25.895	784,2%
Otras provisiones, corriente	15.642	15.198	444	2,9%
Pasivos por impuestos corrientes, corriente	49.434	60.616	-11.182	-18,4%
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	97.889	102.514	-4.625	-4,5%
Otros pasivos no financieros corrientes	21.226	43.104	-21.879	-50,8%
Total pasivos Corrientes distintos de los pasivos incluidos en grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta	2.426.085	2.921.979	-495.894	-17,0%
Pasivos clasificados como mantenidos para la venta	-	216.791	-216.791	-100,0%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	2.426.085	3.138.770	-712.685	-22,7%
Otros pasivos financieros, no corriente	2.924.038	2.431.032	493.006	20,3%
Cuentas comerciales por pagas y otras cuentas por pagar, no corriente	4.503	6.134	-1.631	-26,6%
Otras provisiones, no-corriente	78.189	104.766	-26.577	-25,4%
Pasivos por impuestos diferidos	649.536	674.882	-25.346	-3,8%
Otros pasivos no financieros, no corrientes	57.562	69.433	-11.871	-17,1%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	3.713.828	3.286.248	427.580	13,0%
TOTAL PASIVOS	6.139.913	6.425.018	-285.105	-4,4%
Capital Pagado	2.321.381	2.321.381	-	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	2.329.411	2.166.549	162.863	7,5%
Prima de emisión	526.633	526.633	-	0,0%
Otras reservas	-1.205.680	-722.245	-483.435	66,4%
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	3.971.746	4.292.318	-320.572	-7,5%
Participaciones no controladoras	-934	-832	-102	12,3%
PATRIMONIO TOTAL	3.970.812	4.291.486	-320.674	-7,5%
TOTAL DE PATRIMONIO Y PASIVOS	10.110.725	10.716.504	-605.779	-5,7%

ACTIVOS POR PAÍS	Dic 15 MM CLP	Dic 14 MM CLP	Variación	%
Chile	4.848.798	4.950.429	-101.631	-2,1%
Argentina	1.242.360	1.335.607	-93.247	-7,0%
Brasil	1.165.419	1.554.510	-389.091	-25,0%
Perú	1.277.032	1.180.227	96.805	8,2%
Colombia	1.577.116	1.695.730	-118.614	-7,0%
Consolidado	10.110.725	10.716.503	-605.778	-5,7%
PASIVOS POR PAÍS	Dic 15 MM CLP	Dic 14 MM CLP	Variación	%
Chile	4.182.284	3.891.355	290.930	7,5%
Argentina	693.797	756.061	-62.264	-8,2%
Brasil	472.092	774.640	-302.548	-39,1%
Perú	397.106	459.527	-62.421	-13,6%
Colombia	394.633	543.434	-148.801	-27,4%
Consolidado	6.139.913	6.425.017	-285.104	-4,4%
PATRIMONIO POR PAÍS	Dic 15 MM CLP	Dic 14 MM CLP	Variación	%
Chile	1.002.431	1.057.057	-54.626	-5,2%
Argentina	795.739	689.904	105.834	15,3%
Brasil	402.864	779.870	-377.007	-48,3%
Perú	708.866	612.358	96.508	15,8%
Colombia	1.060.912	1.152.296	-91.384	-7,9%
Consolidado	3.970.812	4.291.486	-320.674	-7,5%

El **total de activos** al 31 de diciembre **disminuyó** CLP 605.778 millones comparado al 31 de diciembre, 2014 debido a la caída de CLP 500.703 millones en activos corrientes y CLP 105.075 millones en activos no corrientes.

La **disminución de Activos Corrientes** se explica por la **desconsolidación del portafolio de Servicios Financieros** después del cierre de la transacción con Scotiabank, **parcialmente compensada** por un incremento en Otros Activos Financieros Corrientes, Efectivo y Equivalentes al Efectivo, y Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar. El **incremento en Otros activos financieros corrientes** se explica por mayores inversiones en cuotas de Fondos Mutuos. El **aumento en Efectivo** refleja un mayor saldo en Bancos, producto de la decisión de la compañía de aumentar la caja en dólares tras el cierre de la transacción con Scotiabank, como estrategia de hedge natural contra la exposición al USD en la deuda. Adicionalmente, a diciembre la Compañía tenía mayor caja en pesos colombianos, tras el pago del 100% de la deuda de la filial con los flujos provenientes de la transacción con Scotiabank y una mayor generación de EBITDA en las operaciones de dicho país. El incremento en **Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar** fueron el resultado del incremento en las ventas con tarjeta de crédito.

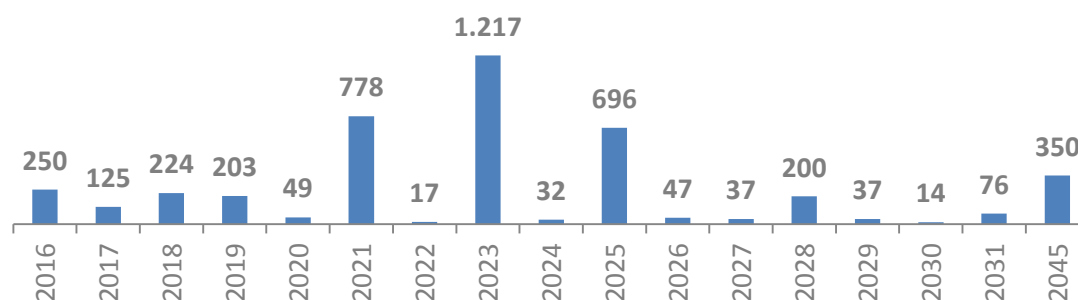
La **disminución en Activos No Corrientes** fue producto de disminuciones en la Plusvalía y Propiedades, Platas y Equipo, parcialmente compensadas por incrementos en Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación, Otros activos

financieros no corrientes y Propiedades de Inversión. La disminución de la **Plusvalía** refleja la devaluación del BRL, COP y el castigo de los activos de la operación en Brasil, y la disminución en **Propiedades, Planta y Equipo** es el resultado de la mayor depreciación de activos y la devaluación de las monedas en Brasil y Colombia. El **incremento en Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación** se debe a la incorporación del 49% de CAT, por el cierre de la transacción con Scotiabank. El aumento de **Otros activos financieros no corrientes** se explica por los mayores derivados de cobertura posterior a la emisión de deuda en dólares en febrero 2015. Finalmente, el aumento de **Propiedades de Inversión** es el resultado de una mayor revaluación de activos en 2015 vs. 2014.

El **total de pasivos disminuyó** CLP 285.104 millones debido a una disminución de CLP 712.685 millones en pasivos corrientes que fue parcialmente compensada por un aumento de CLP 427.581 millones en pasivos no corrientes. Los **pasivos corrientes disminuyeron** como resultado de la desconsolidación de CLP 216.791 millones de pasivos de Servicios Financieros (desconsolidación del negocio por el cierre de la transacción), una disminución de Otros pasivos financieros corrientes después del pago de la deuda de corto plazo con los flujos provenientes del acuerdo con Scotiabank, y la disminución de Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar debido a la devaluación del real brasileño y el peso colombiano. Las disminuciones mencionadas fueron parcialmente compensadas por un incremento de CLP 493.006 millones en Otros pasivos financieros no corrientes explicado por la emisión de un bono internacional en dos tramos.

Calendario de Amortizaciones

(En millones de USD al 31 de diciembre, 2015)



Endeudamiento

Al 31 de diciembre 2015, la deuda financiera neta (sin considerar la operación bancaria en Perú y en Chile) fue CLP 2.300.048 millones, una disminución desde CLP 2.587.839 millones al 31 de diciembre 2014.

Ratios Financieros⁸

(en veces)	Dic-15	PROFORMA ⁹ Dic-15	Dic-14
Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado	3,25	2,83	3,73
Cobertura de Gastos Financieros	2,84	2,84	2,90
Deuda Financiera / Patrimonio	0,58	0,58	0,60
Total Pasivos / Patrimonio	1,51	1,51	1,43
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	1,00	1,00	0,84

⁸ Estos ratios financieros se muestran únicamente con fines informativos y no representan covenants financieros asociados a los contratos de deuda y bonos. Las relaciones que se muestran arriba no incluyen los activos y pasivos de las actividades bancarias de Cencosud.

⁹ Ratios financieros a septiembre 2015 excluyendo cargos no recurrentes acumulados en los últimos 9M (CLP 41.661 millones de indemnizaciones, CLP 7.978 millones de provisiones de obsolescencia de inventarios, CLP 61.373 millones de utilidad por el cierre de la transacción con Scotiabank y CLP 116.771 millones por el castigo de los activos – plusvalía- en Brasil).

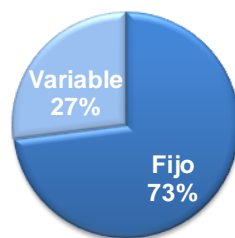
Riesgo por Tasa de Interés

Al 31 de diciembre de 2015, luego de cross currency swaps, el 73% de la deuda financiera de la Compañía se encontraba en tasa fija, y estaba compuesta principalmente por deuda de corto plazo y bonos. El porcentaje restante de la deuda se encontraba a tasa de interés variable. De la deuda a tipo variable, 98,1% estaba indexada a tasas de interés locales (ya sea por sus condiciones originales, o en virtud de acuerdos de derivados). Todos estos porcentajes mencionados toman en consideración Cross Currency Swaps. La política de cobertura de la compañía prevé la revisión periódica de la exposición a los riesgos de tipo de cambio y tasas de interés.

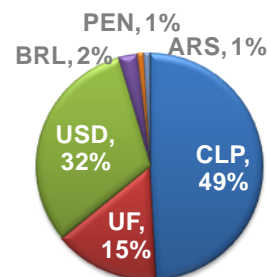
Cobertura de Monedas

En los países en los que opera Cencosud, la mayoría de los costos e ingresos están denominados en moneda local. La mayor parte de la deuda de la Compañía está denominada en pesos chilenos. Al 31 de diciembre de 2015, aproximadamente un 74% de la deuda financiera total estaba denominada en dólares estadounidenses; de la deuda financiera total en dólares, un 57,2% estaba cubierta mediante Cross Currency Swaps u otras coberturas de tipo de cambio. La política de la Compañía consiste en cubrir el riesgo causado por las variaciones en el tipo de cambio sobre la posición de los pasivos netos por pagar en moneda extranjera a través de instrumentos de mercado diseñados para tales fines. Tomando en cuenta el efecto de las coberturas de tipo de cambio (Cross Currency Swaps), la exposición de la Compañía al dólar fue de 31.7% de la deuda total al 31 de diciembre de 2015.

Deuda por Tasa
(Incluye CCS)



Deuda por Moneda
(Incluye CCS)



Ratios de Capital de Trabajo

(días)	Días de Inventario			Días por Cobrar Promedio			Días por Pagar Promedio		
	4T15	4T14	Δ	4T15	4T14	Δ	4T15	4T14	Δ
Supermercados	40,2	41,1	-0,9	11,3	12,7	-1,4	45,3	44,0	1,2
Mejoramiento del Hogar	82,4	108,7	-26,4	13,4	15,1	-1,8	52,8	47,9	5,0
Tiendas por Departamento	91,6	76,6	15,0	12,1	8,6	3,5	45,5	49,6	-4,2
Centros Comerciales				56,9	47,8	9,2	32,9	31,6	1,3
Retail Financiero							30,4	30,0	0,4

Días de Inventario:

- En Supermercados y Mejoramiento del Hogar la rotación de inventario mejoró. La disminución de días en Supermercados se debe a menores días en Argentina (influenciado por la devaluación del peso argentino), parcialmente compensado por un incremento en el resto de las operaciones. En Mejoramiento del Hogar, los mejores niveles de inventario están explicados por mejoras en Argentina (influenciado por la devaluación) y Chile.
- En el caso de Tiendas por Departamento el aumento es el resultado de mayores días en Chile, reflejo de la devaluación del peso chileno vs. el USD, parcialmente compensado por menores días en Perú.

Periodo promedio de cobro:

- Centros Comerciales aumentó el periodo promedio de cobro debido a una mayor cantidad de días en Chile, Argentina y Colombia, parcialmente compensado por una disminución en Perú. Tiendas por Departamento aumentó su periodo promedio de cobro en 3,5 días, explicado por incremento de días en ambas operaciones.

- En Supermercados los días promedio de cobro decrecieron 1,4 días debido a una menor cantidad de días en Chile, Argentina y Perú, parcialmente compensado por un incremento en Brasil y Colombia. Mejoramiento del Hogar registró una reducción de 1,8 días, reflejando menos días de cobro en todos los países.

Periodo promedio de pago:

- Tiendas por Departamento experimentó una caída en el periodo promedio de pago a/a, como resultado de la reducción de 4 días en Chile y 3 días en Perú.
- Supermercados mostró un incremento de 1,2 días, debido al incremento del periodo promedio de pago en Chile y Argentina, parcialmente compensado por menores días en Perú y Colombia. Mejoramiento del Hogar aumentó el periodo promedio de pago en 5 días, reflejo del incremento en días en las 3 operaciones. Centros Comerciales mostró un aumento de 1,3 días, explicada por un aumento en los días de pago en Argentina, parcialmente compensado por menores días en Perú. Servicios Financieros aumentó en 0,4 días, producto del aumento en Chile.

Resumen de Flujo de Efectivo¹⁰

En millones de pesos chilenos al 31 de diciembre, 2015

	Flujo de actividades de operación	Flujo de actividades de inversión	Flujo de actividades de financiamiento	Consolidado
Supermercados	502.055	-130.868	-308.854	62.332
Centros Comerciales	124.581	3.383	-123.874	4.091
Mejoramiento del Hogar	-53.140	-49.861	86.744	-16.257
Tiendas por Departamento	71.084	-22.433	-61.828	-13.177
Servicios Financieros	214.871	353.037	-509.527	58.381
Otros	-115.851	-121.461	243.471	6.159
Ajuste O.D.	-107.449	-750	35.259	-72.941
Consolidado	636.151	31.046	-638.609	28.588

	Flujo de actividades de operación	Flujo de actividades de inversión	Flujo de actividades de financiamiento	Consolidado
Supermercados	352.955	-154.641	-177.846	20.468
Centros Comerciales	124.890	-33.155	-89.306	2.428
Mejoramiento del Hogar	-7.610	-22.292	33.326	3.424
Tiendas por Departamento	31.121	-15.108	-2.624	13.388
Servicios Financieros	31.803	-253	32.862	64.413
Otros	-158.259	-9.942	171.790	3.588
Ajuste O.D.	14.583	1.996	-80.580	-64.001
Consolidado	389.483	-233.396	-112.378	43.709

Tomando en cuenta el flujo de efectivo de las operación, el flujo de efectivo por actividades de financiamiento y el de actividades de inversión, Cencosud alcanzó un flujo de caja neto positivo de CLP 28.588 millones en los 12 meses finalizados el 31 de diciembre 2015 en comparación con un flujo de caja neto positivo de CLP 43.709 millones para los 12 meses terminados el 31 de diciembre 2014.

Actividades de Operación

El flujo neto de actividades de operación mejoró a/a alcanzando CLP 636.151 millones para los 12 meses terminados el 31 de diciembre 2015 desde CLP 389.483 millones para el mismo periodo de 2014. Servicios Financieros, Supermercados y Tiendas por Departamento mejoraron el flujo, parcialmente compensado por menores flujos de Mejoramiento del Hogar y Centros Comerciales. El flujo de Servicios Financieros aumentó debido al reconocimiento de la venta del 51% del negocio a Scotiabank. En el caso de Supermercados aumentó debido a mayores flujos provenientes de Chile, Brasil y Colombia, parcialmente compensado por Argentina y Perú. En el caso de Tiendas por Departamento mejoró como resultado de una mayor generación de EBITDA en Chile producto de la menor actividad promocional y en Perú debido a la mayor escala de la operación, consolidación del equipo y maduración de las tiendas

¹⁰ Los flujos netos de efectivo relacionados con la operación, inversión y financiación de las operaciones discontinuadas también están disponibles en las notas de los estados financieros presentados a la SVS.

abiertas durante 2014. Por otro lado, el menor flujo de operación de Mejoramiento del Hogar se explica principalmente por Argentina, que obtuvo una menor recaudación producto los pagos de indemnizaciones como resultado de la reducción de personal, el menor consumo en los meses previos a las elecciones presidenciales y la devaluación del peso Argentino vs el peso Chileno en diciembre 2015¹¹. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por Colombia, que a pesar del efecto de la devaluación, el flujo aumentó debido a una mayor rentabilidad de la operación, reflejo de la ejecución del plan de eficiencia, cambios en el equipo y mejoras en la propuesta comercial. En el caso de Centros Comerciales, el flujo cae levemente como resultado del incremento en el pago de contribuciones en Chile tras la Reforma Tributaria y mayores impuestos prediales en Argentina y Colombia.

Actividades de Inversión

El flujo neto de efectivo de actividades de inversión aumentó en CLP 264.443 millones, ascendiendo a CLP 31.046 millones para los 12 meses terminados el 31 de diciembre 2015, desde CLP (233.396) millones para el mismo periodo en 2014. La variación se explica por Retail Financiero, que incrementó su flujo por la cobranza de la cuenta corriente entre CAT y Cencosud posterior a la concreción del JV con Scotiabank, además una menor actividad de inversión en los negocios de Centros Comerciales y Supermercados. La menor inversión en estos negocios se explica por el menor nivel de aperturas y remodelaciones/mantenimiento a/a. Estos incrementos se vieron contrarrestados por mayores salidas de efectivo en las divisiones de Mejoramiento del Hogar y Tiendas por Departamento, explicado por las mayores inversiones en tecnologías de información para el fortalecimiento de la plataforma e-commerce.

CAPEX

El gasto de capital de Cencosud para crecimiento orgánico (efectivo para la adquisición de propiedades, planta y equipo) en 4T15 fue de CLP 43.529 millones, frente a CLP 55.033 millones en 4T14.

APERTURAS NETAS EN EL PERIODO AGOSTO - DICIEMBRE 2015

País/Formato	Nº de tiendas	Superficie de Ventas (m ²)
Chile, Supermercados	2 aperturas	2.022
Chile, Supermercados	1 cierre	1.024
Argentina, Supermercados	1 apertura	786
Argentina, Supermercados	1 cierre	493
Brasil, Supermercados	1 apertura	2.497
Brasil, Supermercados	1 cierre	491
Perú, Supermercados	1 apertura	3.408
Colombia, Supermercados	1 apertura	1.260
Chile, Mejoramiento del Hogar	1 apertura	5.696

En el caso de Supermercados Chile el incremento se explica por 2 aperturas y 1 cierre de tiendas Santa Isabel, agregando una superficie adicional de 998 m². Además, Cencosud abrió el día 3 de diciembre una tienda Easy en Chiguayante. En el caso de Argentina, Cencosud abrió un Ve a y cerró otro supermercado de la misma bandera durante el 4T. En Brasil, la Compañía cerró una tienda Gbarbosa y la reabrió como electroshow (que no es contabilizado sobre la base de tiendas), y abrió un Gbarbosa. Finalmente en los casos de Perú y Colombia, Cencosud realizó la apertura de tiendas Metro.

Actividades de Financiamiento

El flujo neto de efectivo de actividades de financiamiento ascendió a CLP (638.609) millones para los 12 meses terminados el 31 de diciembre 2015 vs. CLP (112.378) millones para el mismo periodo en 2014. Cencosud registró mayores salidas de efectivo por el pago de préstamos bancarios en Chile, Perú, Colombia y Brasil con los flujos provenientes del acuerdo con Scotiabank y la emisión de un bono internacional por US 1.000 millones a comienzos de febrero.

¹¹ Octubre y noviembre fueron mes de bajo consumo en Argentina, por el efecto pre-elecciones, sin embargo el consumo se reactivó en el mes de diciembre. La traslación de moneda local a moneda funcional se realiza a tipo de cambio promedio, por lo que el flujo proveniente del mes de diciembre (el más relevante del año), se vio afectado por la devaluación.

Comentario sobre el Mercado

Chile

La economía chilena experimentó resultados mixtos. Mientras el Índice de Actividad Económica (IMACEC) decreció 0,4% en noviembre, el indicador rebotó 0,8% en diciembre y aumentó 0,4% a/a. Las ventas del sector minorista decrecieron 1,5% en diciembre (variación mensual), mientras que en noviembre aumentaron 4%. En diciembre, las ventas minoristas aumentaron 1,9% a/a, y experimentaron un crecimiento promedio anual de 7,3% en el periodo 2006-2015¹².

En diciembre la inflación aumentó 4,4% a/a, versus el incremento de 3,9% a/a registrado en el mes de noviembre. Mes a mes, la inflación en diciembre no tuvo variación, pero decreció 0,03% en noviembre. En enero 2016, la inflación mostró una tendencia al alza, al aumentar 4,8% a/a.

El SSS de Supermercados Cencosud se mantuvo positivo, con un crecimiento de 1,6% en el cuarto trimestre 2015 y 4,6% en los doce meses. Este crecimiento en SSS se dio en un mercado minorista con resultados mixtos y precios estables dentro del trimestre. La industria minorista y de supermercados en Chile se ha vuelto más competitiva y como respuesta a esto, Cencosud ha priorizado aumentar rentabilidad en lugar de ir a buscar participación de mercado.

Argentina

El establecimiento de un nuevo gobierno ha mejorado las perspectivas económicas y geopolíticas del país. Las ventas minoristas del mes de octubre mostraron una leve tendencia al alza vs el mes y el año anterior, manteniendo el ritmo de la inflación.

La confianza del consumidor aumentó en noviembre, antes de volver a caer en el mes diciembre y cerrar el año por sobre el promedio histórico. La data más reciente sobre el IPC sugiere un incremento en los precios, dada el alza del indicador en el mes de septiembre.

Cencosud mostró un SSS positivo en Supermercados, tanto para el cuarto trimestre como para el año 2015 completo. El crecimiento de SSS de Supermercados del trimestre y el año fue de 13,9% y 16,8%, respectivamente. Por otro lado, el crecimiento de SSS de Mejoramiento del Hogar del trimestre y el año fue de 28,8% y 30,2%, respectivamente.

Brasil

La economía brasileña se mantuvo desafiante en el cuarto trimestre. El Índice Económico de Brasil¹³ cayó 0,5% en noviembre vs el mes anterior. Esto marca el noveno mes consecutivo de contracción en su actividad. Las ventas minoristas¹⁴ declinaron 2,7% en diciembre y 1,5% en noviembre, vs el mes anterior. Esto representa la mayor caída mensual en las ventas minoristas de acuerdo a cifras históricas. Sobre la base anual, las ventas minoristas decrecieron 7,1% en diciembre, representando el noveno mes consecutivo de decrecimiento, y llevando a una disminución total de 4,3% para el año 2015.

Las condiciones económicas influenciaron el SSS, tanto en el cuarto trimestre, como en los doce meses. El SSS de Supermercados decreció 6,1% en 4T15, una menor caída comparado al 3T15, el cual vio una caída de 7,7%. En el año 2015, el SSS de Supermercados decreció 6,3%. La estrategia de Cencosud en este entorno desafiante, ha sido priorizar márgenes sobre el tráfico, y percibles sobre bienes durables.

Perú

La economía peruana tuvo una tendencia positiva en el último trimestre del 2015. El PIB de diciembre aumentó 6,4% a/a. En los meses de noviembre y octubre aumentó 3,96% y 3,01% a/a, respectivamente. La cifra de diciembre marca el crecimiento más alto desde fines de 2013.

¹² Estas cifras son publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas de Chile.

¹³ Reportado por el Banco Central de Brasil.

¹⁴ Las ventas minoristas son publicadas por el Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística (IBGE).

El Índice de Precios del Consumidor (IPC) aumentó a 121,78 puntos en diciembre, desde 121,24 puntos en noviembre y el IPC ha alcanzado un record de 122,23 puntos en enero¹⁵.

El SSS de Supermercados mostró un modesto crecimiento de 1,0% en el cuarto trimestre y 0,8% en el año 2015. Por otro lado, el SSS de Tiendas por Departamento mostró un crecimiento de 21,2% en el 4T15 y 13,7% en el año.

Colombia

Basados en la data más reciente, Colombia muestra señales mixtas en resultados económicos, con un incremento del PIB de 1,2% en septiembre 2015. El IPC aumentó a 126,15 puntos en diciembre, desde 125,37 puntos en noviembre. Recientemente, el índice llegó a 127,78 puntos en enero, marcando un record histórico¹⁶. Mientras que el PIB y el IPC han aumentado, la confianza del consumidor en Colombia ha tendido a disminuir en los últimos 2 meses. En diciembre la confianza del consumidor creció 1,1%, comparado al crecimiento de 6,7% en octubre y noviembre. Sin embargo, en enero 2016 declinó, con una disminución de 21,3% vs diciembre 2015.

Cencosud ha pasado por el proceso de afinamiento de su estrategia comercial en Colombia y ha decidido enfocarse en productos perecibles en lugar de bienes durables, lo cual ha contribuido a incrementar el SSS de Supermercados en 2,8% en el cuarto trimestre y 1,4% en el año 2015. En Mejoramiento del Hogar, el crecimiento de SSS fue de 2,9% para el 4T15 y 4,2% para el año 2015.

Indicadores Retail

	N° de Tiendas		Total Superficie de Ventas (m ²)		Superficie de Ventas Promedio por Tienda (m ²)		% Arrendado y Tasa de Ocupación	
	4T15	4T14	4T15	4T14	4T15	4T14	4T15	4T14
Chile	245	238	577.547	567.873	2.357	2.386	60,0%	60,1%
Argentina	286	290	526.475	529.428	1.841	1.826	55,2%	54,5%
Brasil	222	219	611.363	602.194	2.754	2.750	92,3%	91,5%
Perú	90	87	269.526	261.700	2.995	3.008	47,8%	49,3%
Colombia	101	100	426.393	425.196	4.222	4.252	34,7%	24,6%
Supermercados	944	934	2.411.305	2.386.391	2.554	2.555	61,3%	61,3%
Chile	35	33	325.315	307.853	9.295	9.329	8,6%	3,0%
Argentina	50	50	383.786	383.786	7.676	7.676	22,0%	22,0%
Colombia	10	9	82.320	75.733	8.232	8.415	30,0%	30,0%
Mejoramiento del Hogar	95	92	791.421	767.372	8.331	8.341	17,3%	15,2%
Chile	79	79	374.153	375.586	4.736	4.754	73,4%	73,4%
Perú	9	9	45.233	45.233	5.026	5.026	88,9%	88,9%
Tiendas por Departamento	88	88	419.386	420.819	4.766	4.782	75,0%	75,0%
Chile	25	25	431.207	433.053	17.248	17.322	98,2%	97,8%
Argentina	22	22	277.203	281.515	12.600	12.796	96,7%	97,4%
Perú	4	4	71.191	71.191	17.798	17.798	95,2%	90,2%
Colombia	2	2	14.991	14.514	7.496	7.257	26,9%	29,7%
Centros Comerciales	53	53	794.592	800.272	14.992	15.099	95,6%	95,5%
TOTAL	1.180	1.167	4.416.704	4.374.855	3.743	3.749		

¹⁵ El PIB e IPC son publicados por el INEI.

¹⁶ IPC es reportado por DANE.

cifras en M USD

	Venta promedio por tienda				Venta por metro cuadrado			
	4T		Últimos doce meses		4T		Últimos doce meses	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Chile	3.987	4.046	14.604	14.354	1.681	1.632	6.158	5.953
Argentina	2.948	2.563	10.535	8.806	1.608	1.408	5.747	4.844
Brasil	2.564	3.512	10.713	13.789	932	1.273	3.893	5.060
Perú	3.903	3.772	13.803	13.542	1.301	1.235	4.599	4.522
Colombia	3.168	3.791	11.784	14.079	748	890	2.781	3.308
Supermercados	3.239	3.403	12.065	12.381	1.268	1.316	4.723	4.848
Chile	5.549	5.558	20.495	20.170	596	571	2.201	2.129
Argentina	7.657	6.000	25.654	19.913	998	766	3.342	2.577
Colombia	2.426	2.898	9.409	10.510	292	330	1.131	1.249
Mejoramiento del Hogar	6.359	5.533	22.127	19.070	763	642	2.654	2.264
Chile	5.767	5.508	17.694	17.190	1.215	1.146	3.729	3.588
Perú	3.108	2.791	9.223	7.367	618	463	1.835	1.427
Tiendas por Departamento	5.495	5.270	16.828	16.328	1.151	1.073	3.525	3.385
Chile	2.222	1.995	7.549	6.800	129	115	437	402
Argentina	1.636	1.448	5.513	4.688	129	104	434	359
Perú	1.804	1.978	6.639	7.016	101	97	373	379
Colombia	1.521	1.728	6.341	7.104	206	234	860	979
Centros Comerciales	1.921	1.767	6.589	5.991	128	112	438	396

VENTA MISMAS TIENDAS (SSS)

SSS NOMINAL	4T15	3T15	12M15	4T14	3T14	12M14
Supermercados						
Chile	1,6%	3,8%	4,6%	6,2%	4,4%	4,3%
Argentina	13,9%	16,5%	16,8%	28,7%	27,3%	29,0%
Brasil	-6,1%	-7,7%	-6,3%	0,9%	-0,7%	-0,6%
Perú	1,0%	-0,7%	0,8%	4,3%	4,1%	4,6%
Colombia	2,8%	4,2%	1,4%	4,3%	0,8%	-1,5%
Mejoramiento del Hogar						
Chile	1,0%	2,0%	3,1%	4,3%	0,5%	2,7%
Argentina	28,8%	29,7%	30,2%	26,6%	28,9%	27,5%
Colombia	2,9%	5,7%	4,2%	4,3%	-8,1%	-3,4%
Tiendas por Departamento						
Chile	5,4%	6,4%	3,3%	-1,6%	-4,4%	-0,5%
Perú	21,2%	9,5%	13,7%	7,9%	-11,1%	-0,1%
SS TICKETS	3T15	2T15	9M15	3T14	2T14	9M14
Supermercados						
Chile	-2,7%	-2,7%	-0,8%	0,2%	-1,2%	-1,4%
Argentina	-9,2%	-7,9%	-8,3%	-5,4%	-6,9%	-5,4%
Brasil	-8,2%	-10,6%	-7,7%	-4,0%	-7,7%	-7,9%
Perú	-1,5%	-1,4%	-1,4%	0,8%	-2,9%	-0,7%
Colombia	-1,5%	1,4%	-0,2%	-1,0%	-5,0%	-5,9%
Mejoramiento del Hogar						
Chile	-2,7%	-0,9%	-0,6%	2,1%	-0,1%	1,7%
Argentina	-1,7%	-0,6%	-0,8%	-8,9%	-8,5%	-8,7%
Colombia	13,0%	4,3%	1,6%	-4,5%	-6,0%	-3,2%
Tiendas por Departamento						
Chile	-4,0%	-9,1%	-7,6%	-3,9%	-3,4%	-0,7%
Perú	6,8%	-1,1%	5,6%	9,5%	-18,9%	-1,5%
SS TICKET PROMEDIO NOMINAL	3T15	2T15	9M15	3T14	2T14	9M14
Supermercados						
Chile	4,4%	6,8%	5,4%	5,9%	5,7%	5,8%
Argentina	25,5%	26,5%	27,3%	36,1%	36,7%	36,4%
Brasil	2,5%	5,8%	2,6%	5,1%	7,7%	7,8%
Perú	2,5%	0,6%	2,2%	3,5%	7,2%	5,4%
Colombia	4,6%	2,8%	1,7%	5,3%	6,0%	4,6%
Mejoramiento del Hogar						
Chile	3,8%	3,0%	3,7%	2,2%	0,6%	1,0%
Argentina	31,0%	30,4%	31,4%	39,0%	41,0%	39,8%
Colombia	-9,0%	1,3%	2,9%	9,2%	-2,3%	-0,2%
Tiendas por Departamento						
Chile	9,8%	17,0%	11,9%	2,5%	-1,1%	0,2%
Perú	13,5%	10,7%	7,6%	-1,4%	9,6%	1,5%

SUPERFICIE CENTROS COMERCIALES					SUPERFICIE CENTROS COMERCIALES				
Metros Cuadrados					Metros Cuadrados				
4T15					4T14				
CHILE	N°	GLA total	GLA Terceros	GLA Relacionadas	N°	GLA total	GLA Terceros	GLA Relacionadas	
Mega Center	1	152.667	115.740	36.927	1	152.667	115.740	36.927	
Regional	1	117.920	74.559	43.362	1	117.920	74.559	43.362	
Vecinal	8	471.603	221.502	250.102	8	471.603	221.501	250.102	
Power Center	15	359.025	19.407	339.618	15	360.871	21.253	339.618	
Total	25	1.101.215	431.207	670.008	25	1.103.061	433.053	670.008	

ARGENTINA	N°	GLA total	GLA Terceros	GLA Relacionadas	N°	GLA total	GLA Terceros	GLA Relacionadas
Regional	1	98.524	74.782	23.741	1	98.374	74.632	23.741
Vecinal	11	422.759	151.974	270.786	11	422.616	153.569	269.047
Factory	3	118.000	34.192	83.808	3	117.632	37.073	80.559
Power Center	6	103.611	15.748	87.863	6	102.888	15.748	87.140
Strip Center	1	5.000	507	4.493	1	5.229	492	4.737
Total	22	747.894	277.203	470.691	22	746.739	281.515	465.225

PERU	N°	GLA total	GLA Terceros	GLA Relacionadas	N°	GLA total	GLA Terceros	GLA Relacionadas
Regional	1	75.897	43.634	32.263	1	75.897	43.634	32.263
Vecinal	1	30.280	17.075	13.204	1	30.280	17.075	13.204
Strip Center	2	16.968	10.481	6.486	2	16.968	10.481	6.486
Total	4	123.144	71.191	51.953	4	123.144	71.191	51.953

COLOMBIA	N°	GLA total	GLA Terceros	GLA Relacionadas	N°	GLA total	GLA Terceros	GLA Relacionadas
Vecinal	2	34.604	14.991	19.613	2	34.094	14.514	19.580
Total	2	34.604	14.991	19.613	2	34.094	14.514	19.580

Indicadores Servicios Financieros

CHILE	4T14	1T15	2T15	3T15	4T15
Tarjeta de Crédito/ SAG-CAT¹⁷					
Cartera de Crédito (MM CLP) ¹⁸	426.562	391.644	570.398	591.514	676.641
Provisiones sobre Cartera de Crédito (%) ¹⁹	5,3%	5,1%	6,8%	6,2%	6,3%
Castigos (CLP MM) ²⁰	28.175	6.399	12.600	19.268	25.414
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales					
Hipermercados	17,8%	15,6%	15,1%	15,1%	15,4%
Supermercados	6,0%	5,5%	5,5%	5,5%	5,2%
Tiendas por Departamento	42,7%	37,8%	38,6%	36,7%	35,9%
Mejoramiento del Hogar	22,1%	18,1%	20,0%	20,9%	22,3%
Banco Paris					
Cartera de Crédito (MM CLP) ²¹	185.291	192.908	10.812	10.597	10.419
Provisiones sobre Cartera de Crédito (%)	9,2%	9,5%	1,7%	1,5%	1,5%
Castigos (MM CLP) ¹⁰	4.597	2.196	2.921	2.921	2.921
ARGENTINA					
Cartera de Crédito (M ARS)	3.094.474	3.185.424	3.497.882	3.873.760	4.877.469
Provisiones sobre Cartera de Crédito (%) ²²	3,6%	4,2%	4,0%	3,4%	3,0%
Castigos (M ARS) ¹⁰	38.688	13.630	31.043	52.888	65.310
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales					
Supermercados	9,6%	8,5%	9,1%	9,5%	10,5%
Mejoramiento del Hogar	22,8%	22,0%	23,4%	22,6%	26,2%
PERU²³					
Cartera de Crédito (M PEN)	344.565	333.917	374.971	393.367	459.547
Provisiones sobre la Cartera de Crédito (%)	6,8%	6,4%	7,8%	7,0%	6,4%
Castigos (M PEN) ¹⁰	66.463	18.851	28.671	43.776	59.531
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales					
Supermercados	9,5%	9,2%	10,9%	11,8%	12,2%
Tiendas por Departamento	28,4%	30,4%	33,7%	34,2%	32,1%

¹⁷ SAG-Cat is the new entity that holds the JV with Scotiabank in Chile.

¹⁸ A contar de junio 2015, las cifras reportadas en SAG-CAT contienen el 100% del JV con Scotiabank.

¹⁹ El ratio de provisiones sobre préstamos no incluye CLP 11.839 millones de provisiones anti-cíclicas y contingentes sobre los cupos no utilizados resgistradas al cierre de diciembre 2015.

²⁰ Castigos corresponden a castigos netos de recuperaciones y se presentan acumulados a cada cierre de trimestre.

²¹ El stock de cartera de Banco incluye solo la Cartera de Créditos Hipotecarios luego de que se concretó la Alianza con Scotiabank

²² A partir de Marzo 2013 la razón de Provisiones / Créditos no incluye provisiones anti-cíclicas. A fines del mes de diciembre 2015 el monto registrado alcanzó los ARS 29,6 millones.

²³ A partir de Junio 2015 se modificó el criterio de castigo desde los 120 a 180 días de morosidad.

BRAZIL²⁴						
Cartera de Crédito (M BRL)	515.823	498.610	480.928	480.459	492.146	
Provisiones sobre Cartera de Crédito (%)	5,3%	4,7%	5,8%	5,6%	5,9%	
Castigos (M BRL) ¹⁰	68.739	19.375	37.070	51.793	66.484	
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales Supermercados	44,2%	41,5%	43,0%	44,4%	39,3%	
COLOMBIA						
Cartera de Crédito (MM COP)	678.859	682.573	671.920	663.831	679.146	
Provisiones sobre Cartera de Crédito (%)	7,3%	8,0%	8,4%	7,9%	7,4%	
Castigos (MM COP) ¹⁰	54.548	14.575	34.440	55.588	74.820	
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales Supermercados	12,7%	12,5%	13,3%	12,4%	13,5%	
Mejoramiento del Hogar	6,1%	5,7%	6,5%	6,3%	8,7%	

Conciliación de medidas no IFRS a (Utilidad/Pérdida)

Este informe de resultados hace referencia a ciertas medidas no-IFRS, a saber, el EBIT, EBITDA y el EBITDA ajustado, estas medidas no IFRS no se reconocen las medidas de acuerdo con las NIIF, no tienen un significado estandarizado prescrito por IFRS y son por lo tanto poco probable que sea comparable a similares medidas presentadas por otras compañías, tanto, que no deben considerarse de manera aislada ni como un sustituto para el análisis de nuestra información financiera presentada bajo IFRS, el EBIT representa beneficio atribuible a los accionistas de control antes de impuestos netos de gastos de intereses y de ingresos, EBITDA representa EBIT más depreciación y gastos de amortización, el EBITDA Ajustado representa el EBITDA ajustado como para reflejar más artículos expuestos en la tabla de abajo, el EBIT, EBITDA y el EBITDA ajustado tienen importantes limitaciones como herramientas analíticas, por ejemplo, ni el EBIT, EBITDA ni EBITDA Ajustado reflejan (a) nuestros gastos en efectivo o las necesidades futuras de los gastos de capital o compromisos contractuales; (B) cambios en, o los requisitos de efectivo para nuestras necesidades de capital de trabajo; (C) el gasto por intereses significativos, o los requisitos de efectivo necesarias para el interés del servicio o de los pagos de capital, sobre nuestra deuda; y (d) el pago de impuestos o distribuciones a nuestros padres para hacer los pagos en materia de impuestos atribuibles a nosotros, que representan una reducción de efectivo disponible para nosotros, aunque tenemos en cuenta los elementos excluidos en el cálculo de las medidas no-IFRS sea menos relevante para evaluar nuestro desempeño, algunos de estos elementos puede seguir tomando su lugar y en consecuencia puede reducir el dinero disponible para nosotros. Creemos que la presentación de las medidas no IFRS descrito anteriormente es el caso, sin embargo, estas medidas no IFRS tienen importantes limitaciones como herramientas analíticas, y no deberíamos considerarlas aisladamente o como sustitutos de los análisis de nuestros resultados según lo informado bajo NIIF, Además, debido a que otras compañías pueden calcular EBITDA y el EBITDA ajustado de manera diferente de lo que hacemos, el EBITDA puede no ser, y el EBITDA ajustado como se presenta en este informe no es comparable a medidas similares por parte de otras empresas. Una conciliación de nuestra utilidad (pérdida) atribuible a los accionistas de control, la medida financiera más directamente comparables NIIF, a EBITDA y EBITDA ajustado se expone a continuación:

	4T15	4T14	%	12M 2015	12M 2014	%
Ganancia (pérdida)	187.535	100.497	86,6%	222.740	179.615	24,0%
Costo financiero neto	75.981	49.025	55,0%	244.100	173.548	40,7%
Resultado de unidades de indexación	6.113	13.207	-53,7%	22.009	39.576	-44,4%
Resultado de variación de TC	9.600	3.657	162,5%	116.743	24.411	378,2%
Impuesto a la renta	92.400	66.908	38,1%	58.540	100.486	-41,7%
Depreciación y Amortización	54.537	51.623	5,6%	218.490	200.043	9,2%
Revaluación de activos	-141.762	-74.405	90,5%	-198.155	-100.773	96,6%
EBITDA ajustado	284.403	210.512	35,1%	684.467	616.907	11,0%

Trimestre terminado el 31 de diciembre, 2015 (en millones de CLP)

Información por segmento	SM	CC	TxD	MDH	RF	Otros	Conso
Resultado neto	127.425	203.836	49.538	19.231	15.782	-228.276	187.535
Gastos financieros (neto)	0	0	0	0	0	75.981	75.981
Impuesto a la renta	0	0	0	0	0	92.400	92.400
EBIT	127.425	203.836	49.538	19.231	15.782	-59.895	355.916
Depreciación y Amortización	32.389	1.925	6.610	8.663	796	4.154	54.537
EBITDA	159.814	205.761	56.148	27.893	16.578	-55.741	410.453
Diferencias de cambio	0	0	0	0	0	9.600	9.600
Revaluación de activos	0	-141.762	0	0	0	0	-141.762

²⁴ Incluye sólo Gbarbosa

Ganancia (pérdida) por unidades de reajuste	0	0	0	0	0	6.113	6.113
EBITDA ajustado	159.814	63.998	56.148	27.893	16.578	-40.028	284.403

Doce meses terminados el 31 de diciembre 2015 (en millones de CLP)

Información por segmento	SM	CC	TxD	MDH	RF	Otros	Conso
Resultado neto	317.449	380.401	108.439	22.772	80.350	-677.427	222.740
Gastos financieros (neto)	0	0	0	0	0	258.323	244.100
Impuesto a la renta	0	0	0	0	0	61.224	58.540
EBIT	317.449	380.401	108.439	22.772	80.350	-357.880	525.380
Depreciación y Amortización	131.948	7.971	26.834	32.986	3.404	16.061	218.490
EBITDA	449.397	388.373	135.273	55.758	83.755	-341.818	743.871
Diferencias de cambio	0	0	0	0	0	113.982	116.743
Revaluación de activos	0	-198.155	0	0	0	0	-198.155
Ganancia (pérdida) por unidades de reajuste	0	0	0	0	0	22.047	22.009
EBITDA ajustado	449.397	190.218	135.273	55.758	83.755	-205.790	684.467

Trimestre terminado el 31 de diciembre, 2014 (en millones de CLP)

Información por segmento	SM	CC	TxD	MDH	RF	Otros	Conso
Resultado neto	112.212	122.091	32.833	7.745	23.610	-197.215	100.497
Gastos financieros (neto)	0	0	0	0	0	58.465	49.025
Impuesto a la renta	0	0	0	0	0	67.103	66.908
EBIT	112.212	122.091	32.833	7.745	23.610	-71.647	216.430
Depreciación y Amortización	34.392	1.349	5.279	7.037	1.160	3.014	51.623
EBITDA	146.603	123.440	38.112	14.782	24.770	-68.634	268.053
Diferencias de cambio	0	0	0	0	0	7.202	3.657
Revaluación de activos	0	-74.405	0	0	0	0	-74.405
Ganancia (pérdida) por unidades de reajuste	0	0	0	0	0	14.525	13.207
EBITDA ajustado	146.603	49.035	38.112	14.782	24.770	-46.907	210.512

Doce meses terminados el 31 de diciembre 2014 (en millones de CLP)

Información por segmento	SM	CC	TxD	MDH	RF	Otros	Conso
Resultado neto	289.603	260.934	104.170	-4.575	118.387	-577.494	179.615
Gastos financieros (neto)	0	0	0	0	0	212.241	173.548
Impuesto a la renta	0	0	0	0	0	103.338	100.486
EBIT	289.603	260.934	104.170	-4.575	118.387	-261.914	453.650
Depreciación y Amortización	134.505	5.488	20.363	26.429	4.242	11.316	200.043
EBITDA	424.108	266.421	124.532	21.854	122.629	-250.598	653.693
Diferencias de cambio	0	0	0	0	0	43.609	24.411
Revaluación de activos	0	-100.773	0	0	0	0	-100.773
Ganancia (pérdida) por unidades de reajuste	0	0	0	0	0	44.546	39.576
EBITDA ajustado	424.108	165.649	124.532	21.854	122.629	-162.442	616.907

Información Macroeconómica

Tipo de cambio de cierre

	31/12/2015	31/12/2014	% cambio
CLP / USD	710,2	606,8	17,0%
CLP / Peso Argentino	54,8	71,0	-22,9%
CLP / Peso Colombiano	0,22	0,25	-12,0%
CLP / Nuevo Sol Peruano	208,3	202,9	2,6%
CLP / Real Brasileiro	178,3	228,3	-21,9%

Inflación

	4T15	3T15	4T14	3T14
Chile	4,40%	4,60%	4,60%	4,90%
Brasil	10,67%	9,49%	6,41%	6,75%
Perú	4,40%	3,91%	3,22%	2,74%
Colombia	6,77%	5,35%	3,66%	2,86%



Marisol Fernández

Gerente de Relación con Inversionistas
Tel +562 2959 0545
marisoledad.fernandez@cencosud.cl

Natalia Nacif

Analista Senior de IR
Tel +562 2959 0368
natalia.nacif@cencosud.cl

Webcast & Información sobre Teleconferencia

Lunes 7 de marzo, 2016
11:00 AM Chile time
09:00 AM EST

Dial-IN Participantes

Sin costo: 877-407-8031
Internacional: 201-689-8031
ID Conferencia #: 13629927

Replay:

Sin costo: 1-877-660-6853
Internacional: 1-201-612-7415

Webcast disponible en
<http://www.cencosud.com/en/inversionistas/>

Disclaimer: Las declaraciones contenidas en este comunicado en relación con perspectivas del negocio de la Compañía, las proyecciones de operación / resultados financieros, el potencial de crecimiento de la empresa y el mercado y las estimaciones macroeconómicas son meras previsiones y se basan en las expectativas de gestión en relación con el futuro de la Compañía. Estas expectativas son altamente dependientes de los cambios en el mercado, el rendimiento económico general de América Latina en particular la de los países donde tenemos operaciones, la industria y los mercados internacionales y por lo tanto sujetos a cambios.