

Excelencia
que cruza
Fronteras



2016

MEMORIA
ANUAL



INDICE

IDENTIFICACIÓN DE LA SOCIEDAD

03

CARTA DEL PRESIDENTE

05

ACERCA DE CENCOSUD

07

Cencosud en una mirada

Nuestra Historia

Nuestros Negocios

Hitos 2016

Sostenibilidad

Recursos Humanos

Destacados Operacionales

Estructura Organizacional

GOBIERNO CORPORATIVO

56

Directorio

Administración

INFORMACIÓN A LOS ACCIONISTAS

70

Estructura Accionaria

Situación de control

Principales Accionistas

Mercado de Valores

Política de Dividendos

NUESTRO ENTORNO Y FACTORES DE RIESGO

98

Nuestro Entorno

Factores de Riesgo

PLAN DE INVERSIONES

158

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

160

MALLA SOCIETARIA

161

Identificación de la Sociedad

Información Legal

- Razón Social: Cencosud S.A.
- Domicilio Legal: Av. Kennedy 9001, Las Condes, Santiago
- RUT: 93.834.000-5
- Teléfono: (56 2) 2959 0000
- Giro: Inversiones y Supermercados
- Inscripción en Registro de Valores: N° de inscripción 743 de fecha 21 de agosto de 2001
- **Sitio web:** www.cencosud.com

Códigos Bursátiles

- CENCOSUD (Bolsa de Santiago)
- CNCO (Bolsa de Nueva York)

Contacto para Accionistas e Inversionistas

- **Información Accionistas:** Sercor S.A.
- Dirección: El Golf 140, piso 1. Las Condes, Santiago, Chile.
- Teléfono: (56 2) 2364 6786
- **Relación con Inversionistas**
- Dirección: Av. Kennedy 9001, piso 6. Las Condes, Santiago, Chile.
- Correos y teléfonos:
- Maria Soledad Fernández, Gerente de Relación con Inversionistas:
marioledad.fernandez@cencosud.cl, (56 2) 2959 0545
- Natalia Nacif, Subgerente de Relación con Inversionistas:
natalia.nacif@cencosud.cl, (56 2) 2959 0368
- Valentina Klein, Analista de Relación con Inversionistas:
valentina.klein@cencosud.cl, (56 2) 2200 4395

Escritura de Constitución

Fue otorgada el 10 de noviembre de 1978 en la Notaría de Santiago de Enrique Morgan Torres. Su existencia y estatutos fueron aprobados mediante la resolución N° 554-S, de fecha 27 de diciembre de 1978. La escritura de constitución fue inscrita a fojas 13.808 N° 7412 en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 1978, y su extracto fue publicado en el Diario Oficial con fecha 30 de diciembre de 1978, bajo el N° 30.252.

Direcciones de la Compañía

- **Argentina:**
 - Dirección: Suipacha 1111, Piso 18, C.A.B.A., Buenos Aires
 - Teléfono: 54-11-47331450

- **Brasil:**
 - Dirección: Av. das Nações Unidas, 12.995 - 17° andar - Brooklin - São Paulo, CEP 04578-000
 - Teléfono: 55 - 0 800 979 3290

- **Colombia:**
 - Dirección: Avenida 9 No. 125 - 30, Bogotá
 - Teléfono: 57-1- 6579797

- **Chile**
 - Dirección: Av. Kennedy 9001, Las Condes – Santiago
 - Teléfono: 56-2-9590000

- **Perú**
 - Dirección: Calle Augusto Angulo N° 130, distrito de Miraflores, Lima.
 - Teléfono: 51-1-6260000

Contactos

- **Sitios Internet**

Chile	Argentina	Brasil
www.jumbo.cl	www.cencosud.com.ar	www.gbarbosa.com.br
www.santaisabel.cl	www.jumbo.com.ar	www.bretas.com.br
www.easy.cl	www.supermercadosvea.com.ar	www.perini.com.br
www.tarjetacencosud.cl	www.easy.com.ar	www.prezunic.com.br
www.cencosudshopping.cl		
www.costaneracenter.cl		

Perú	Colombia
www.wong.com.pe	www.tiendasjumbo.co
www.ewong.pe	www.tiendasmetro.co
www.plazalimasur.com	www.easy.com.co
www.metro.com.pe	www.puntoscencosud.co

- **Auditores Externos**

PWC

CARTA DEL PRESIDENTE





Estimados accionistas:

Les presento la memoria y los estados financieros consolidados de Cencosud correspondientes al ejercicio 2016.

En el contexto de un entorno macroeconómico desafiante, caracterizado por la devaluación de las monedas en los países en los que operamos, altos niveles de inflación y una marcada ralentización del crecimiento económico, Cencosud consiguió hacer crecer sus negocios en la región en 2016. Como siempre he comentado, cuando los mercados pasan por momentos difíciles, siempre hay oportunidades que debemos aprovechar.

Nuestros ingresos en moneda local se incrementaron en todos los mercados a excepción de Brasil, mientras que las ventas en términos de *same store sales* mejoraron en la mayoría de los países y negocios respecto de 2015.

En términos de rentabilidad medida como Ebitda ajustado, la Compañía alcanzó una mejora de casi 12%, llegando a CLP 765.955 millones, lo que significó un margen de 7,4% respecto al 6,2% reportado el año anterior. Por otra parte, la utilidad creció un 67,2%, llegando a CLP 387.798 millones. Excluyendo el efecto de tipo de cambio, todos los países, salvo Brasil, mantuvieron su solidez a pesar del complejo entorno, llegando en el caso de Argentina y Perú a doble dígito.

Tal como establece nuestra Misión, durante el año pasado continuamos trabajando para ser uno de los *retailers* más rentables y prestigiosos de América Latina. El resultado de este trabajo fue reconocido por dos de las principales clasificadoras de riesgo.

En efecto, tanto Fitch Ratings como Moody's reafirmaron nuestra clasificación crediticia con Outlook estable.

En 2016 tuvimos 15 aperturas de Tiendas: 12 Supermercados, 2 Tiendas por Departamento y una Tienda de Mejoramiento del Hogar. Además, iniciamos la operación de un nuevo Centro de Distribución de perecederos en Chile y activamos la construcción de dos Centros Comerciales: La Molina, en Perú; y Valdivia, en Chile. También comenzamos la ampliación del Mirador de Alto Las Condes y desarrollamos 38 proyectos de remodelación en los 5 mercados en que operamos, 27 de los cuales se completaron dentro del ejercicio.

Con el objeto de mejorar nuestras eficiencias y poner foco en el negocio, durante 2016 continuamos con el plan de intervención de tiendas de bajo desempeño que comenzamos en 2015, ampliando su alcance desde 120 a 170 tiendas. A diciembre 2016, 18 tiendas cambiaron notablemente la tendencia de su rendimiento, aumentando su generación de EBITDA por sobre el crecimiento promedio de su bandera. De dichas tiendas 1 vino de Argentina, 7 de Chile, 3 de Colombia y 7 de Perú.

En esta misma línea, durante 2016 suscribimos acuerdos de venta de 25 propiedades y terrenos por un valor de USD 46 millones, de los cuales a la fecha se han finalizado los trámites y concretado el traspaso de 6 de ellos.



En cuanto a nuestros clientes, principal foco de nuestra mirada y esfuerzo, en 2016 iniciamos la implementación de una estrategia de omnicanalidad, atendiendo las necesidades cada vez más exigentes de los consumidores. Buscamos generar una integración de nuestros canales de cara a los clientes, para facilitar y hacer más agradable su experiencia de compra, principio invariable que en Cencosud hemos tenido presente desde nuestros orígenes hace más de 50 años.

No quiero terminar sin antes manifestar el agradecimiento que sentimos en Cencosud por la confianza y preferencia de cada uno de nuestros clientes. Nuestra vocación de liderazgo en la industria se ve premiada por su respaldo y nos permite seguir creciendo y generando valor para millones de consumidores en Chile, Argentina, Brasil, Colombia y Perú. Agradecer también el trabajo de todos los colaboradores de Cencosud, 138 mil personas a nivel regional que año a año aportan su talento, creatividad y esfuerzo para que sigamos avanzando en la consolidación de esta gran compañía. Y también a nuestros accionistas, que nos acompañan año tras año en la tarea que desarrollamos.

Durante 2017 seguiremos trabajando con visión, desafío, emprendimiento y perseverancia, comprometidos con nuestra tradición y compromiso con todos ustedes.

Horst Paulmann K.
Presidente





ACERCA DE CENCOSUD

Cencosud en una Mirada

Somos uno de los más grandes y prestigiosos conglomerados de Retail en América Latina. Contamos con operaciones en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia, donde día a día desarrollamos una exitosa estrategia multiformato que hoy da trabajo a más de 138 mil colaboradores. Nuestras operaciones se extienden a través de diferentes líneas de negocios, tales como Supermercados, Mejoramiento del Hogar, Tiendas por Departamento, Centros Comerciales y Servicios Financieros. Todos ellos cuentan con un gran reconocimiento y prestigio entre los consumidores, con firmas que destacan por su calidad, excelente nivel de servicio y satisfacción al cliente.

En Cencosud, nuestro objetivo central es poder convertirnos en uno de los mayores y más rentables retailers de Sudamérica y entregar a nuestros clientes, la máxima relación calidad - servicio, excelencia y compromiso, los 365 días del año.

Trabajamos con respeto por las comunidades con las que convivimos, en cada uno de los países en los que tenemos operaciones.

Nuestra ambición es seguir desarrollando nuestra propuesta multi-formato y aprovechar las ventajas competitivas de esto en todas nuestras unidades de negocios.

NUESTRA HISTORIA



1963

Apertura de nuestro primer supermercado Las Brisas en Temuco, Chile

1970

Apertura de Jumbo Kennedy en Santiago, Chile

1982

Abre el primer Jumbo en Argentina

1988

Apertura de Mall Unicenter en Argentina

1993

Apertura de Mall Alto Las Condes y apertura primera tienda de Mejoramiento del Hogar bajo la marca Easy

2002

Adquisición de Proterra en Chile, Home Depot en Argentina y adquisición de Santa Isabel



2003

Lanzamiento de Servicios Financieros a través de Cencosud Administradora de Tarjetas (CAT)

Apertura Florida Center y Portal La Dehesa en Chile

2004

Adquisición de Las Brisas, Montecarlo, Disco (Supermercados) y apertura a la Bolsa de Comercio de Santiago

2005

Adquisición de Empresas Almacenes Paris S.A. y cambio de marca de Montecarlo y Las Brisas a Santa Isabel

2007

Adquisición de Infante, Economax, Foster y Eurofashion.

Adquisición de Gbarbosa en Brasil
Adquisición de GSW (Wong) en Perú

JV con Casino Guichard-Perrachon S.A. para el desarrollo de Easy Colombia S.A.

2008

Comienzo de operaciones de Retail Financiero en Argentina
Adquisición de Bleisten, tienda de Mejoramiento del Hogar en Argentina
Comienzo de operaciones de Retail Financiero en Argentina



2010

Adquisición de Super Familia en Fortaleza, Brasil
Adquisición Perini Comercial de Alimento Ltda., Brasil.
Adquisición de Bretas, Brasil

2011

Emisión de 1º bono internacional Reg S 144-A por USD 750 millones
Adquisición de 38,636% de Jumbo Retail Argentina
Acuerdo con Banco Bradesco para el desarrollo conjunto de servicios financieros en Brasil
Adquisición de Johnson, cadena de Tiendas por Departamento en Chile

2012

Adquisición de Prezunic, Brasil
Apertura de Mall Costanera Center
Compra de Carrefour en Colombia
Emisión de bono internacional Reg S/ 144-A por US\$ 1.200 millones
Apertura a la Bolsa de Nueva York (NYSE) bajo programa ADR, nivel 3

2013

Aumento de capital en Chile por US\$ 1.636 millones
Introducción de las marcas Jumbo y Metro en Supermercados Colombia
Compañía cumple 50 años

2014

Firma de contratos finales con Scotiabank para el desarrollo conjunto de Servicios Financieros en Chile



2015

Apertura Sky Costanera, el mirador más alto de América Latina, en Chile
Venta de nuestra cadena de farmacias en Colombia
Emisión de bono internacional Reg S/ 144-A por USD 1.000 millones

2016

Venta de la participación del 33,3% en la sociedad Mall Viña del Mar S.A.
Las clasificadoras de riesgo Fitch y Moody's reafirmaron la clasificación de investment grade con Outlook estable
El Directorio de la compañía aprobó un pago extraordinario de dividendos de CLP 16 por acción
El 28 de octubre, el Directorio aprobó el pago de un dividendo provisorio de CLP 20 por acción.
Venta de Teleticket en Perú

NUESTROS NEGOCIOS



- **384 tiendas con un total de 1.702.529 m² de superficie de ventas**
 - ✓ **Supermercados:** 245 tiendas con 578.362 m² de superficie de ventas
 - ✓ **Mejoramiento del Hogar:** 35 tiendas con 325.315 m² de superficie de ventas
 - ✓ **Tiendas por Departamento:** 79 tiendas con 377.288 m² de superficie de ventas
 - ✓ **Centros Comerciales:** 25 centros comerciales con una superficie arrendable bruta de 421.564 m² y una tasa de ocupación de 98,2%
 - ✓ **Servicios Financieros:** JV con Scotiabank. Portfolio de CLP 698.519 millones
- Ingresos 2016: CLP 4.342.505 millones
- EBITDA ajustado 2016: CLP 446.774 millones
- Colaboradores: 56.432



- **356 tiendas con un total de 1.193.570 m² de superficie de ventas**
 - ✓ **Supermercados:** 283 tiendas con 524.821 m² de superficie de ventas
 - ✓ **Mejoramiento del Hogar:** 51 tiendas con 391.546 m² de superficie de ventas
 - ✓ **Centros Comerciales:** 22 centros comerciales con una superficie arrendable bruta a terceros de 277.203 m² y una tasa de ocupación de 97,2%
 - ✓ **Servicios Financieros:** Portfolio de ARS 6,472 millones
- Ingresos 2016: CLP 2.528.990 millones
- EBITDA ajustado 2016 (excluye efectos no recurrentes): CLP 195.213 millones
- Colaboradores: 24.918



- **211 tiendas con 594.855 m² de superficie de ventas**
 - ✓ **Supermercados:** 211 tiendas con 594.855 m² de superficie de ventas
 - ✓ **Servicios Financieros:** JV con Bradesco. Portfolio de BRL M\$ 492.579
- Ingresos 2016: CLP 1.589.768 millones
- EBITDA ajustado 2016 (excluye efectos no recurrentes): CLP 7.364 millones
- Colaboradores: 28.340



- **105 tiendas con un total de 398.525 m² de superficie de ventas**
 - **Supermercados:** 91 tiendas con 272.001 m² de superficie de ventas
 - **Tiendas por Departamento:** 10 tiendas con 55.333 m² de superficie de ventas
 - **Centros Comerciales:** 4 centros comerciales con 71.191 m² de superficie arrendable bruta a terceros y una tasa de ocupación de 90,5%
 - **Servicios Financieros:** Operación Bancaria propia. Portfolio de PEN M\$ 520.934
- Ingresos 2016: CLP 986.986 millones
- EBITDA ajustado 2016: CLP 82.390 millones
- Colaboradores: 14.490



- **115 tiendas con un total de 528.543 m² de superficie de ventas**
 - ✓ **Supermercados:** 103 tiendas con 431.232 m² de superficie de ventas
 - ✓ **Mejoramiento del Hogar:** 10 tiendas con 82.320 m² de superficie de ventas
 - ✓ **Centros Comerciales:** 2 centros comerciales con 14.991 m² de superficie arrendable bruta a terceros y una tasa de ocupación de 36,4%
 - ✓ **Servicios Financieros:** JV con Colpatría. Portfolio de COP MM\$ 731.819
- Ingresos 2016: CLP 884.753 millones
- EBITDA ajustado 2016: CLP 34.214 millones
- Colaboradores: 13.980

HITOS 2016

29 de abril

Se acordó la distribución de un pago extraordinario de dividendos de CLP 50 por acción con cargo a utilidades retenidas.

8 de julio

La clasificadora de riesgo Moody's reafirmó la clasificación de crédito de la compañía en Baa3, modificando el Outlook a estable. Así mismo el 15 de abril la clasificadora de riesgo Fitch Ratings reafirmó la clasificación crediticia de Cencosud en BBB- con Outlook estable.

11 de julio

Se anunció la venta pública de acciones secundaria por parte de la familia Paulmann. El 15 de julio Inversiones Tano Ltda. concretó la venta de 170,6 millones de acciones de Cencosud a un precio de \$1.750 pesos por acción o USD 8 por ADS, las cuales representan un 6% del total de acciones de Cencosud. Con esto, la familia controladora mantiene un 54% del total de Cencosud.

A diciembre

Durante 2016 se han suscrito acuerdos de venta de 25 propiedades y terrenos por un valor de USD 46 millones, de los cuales a la fecha se han finalizado los trámites y concretado el traspaso de 6 terrenos por un valor de USD 4 millones.

28 de Octubre

El Directorio de la compañía aprobó el pago de un dividendo provisorio de CLP 20 por acción. La fecha de pago fue el 7 de diciembre de 2016.

SOSTENIBILIDAD

Nuestra visión de Sostenibilidad

Somos la empresa de *retail* más grande de América Latina, con presencia en cinco países y uno de los principales empleadores de la región, con más de 138 mil colaboradores.

Cencosud ha multiplicado su negocio cerca de 15 veces en los últimos diez años, teniendo como gran fortaleza su presencia regional en múltiples formatos. Estos resultados demandan importantes desafíos y responsabilidades, entre las cuales está el ser capaces de consolidarlos y proyectarlos hacia el futuro, es decir, asegurar la sustentabilidad del negocio.

Para lograrlo, hemos puesto énfasis en construir marcas confiables e inclusivas, conectadas con la sociedad y sensibles a su entorno. Como grupo aspiramos a mejorar la vida de nuestros consumidores, a través de experiencias de compra memorables, generando al mismo tiempo felicidad en nuestros colaboradores y rentabilidad para nuestros accionistas. Buscamos generar rentabilidad, pero preocupándonos al mismo tiempo de construir valor social y ambiental, y respondiendo a los compromisos adquiridos con los grupos de interés que hemos definido.

La importancia que tiene para Cencosud la sostenibilidad es transversal a sus negocios y marcas, y se manifiesta en acciones concretas. Adherimos a la red chilena del Pacto Global de Naciones Unidas, con el propósito de ratificar nuestro compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial e implementar los 10 Objetivos de Desarrollo Sostenible del Pacto Global. Además, contamos con una Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, adaptada a cada negocio, en cada uno de los cinco países donde estamos presentes.

Estrategia de Sostenibilidad.
Adaptada para cada negocio en cada país.



Grupos de interés comunes y definidos.
Compromisos para cada grupo de interés.
Programas que construyan valor a la marca interna y externamente.

Este año, por primera vez, estamos incluyendo un Capítulo de Sostenibilidad en la Memoria Anual, a través del cual buscamos dar cuenta de los principales aspectos corporativos en esta materia y en los que estamos poniendo nuestro foco. Adicionalmente, nuestras distintas marcas continúan publicando sus Reportes de Sostenibilidad, donde exponen en detalle su desempeño anual en los ámbitos económicos, sociales y ambientales.

Este Capítulo y los distintos Reportes, permiten transparentar las principales iniciativas, avances y compromisos que Cencosud tiene en materia de sostenibilidad; y profundizar las relaciones de confianza logradas con nuestros distintos públicos de interés.

Durante 2016, ratificamos estos compromisos mediante la publicación de la Política de Sostenibilidad, de la Política Medioambiental y de la Política de Diversidad e Inclusión, cada una de las cuales fue acompañada, a través de sus marcas, de implementaciones concretas en las Unidades de Negocios y países en donde operamos.

Durante 2016 Cencosud se convirtió en una de las cuatro compañías chilenas en integrar el selecto *Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index* y una de las tres empresas latinoamericanas de la industria de *“Food and Staples Retailing”*, que pertenecen a algún índice *Dow Jones*. Estos índices son los de mayor reputación a nivel mundial en materia de sustentabilidad¹ y de gran relevancia para los inversionistas y otros grupos de interés, debido a la rigurosidad con la que analizan la gestión de las compañías en temas económicos, sociales y medioambientales. Este reconocimiento solo nos impulsa a continuar trabajando para ser cada día una Compañía que gestiona sus negocios de manera sostenible a un estándar de nivel mundial.

“Nos proyectaremos como grupo empresarial siempre y cuando seamos respetuosos de nuestra historia y valores. Es decir, poniendo siempre al cliente primero, tomando las decisiones con nuestros colaboradores en el centro, construyendo marcas transparentes y cercanas, y, adhiriéndonos a los más estrictos estándares de comportamiento ético y legal. En Cencosud buscamos en todo momento una mejor forma de hacer empresa.”

Jaime Soler
Gerente General de Cencosud

NUESTROS RECONOCIMIENTOS EN SOSTENIBILIDAD 2016

El trabajo realizado por Cencosud en materia de sostenibilidad fue reconocido a través de los siguientes premios otorgados el año 2016 a nuestras marcas:

Paris

- 1^{er} lugar en Ranking de Sustentabilidad Empresarial PROhumana 2016.
- Effie de Oro en Categoría de Éxito Sostenido para campaña “Ropa por Ropa”.
- Premio Mención Honrosa AMCHAM por la iniciativa “Volver a Tejer”.

Jumbo

- Lugar N°9 del Ranking de Sustentabilidad Empresarial PROhumana 2016.
- Premio “Revolución Wellness”: Reconocimiento que se da a empresas del sector público, privado y ONG que fomentan prácticas permanentes hacia el bienestar integral de sus colaboradores en diversos ámbitos, mejorando el clima laboral.

¹ Para mayor información sobre la Política de Sostenibilidad de Cencosud visite <https://www.cencosud.com/politica-de-sostenibilidad/cencosud/2016-04-21/093353.html>

Jumbo fue una de las 17 empresas premiadas y el reconocimiento se otorga por promover hábitos de alimentación y vida saludable entre sus colaboradores.

Centros Comerciales

- Sello Inclusivo, Categoría “Accesibilidad Universal para Empresas”, otorgado a Costanera Center, por el Servicio Nacional de la Discapacidad (SENADIS) en diciembre de 2016. Este sello destaca a las empresas e instituciones públicas y privadas que realicen medidas de acción positivas hacia la inclusión de las personas en situación de discapacidad. La obtención de este reconocimiento es consecuencia del trabajo realizado por Cencosud, a través de su Política de Diversidad.
- Premio Concurso “Foro Santiago 2041, la ciudad hacia los 500 años”, Categoría “Ciudad Digital y Espacio Público”, para Buscadog.cl, iniciativa del Mall Portal de Cencosud orientada a adoptar mascotas y que distribuyó más de 1.500 casas para perros vagos en la ciudad.

GRUPOS DE INTERÉS Y MATERIALIDAD

Grupos de Interés

Las marcas y unidades de negocios de Cencosud han definido cinco grupos de interés: colaboradores, clientes, proveedores, comunidad y medioambiente. En tanto, a nivel corporativo, Cencosud también incluye a los inversionistas/accionistas² como un grupo de interés clave.

GRUPOS DE INTERES CORPORATIVO

- **Inversionistas**
- Colaboradores
- Clientes
- Proveedores
- Comunidad
- Medioambiente

El compromiso de Cencosud con sus accionistas se orienta a la creación de valor a largo plazo, a través de una relación basada en la transparencia de la información y un diálogo permanente y abierto.

La Gerencia de Relación con Inversionistas de Cencosud, es la encargada de gestionar la relación con los inversionistas y con los analistas nacionales e internacionales.

Materialidad

Para Cencosud, la sostenibilidad se relaciona con el desarrollo de un modelo de negocios de largo plazo. Esto implica asumir el compromiso y la responsabilidad con nuestros grupos de interés de no solo generar valor económico, sino que también valor social y ambiental.

Como parte del reconocimiento y relación con nuestros grupos de interés, en el marco del desarrollo de los Reportes de Sostenibilidad de nuestras marcas, cada año se realiza un proceso de consulta y diálogo que permite identificar y revisar los temas materiales que afectan a cada uno de los negocios.

Los temas materiales son los que reflejan el impacto que genera una compañía en materias económicas, sociales y medioambientales, así como también, aquellos aspectos que son de importancia para la toma de decisiones de los grupos de interés.

²Para mayor información sobre la estructura accionaria de Cencosud visite la página 71 de esta Memoria Anual

Analizar anualmente los temas de materialidad de nuestros negocios nos permite entender tendencias y temas futuros, identificar riesgos a mediano plazo y revisar permanentemente nuestras estrategias de sostenibilidad.

Adicionalmente, Supermercados Wong y Metro de Perú, realizaron su ejercicio de materialidad para sus Reportes de Sostenibilidad, levantando los siguientes aspectos que son relevantes para sus públicos de interés.

Para el año 2016, nuestras marcas en Chile identificaron ocho aspectos materiales transversales, los cuáles describiremos con mayor detalle en los siguientes capítulos.

SOCIAL

- Transparencia de la información a los grupos de interés.
- Capacitación y desarrollo de carrera.
- Clima laboral.
- Relaciones y diálogo con la comunidad.

ECONÓMICO

- Satisfacción de clientes.
- Desarrollo de proveedores y cadenas de abastecimiento.

MEDIO AMBIENTAL

- Emisiones y residuos de la operación.
- Eficiencia energética.



NUESTRA FORMA DE HACER NEGOCIOS

Hoy más que nunca los consumidores buscan confianza en los productos y marcas de su preferencia. La crisis de credibilidad es una tendencia que no solo toca a instituciones y empresas de nuestro país, sino que de todo el mundo, potenciada por la conectividad que lleva a tener ciudadanos empoderados y que toman decisiones informadas. Es por ello, que nuestros grupos de interés y la sociedad en general están permanentemente evaluando nuestro comportamiento, frente a lo cual debemos construir y mantener altos niveles de confianza.

En este sentido, hemos definido cuatro ejes de construcción y mantención de confianza en el largo plazo:

- 1) **Tolerancia cero frente a problemas de clientes.**
- 2) **Seguir avanzando en marcas transparentes y que den sustento a nuestra promesa.**
- 3) **Generación de experiencias memorables.**

- 4) **Nuestra Gente:** generar orgullo y pertenencia en nuestros colaboradores es clave para lograr nuestro permanente desafío de generar mejores experiencias en los consumidores.

CÓDIGO DE ÉTICA CORPORATIVO

Cencosud cuenta con un Código de Ética corporativo desde el año 2010. Este documento es la piedra angular que refleja nuestros principios, cultura y valores y sirve de guía en materia de convivencia interna, determinando el modo de actuar esperado en la relación con los clientes, proveedores, colaboradores, la protección de los activos de la compañía y el cuidado de la información corporativa.

El alcance del Código de Ética son nuestros Directores y todos los colaboradores de las empresas y divisiones en donde Cencosud posee control o participación mayoritaria. Es obligación de cada uno de ellos respetar, conocer y cumplir cabalmente todo lo dispuesto en él.

Procedimiento de consultas y Canalización de Denuncias

Como complemento al Código de Ética, el holding ha establecido canales formales de denuncias, donde el colaborador puede acudir en caso de dudas o de detectar incumplimientos a lo establecido en el Código de Ética. La empresa se ha preocupado de garantizar la confidencialidad en la recepción de las situaciones informadas y estos canales son administrados por un tercero, independiente y con experiencia internacional en la canalización de denuncias.

Los canales de denuncia de la compañía son:

- Línea telefónica gratuita para colaboradores
- Página Web
- Fax
- Entrevistas personales
- Casilla de correo

Proceso de Gestión de Denuncias

Las denuncias que llegan a través de los diferentes canales, son clasificadas según su gravedad. De esta manera, las denuncias menos graves son investigadas y resueltas por las áreas de Auditoría Interna Corporativa y Recursos Humanos Corporativo y, aquellas que impliquen una mayor complejidad, son sometidas al Comité de Ética.

El Comité de Ética de Cencosud lo preside el Gerente Corporativo de Auditoría Interna y lo integran además el Gerente General Corporativo, el Gerente Corporativo de Recursos Humanos y el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas.

Todas las denuncias son investigadas, tras lo cual se dictamina una resolución y se realiza un reporte de los resultados obtenidos. El proceso finaliza con las decisiones que Cencosud tome respecto de cada denuncia en particular.

Durante 2016, en todo el grupo Cencosud, se recibieron 2.516 denuncias.

GESTIÓN DE RIESGOS

La Gerencia Regional de Gestión de Riesgos trabaja para garantizar que la estrategia de gestión de riesgos esté permanentemente acorde al contexto, la contingencia y a los objetivos de largo plazo de la Compañía.

Esta Gerencia define un plan de trabajo anual en apoyo a la administración en la identificación, actualización, evaluación, análisis y tratamiento de los riesgos, tanto a nivel corporativo, por país y por división y es de su responsabilidad, el seguimiento de los planes de acción declarados por la administración.

Con el apoyo de la consultora Deloitte, en 2016 definimos un proceso general de control de riesgos, con una metodología que permitió el levantamiento e identificación de 37 riesgos corporativos que hoy enfrenta Cencosud. Esta metodología nos permite además contar con un mapa de riesgos (evaluados según su importancia), definir planes de acción, hacer seguimiento y monitorear su avance.

Los 37 riesgos corporativos identificados en este proceso, y en los cuales Cencosud está trabajando, se dividen en cuatro categorías: Estratégicos, Financieros, Operacionales y de Cumplimiento.

CLIENTES

En Cencosud los clientes están en el centro de nuestra gestión y buscamos construir una relación de confianza con ellos, donde la clave está en sostener nuestra promesa de marca, con acciones coherentes, consistentes y transparentes, entregándoles información oportuna y soluciones ágiles. Hoy las empresas necesitan estar presentes en varias plataformas para acceder a sus consumidores, incluso en nuestro negocio es estratégico desarrollar robustas capacidades *On Line* para garantizar la satisfacción y retención de nuestros clientes en el largo plazo y así dar sustentabilidad a nuestro negocio.

La compañía, a través de todas sus unidades de negocio, trabaja para que los clientes tengan una experiencia memorable de compra y servicio, en la que se potencie la conexión emocional con ellos, a través de marcas conectadas, inclusivas, transparentes, responsables y sensibles a su entorno.

En nuestro ADN está entregar calidad, servicio e innovación, para lograr siempre conectar y sorprender a nuestros clientes.

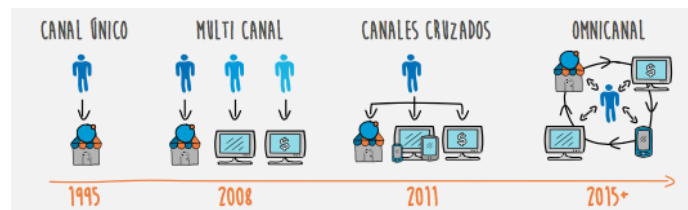
Cencosud y el Consumidor Digital

Como consecuencia de la irrupción de las nuevas tecnologías, la relación entre las empresas y los clientes ha cambiado profundamente. Hoy los ciudadanos están cada vez más informados, conectados y empoderados.

Adicionalmente, las personas actualmente están expuestas a grandes cantidades de información, a las que acceden a través de múltiples plataformas como *smartphones*, *tablets* u ordenadores. El consumidor actual es un nativo digital y en su relación con las empresas, exige una comunicación que integre todos estos canales, incluyendo el físico, de manera coherente y coordinada.

Estamos frente a un nuevo perfil de clientes/consumidores; interconectados, ávidos de información, que demandan inmediatez y quienes eligen cómo, cuándo y dónde relacionarse con nuestras marcas. Frente a ello, el desafío está en hacer nuestro negocio sustentable, adaptándonos y respondiendo adecuadamente a estas demandas.

En este sentido, una de las claves está en contar con una adecuada estrategia de omnicanalidad y por ello, estamos trabajando para que nuestras marcas tengan una presencia relevante en los dispositivos móviles de nuestros consumidores, a través del sitio *web mobile* y las diferentes aplicaciones (APP).



De esta manera, los clientes además de relacionarse con las marcas Cencosud en forma presencial (tiendas físicas), pueden hacerlo a través de las distintas plataformas que la compañía pone a su disposición, entre las que se encuentran:

1. Página web Corporativa
2. Redes profesionales
3. Redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram)
4. Plataforma en línea para servicio a clientes
5. Ventas en línea (comercio electrónico)

La tendencia del creciente uso de plataformas online también se ve reflejada en nuestros negocios (supermercados, tiendas por departamento y mejoramiento del hogar), donde el porcentaje de clientes totales que utilizan nuestros servicios en línea aumenta cada año, así como también el porcentaje que representan las ventas online sobre los ingresos totales.

La relación con el consumidor ha dejado de ser solamente física. Hoy nos enfrentamos a una generación donde la expectativa de los clientes es relacionarse con la marca en todo momento, 24x7, de una forma única y consistente, cualquiera sea el punto de contacto: físico o digital.

Cercanía con los Clientes

Adicionalmente, Cencosud viene potenciando la cercanía con sus clientes a través de productos novedosos e innovadores y nuevos canales de compra. Ejemplos de innovación en productos son la línea de algodón 100% orgánica para ropa de bebé de Jumbo Chile.

Ejemplos de innovación en canales de compra son las iniciativas de Jumbo Chile: “Retira en tu *locker* más cercano”, “compra *online* y retira en tienda” y el servicio “compra *online* y te lo enviamos en 90 minutos”, disponible para las comunas de Las Condes y Vitacura.

En Argentina en 2016 se continuaron implementando nuevos locales de Disco y Ve a tanto para retiro en el local como para envío a domicilio, acercando así el punto de retiro a muchos de nuestros clientes. Además supermercados Disco comenzó a implementar a fines de 2016 “Disco Ya”, iniciativa de envío del pedido dentro de 2 horas en algunos locales de Disco de la Capital Federal y comenzó con la implementación en un primer local de “Disco al Auto”, que consiste en poder realizar el retiro del pedido sin bajarse del auto.

Adicionalmente, los sitios web de Disco y Ve a se modernizaron, simplificando el proceso de compra *online*.

Satisfacción de Clientes

Cada año medimos el índice de satisfacción de clientes en todos nuestros negocios y países. La información de esta encuesta determina planes de acción concretos para continuar mejorando y lograr nuestro objetivo de otorgar al cliente una experiencia de compra memorable.

La satisfacción de clientes se ve reflejada a través de distintos indicadores de tasas de captación o retención de clientes dependiendo de las unidades de negocios:

Supermercados

Tasa de Retención de Clientes: este indicador muestra el porcentaje de clientes que vuelven a comprar mes a mes.

Cambio respecto a 2015

Jumbo	74%	-0,2 puntos porcentuales
Santa Isabel	73%	+0,1 puntos porcentuales

Tiendas por Departamento

Tasa de Captación de Clientes: indicador que muestra la capacidad de generar flujo o renovar la cartera de clientes mes a mes (“temporadas”).

Paris	55%	+ 0,9 p.p. en relación a 2015.
Johnson	59%	Por primera vez se midió en 2016.

Mejoramiento del Hogar

Tasa de Captación: es la capacidad de generar flujo o renovar la cartera mes a mes (temporadas).

EASY 58% +0,6 p.p. respecto del año 2015.

JUMBO OBTUVO PREMIO PROCALIDAD 2016

El supermercado Jumbo es el que tiene las mayores tasas de satisfacción entre los supermercados en Chile. El año 2016, fue reconocido con el Premio Nacional de Satisfacción de Clientes, otorgado por ProCalidad, en la categoría Industria Transaccional.

COLABORADORES

Cultura Corporativa centrada en las personas

En nuestra cultura corporativa el colaborador juega un rol de “primer cliente” y nos esforzamos para que nuestras promesas de cara al cliente externo, sean coherentes y consistentes con nuestra propuesta de valor hacia nuestros propios colaboradores.

La gestión de Recursos Humanos en Cencosud pone a las personas en el centro de las decisiones. Nuestro compromiso es formar los mejores equipos con nuestros colaboradores y promover la felicidad en quienes trabajan en la empresa, con el fin de que se sientan orgullosos de formar parte de la Compañía.

Desarrollo y Liderazgo Inspirador

Nuestro desafío permanente es contar con liderazgos capaces de construir confianzas y desarrollar nuestra cultura corporativa centrada en las personas. Para ello, buscamos atraer y retener a los mejores talentos del mercado. Hoy corporativamente contamos con más de 138 mil colaboradores en cerca de 1.200 tiendas.

Nuestro éxito futuro va a depender de la capacidad de la Compañía de atraer y trabajar con los mejores; como también, de cuidar a nuestros talentos como el bien máspreciado, generando las mejores condiciones para nuestra gente.

Cada una de las empresas Cencosud cuenta con planes de capacitación y desarrollo acordes a las necesidades de su negocio y la de sus colaboradores. En 2016 la Compañía comenzó a trabajar con una nueva plataforma de *e-learning* denominada “Campus Cencosud”, que permitirá multiplicar la velocidad, cobertura y calidad de los programas formativos a impartir, ya sean técnicos o de desarrollo.

Adicionalmente, a nivel corporativo a través del programa “Esencia del Líder” se han formado cerca de 5.000 líderes en todas las empresas del grupo Cencosud, en los cinco países donde estamos presentes.

En este sentido, la Compañía busca liderazgos inspiradores, cercanos, humildes y humanos, capaces de generar confianzas y cuyo talento se ponga al servicio de intereses comunes, que puedan enfrentar los desafíos con resiliencia, apertura y creatividad, siempre buscando resultados extraordinarios y sustentables.

En total el 2016 Cencosud impartió 1.660.262 horas de capacitación a sus colaboradores, correspondientes a una inversión de USD 8.019.619.

En tanto la inversión por horas hombre de capacitación subió en más de un 50%, desde USD 40,52 en 2015, a USD 63,45 en 2016 con un promedio de 13,14 horas/hombre de capacitación.

	2016
Horas de Capacitación	1.660.262
Inversión USD	8.019.619
Promedio FTE	126.396
Horas de capacitación por FTE	13,14
Inversión USD por FTE	63,45

Clima y Satisfacción Laboral

Entendemos que un buen clima laboral es el factor que determina nuestra capacidad de dar un buen servicio de manera sustentable.

En Cencosud promovemos un clima de trabajo donde prima la confianza, el respeto, la credibilidad, la imparcialidad, el orgullo, la camaradería y la inclusión. Desde hace cinco años que aplicamos la metodología “*Great Place to Work*” para medir el clima laboral en todas nuestras empresas.

En este sentido, continuamos mejorando año a año el nivel de satisfacción de los colaboradores de nuestra Compañía. En 2016, en la encuesta mencionada nuestro índice de satisfacción de empleados alcanzó un 77% a nivel corporativo, con una tasa de respuesta de 118.510 personas, lo que significa que más del 80% de nuestros colaboradores participaron, un 7% más que en 2015 y 21% superior al año 2012, período en el que empezamos a aplicar esta metodología.

La satisfacción laboral también se ve reflejada en la tasa de rotación consolidada del grupo, que en 2016 alcanzó un 13,78% de rotación voluntaria y un 34,65% total. Esta cifra es 6,8 puntos porcentuales menos que la de 2015 (que fue de un 41,49%) y para los estándares de la industria de supermercados y *retail* que se caracteriza por altas tasas de rotación, es muy positiva.

Relaciones Laborales basadas en la Confianza

Para Cencosud todos nuestros colaboradores son igualmente importantes. Aspiramos a que siempre exista respeto, cercanía, confianza y diálogo constructivo con ellos, de tal manera que nos permita avanzar en nuestros desafíos compartidos. Contamos con cerca de 200 sindicatos o agrupaciones sindicales en la región donde operamos, con los cuales mantenemos relaciones fluidas basadas en un diálogo abierto y permanente.

Durante 2016 el 43,2% de los trabajadores de la Compañía estaban sindicalizados, registrando un leve aumento de 2,56 puntos porcentuales en relación a 2015, donde un 40,0% de los colaboradores pertenecían a un sindicato.

Política de Diversidad e Inclusión

En Cencosud estamos conscientes de la oportunidad que tenemos como empresa de aportar a la construcción de una sociedad más justa e igualitaria, que promueva la inclusión y la diversidad de las personas. Nuestras unidades de negocios, suman esfuerzos trabajando de manera responsable y respetuosa por generar relaciones de valor con

nuestros colaboradores. En este contexto, implementamos una Política de Diversidad e Inclusión Laboral, a través de la cual buscamos resguardar el respeto mutuo y la no discriminación.

En línea con lo anterior, aspiramos a ofrecer las condiciones necesarias para atraer, retener y desarrollar el talento femenino, independiente del cargo que ellas ocupen. La inclusión de las mujeres en nuestras empresas se ve reflejada en que el 50.3% del total de nuestros colaboradores son mujeres.

Otros ejemplos del valor que le damos como compañía a la diversidad y no discriminación es la política de inclusión de adultos mayores y personas en situación de discapacidad en nuestras empresas. Jumbo Chile es un claro ejemplo de ello, con más de 800 adultos mayores contratados, los que realizan un aporte significativo a la Compañía.

PROVEEDORES

Con sus proveedores, Cencosud busca desarrollar relaciones de largo plazo así como construir alianzas estratégicas, acompañando el progreso y el desarrollo de todas las entidades y personas vinculadas a su cadena de valor. La construcción de cadenas de valor más responsables, éticas y sostenibles, es una invitación a fortalecer la colaboración con los proveedores con transparencia y confianza; y a ser más competitivos de manera coherente y en armonía con la sostenibilidad.

La Compañía ha implementado diversas acciones que norman la relación con sus proveedores tanto comerciales como no comerciales, entre las que se encuentran:

- **Implementación del Código de Ética:** En el Capítulo 5 de este documento, se establece que la relación con los proveedores aspira a garantizar un trato justo y equitativo, promoviendo siempre relaciones mutuamente beneficiosas³. Además norma las condiciones básicas en el relacionamiento entre colaboradores y proveedores.
- **Desarrollo de una plataforma para proveedores (B2B):** A través de ella se administra la información de los proveedores y de las unidades de negocio asociadas, a través de los módulos: comercial, finanzas, logístico; y sostenibilidad (este último solo para Tiendas por Departamento).
- **SEDEX:** A partir de 2014 Cencosud se incorporó como miembro a SEDEX (*Supplier Ethical Data Exchange*)⁴, a fin de administrar el riesgo de las cadenas de abastecimiento, a través de estándares éticos y de sostenibilidad en los centros de trabajo de sus proveedores.
- **Carta de compromiso:** Documento de referencia que contiene; entre otros, los 10 Principios del Pacto Global e invita a los proveedores a establecer un compromiso con Cencosud a fin de cumplir con dichos principios. Este documento es firmado por un representante del proveedor y por otro de Cencosud (unidad de negocio).

³ http://s2.q4cdn.com/740885614/files/doc_downloads/gov_docs/esp/codigoeticachile.pdf

⁴ Organización sin fines de lucro líder dedicada a mejorar las cadenas de suministro globales para desarrollar su programa de abastecimiento responsable. <http://www.sedexglobal.com/latin-america-cencosud-expands-responsible-sourcing-program-with-sedex/>.

- **PLM (Product Lifecycle Management):** Es un *software* que permite gestionar la información en todo el ciclo de vida de un producto de manera eficiente y rentable, integrando datos, procesos y sistemas de negocio, desde la concepción, diseño y producción, hasta el servicio y eliminación.

A través de estas normas, Políticas y de su Código de Ética, la Compañía busca establecer lineamientos corporativos en los siguientes aspectos:

1. Normas ambientales para los procesos, productos o servicios del proveedor.
2. Derechos humanos fundamentales (por ejemplo: trabajo forzoso o infantil, libertad de asociación y convenios de la OIT).
3. Condiciones de trabajo (por ejemplo: horas de trabajo, prácticas de despido y remuneración).
4. Salud y seguridad en el trabajo.
5. Ética empresarial (por ejemplo, corrupción, prácticas anticompetitivas).

Identificación y Gestión de Riesgos de Proveedores

Debido a la naturaleza y diversidad de los negocios del grupo Cencosud, la definición de proveedor crítico (de Nivel 1) está dada por diferentes variables, siendo las más importantes: el volumen comprado, la capacidad de la compañía para reemplazarlo, su posición dominante/participación de mercado, los proveedores de alimentos perecibles y la distancia de sus instalaciones de producción y de sus centros de distribución. Considerando el tamaño de los proveedores sobre los ingresos de Cencosud, la compañía ha definido

50 proveedores críticos (Nivel 1). Para dirigir la relación con ellos, existe un Gerente responsable y la empresa crea planes anuales, dada la importancia relativa que conllevan en la cadena de abastecimiento.

Por otra parte, otro grupo de proveedores de importancia estratégica son los de marcas propias y en el caso de ellos, el riesgo de sostenibilidad se gestiona con un mayor foco. Esto debido a la responsabilidad que tienen las marcas respecto de estos productos.

Cencosud en coordinación con la gerencia regional de marcas propias, se propuso que el trabajo de la cadena de abastecimiento sostenible se lleve a cabo por la adhesión a la plataforma PLM descrita anteriormente. Durante 2016 se realizó la recepción de cuestionarios y el seguimiento al 100% de proveedores de marcas propias de alimentos (incluye alimentos, bebidas) y a un porcentaje relevante de productos de cuidado del hogar y de cuidado personal.

La plataforma PLM permite intercambiar información con los proveedores, en aspectos de sostenibilidad como embalaje ecológico, uso de plaguicidas, riesgos de agua, biodiversidad, etc., ya sea, en los archivos técnicos de los productos o en el perfil del proveedor.

Adicionalmente, desde el año 2015 la compañía trabaja en la plataforma Sedex con sus proveedores de marcas propias para evaluar los compromisos en el abastecimiento responsable. La Compañía ha invitado a los proveedores a una presentación a través de la cual se dan a conocer estos principios y se desarrollan capacidades.

Por su parte, los proveedores firman una carta de compromiso declarando que seguirán ciertos estándares laborales, de salud y seguridad, medioambiente y ética, para prevenir riesgos de sostenibilidad. Algunos de estos aspectos incluyen el respeto a la legislación laboral, la libertad de asociación, los derechos de los consumidores, la prevención del trabajo infantil y el respeto al medioambiente.

Hoy a nivel corporativo Cencosud ha logrado gestionar a través de Sedex la información ética de 151 proveedores de marcas propias, avanzando en la construcción de una cadena de valor con menores riesgos para el negocio y más sustentable.

A través de la plataforma PLM y de Sedex, Cencosud cuenta con un proceso formalizado para identificar riesgos de sostenibilidad en la cadena de abastecimiento de proveedores de marcas propias.

Apoyo a pequeños Emprendedores Locales

Durante 2016 Cencosud continuó apoyando a la pequeña y mediana empresa y al emprendimiento en los lugares donde opera. Ello a través de diversas iniciativas entre las que destacan:

Campaña “Grandes Proveedores” de Jumbo Chile: Esta iniciativa, lanzada en septiembre de 2016, está orientada a destacar la contribución que realizan los proveedores nacionales de menor tamaño, al desarrollo y liderazgo del supermercado. La campaña contó con un catálogo focalizado exclusivamente en sus productos, junto a cápsulas difundidas en redes sociales que destacaron la historia de superación y las principales características de cada uno de ellos.

Junto a lo anterior, el equipo de la marca propia Urb trabajó en el desarrollo de una línea de algodón orgánico para bebés. El despliegue de una línea de vestuario de estas características, ratifica el compromiso de Jumbo por entregar la mayor calidad y variedad de productos a su comunidad de clientes.

Programa de fortalecimiento de agricultores de Supermercados Wong y Metro en Perú: La iniciativa busca apoyar el emprendimiento local, a través del fortalecimiento de agricultores. El trabajo se realiza en conjunto con 10 asociaciones de pequeños productores que congrega a 250 agricultores.

Programa “Orgullosos de lo Nuestro” de Easy Chile: lanzado en 2016 y que tiene como objetivo dar oportunidades comerciales a aquellos artesanos que representan la identidad nacional, a través de la elaboración de productos con materiales típicos chilenos como: mimbre, greda, madera y telares. Buscando potenciar la identidad cultural chilena se llevaron a cabo las campañas de mimbre con artesanos de Chimbarongo y de greda con artesanos de Pomaire. Estos productos fueron comercializados en diferentes tiendas Easy entre las que se encuentran Easy La Dehesa, Alto Las Condes, La Reina, Costanera Center, Quilín y Viña del Mar. Adicionalmente, Jumbo Chile y Santa Isabel cuentan con política de pago a proveedores Pyme a 30 días.

COMUNIDADES

En Cencosud nos preocupamos de las comunidades que nos rodean. Buscamos convertirnos en un aporte real al desarrollo y crecimiento de los países en donde operamos, generando valor y desarrollo social en línea con potenciar la sostenibilidad.

Contamos con una Política Corporativa de Donaciones, que establece los lineamientos de la inversión social realizada. Adicionalmente, cada unidad de negocio tiene una estrategia de sostenibilidad, adaptada a su realidad y país, a través de la cual se colabora con diferentes proyectos sociales, con foco en maximizar el impacto social.

En términos generales, Cencosud canaliza un porcentaje relevante de su inversión social a través de fundaciones y/o ONG locales y establece alianzas que permiten apalancar la inversión social con otros socios adicionales como: municipalidades, ministerios, empresas y entidades de la sociedad civil.

Los requerimientos corporativos para la inversión social son:

* **Alineación con el core del negocio:** la actividad debe estar alineada con el quehacer del negocio, con el fin de hacerla sostenible y que contribuya al cumplimiento de la estrategia de Sostenibilidad de la Compañía.

***Alineación con los grupos de interés:** la iniciativa debe responder o beneficiar al menos a uno de los grupos de interés de la Compañía: colaboradores, clientes, proveedores, comunidad y medioambiente.

***Cobertura de beneficiarios y legales:** Con el fin de aprovechar sinergias, se busca que las entidades beneficiadas sean instituciones que logren impactar a un número representativo de personas. Además, que sean instituciones legalmente constituidas y sin conflictos legales de representación.

INICIATIVAS DESTACADAS

Las iniciativas más relevantes implementadas por nuestras marcas durante 2016 fueron:

SUPERMERCADOS

Campañas de rescate de mermas

Desde el año 2011, los supermercados Jumbo, Disco y Vea Argentina han implementado el programa de rescate de mermas, que consiste en aprovechar los productos que salen del circuito comercial por no cumplir ciertos estándares de calidad, pero que están aptos para que puedan disponer de ellos personas que los necesitan. Actualmente, los productos rescatados son donados a los Bancos de Alimentos.

Desde 2011 a la fecha se han recuperado 1.356.443 kg. de alimentos y artículos de perfumería y limpieza, entre otros. En 2016, se rescataron 458.845 kg de comida, equivalentes aproximadamente a 1.376.535 platos de comida.

Así también, los supermercados Wong y Metro están comprometidos con la Red de Bancos de Alimentos de Perú. En 2016 se donaron 25 toneladas de alimentos que fueron en directo beneficio de 5.600 personas.

Sumado a lo anterior, Santa Isabel Chile lanzó la campaña “Cocina con Todo”, que refleja su compromiso con la alimentación saludable y conveniente. La campaña se tradujo en cápsulas que fueron viralizadas en redes sociales. Los contenidos fueron desarrollados en función de la disminución de los residuos alimentarios, promoviendo cocinar con una serie de productos saludables que suelen ser descartados por desconocer su preparación.

“Aliados Sociales”

Nuestros supermercados Metro y Wong en Perú han implementado el programa “Aliados Sociales”, cuyo objetivo es apoyar en diferentes temáticas a fundaciones y organizaciones sociales, dentro de las que destaca la alianza con Cáritas Lima, la obra social del Arzobispado de Lima, que apoya la desnutrición crónica y aguda en niños. En ella, los supermercados Metro y Wong aportaron entregando 170 mil multivitamínicos.

Apoyo contra el Cáncer de mama

En asociación con Movimiento Ayuda Cáncer de Mama MACMA, el Supermercado Disco en Argentina presentó la campaña “5 minutos te cambian la vida”, que tiene el objetivo de promover la realización del autoexamen y entregar información preventiva, fomentando la asistencia a consultas médicas y la realización de controles periódicos para el diagnóstico precoz. Mediante la Web <http://mujerdisco.com.ar>, Disco entrega mensajes para generar conciencia en torno a esta enfermedad.

Circo

El 2016 Circo Jumbo Chile cumplió 12 años y lo celebró con el espectáculo Hadal. La iniciativa se encuentra afiliada a la Ley de Donaciones Culturales, siendo gratuita para todos los asistentes. En 2016, se regalaron más de 12 mil entradas para uso exclusivo de fundaciones sociales entre las cuales se encuentran: Aldeas Infantiles SOS, Coaniquem, La Protectora de la Infancia, Fundación Mi Casa y María Ayuda.

Esta actividad se ha hecho extensiva a Jumbo Colombia, donde por tercer año consecutivo, se celebró “La Magia del Circo”, un show familiar que busca conectar la marca con la comunidad, abriendo espacios educativos e interactivos al público en general.

A lo anterior se suma el Circo de los supermercados en Perú con nuestras marcas Metro y Wong, en donde se entregaron entradas a 6.500 niños de albergues, escuelas y organizaciones sociales.

MEJORAMIENTO DEL HOGAR Y CONSTRUCCIÓN Campaña Feria Emprendedor Sostenible

Easy Chile, desarrolló Ferias de Emprendedores con el objetivo de ser una vitrina y brindar un espacio de uso comercial a 105 personas dedicadas al emprendimiento de diferentes partes del país. Las nueve ferias realizadas durante 2016 se instalaron en locales Easy de Viña del Mar, Linares y Santiago, permitiendo que estos emprendedores recaudaran cerca de 9 millones de pesos.

Donación de materiales a diversas ONG

Además, Easy dona materiales y/o dinero a diferentes ONG locales con las cuales tiene alianzas establecidas.

SHOPPING CENTER

“Aula a Cielo Abierto” de Costanera Center

En Shopping Centers Chile, los esfuerzos estuvieron focalizados en la realización de diferentes diagnósticos de los centros comerciales del país, trabajando en una estrategia de relacionamiento comunitario que permita posicionar sus diferentes marcas como un buen vecino que aporta y contribuye al desarrollo social.

Los resultados de este análisis ha sido la inauguración del Programa “Aula a Cielo Abierto”, un proyecto educativo desarrollado por Costanera Center en conjunto con el Ministerio de Educación (MINEDUC). El programa invitó a 200 establecimientos educacionales vulnerables a subir el Sky Costanera y conocer la historia de Santiago de manera interactiva.

“Mujeres que dejan Huella” 2016 de Alto Las Condes

Esta campaña es impulsada por Alto Las Condes y Comunidad Mujer. Busca reconocer a mujeres anónimas que, a través de los proyectos que lideran, son reconocidas como agentes de cambio social.

En www.muieresquedejanhuella.cl se invita a elegir entre 8 candidatas, a la mujer que representa de mejor forma la valentía, pasión, perseverancia y felicidad. En su primera versión -2016- la ganadora fue Alicia Amunátegui, quien dirige hace 42 años la Fundación Protectora de la Infancia.

TIENDAS POR DEPARTAMENTO

“Volver a Tejer” de Paris

Proyecto que en 2016 tuvo su tercera versión y que se realiza con el apoyo de INDAP y Fundación Ona. Hilanderas provenientes de Chile y Perú participaron en la tercera versión de “Volver a Tejer”. La iniciativa, busca rescatar este tradicional oficio textil y en su versión 2016 lanzó al mercado de ambos países 9.600 ovillos de exclusiva fibra de alpaca, considerada una de las más finas y lujosas del mundo.

“Volver a Tejer” a largo de sus tres versiones, ha apoyado a más de 300 artesanas de 28 organizaciones de Chile y Perú, que han hilado 40.900 ovillos de lana de oveja, fibra de llama y alpaca.

“Muestra de Cariño”

Por la naturaleza de su negocio, Paris recibe diariamente una gran cantidad de muestras de ropa de sus proveedores, que pueden ser reutilizadas por personas que lo necesiten. Con el objetivo de donar estas muestras, se han generado alianzas con fundaciones que se encargan de distribuirlas y se instalaron contenedores de muestras en todas las oficinas de Paris. La meta es que a partir de 2017 se done el 100% de las muestras.

MEDIOAMBIENTE

Buscamos cuidar y proteger el medioambiente, disminuyendo o mitigando los impactos negativos que generamos con nuestras operaciones y ayudando a crear conciencia ambiental en nuestros grupos de interés. Aspiramos a ser una empresa transparente y confiable, por medio del uso racional de los recursos naturales.

Para ello contamos con una Política Medioambiental⁵ que busca promover el cuidado, respeto y protección del medioambiente y se compromete a impulsar las mejores prácticas en toda su cadena de valor.

Los compromisos declarados en esta Política son:

- Reducir nuestras emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) a lo largo de todas nuestras operaciones y negocios.
- Promover la eficiencia energética en todo el alcance de nuestra operación.
- Gestionar integralmente nuestros residuos, promoviendo su reducción, reutilización y reciclaje, disminuyendo así la disposición final en vertederos.
- Aumentar cada vez más la oferta de productos amigables con el medioambiente, que brindamos a nuestros clientes, colaboradores y comunidad.
- Generar conciencia en nuestros clientes, colaboradores y comunidad sobre el cuidado del medioambiente y recursos naturales, a través de campañas e iniciativas como la utilización de bolsas reutilizables, el consumo responsable del agua potable, la promoción del reciclaje y la disposición de puntos limpios en nuestros locales, entre otras.

Eco-eficiencia Operacional

Procuramos operar bajo el concepto de eco-eficiencia operacional en todas nuestras unidades de negocios y en los 5 países en los cuales estamos presentes.

Para ello, apuntamos a que nuestras operaciones entreguen productos de calidad y un servicio memorable, pero reduciendo progresivamente los impactos negativos generados al medioambiente y reduciendo la intensidad de recursos consumidos en nuestros procesos.

Ejemplos de nuestra eco-eficiencia operacional son las iniciativas de ahorro energético, uso de energías renovables no convencionales, racionalización del consumo de agua potable, reciclaje de residuos, medidas para reducir la emisión de gases efecto invernadero, incentivar el uso de bolsas reutilizables en locales y de productos sustentables.

Eficiencia Energética y uso de ERNC

En 2016 Jumbo Chile trabajó en la implementación del local Jumbo Valdivia que cuenta con los más altos estándares medioambientales y que fue inaugurado a comienzos de 2017. Jumbo Valdivia acredita el uso de Energías Renovables No Convencionales (ERNC), junto a la ausencia de gases refrigerantes. Este proyecto confirma el compromiso de la Compañía por el cuidado del medioambiente y da cuenta de los importantes esfuerzos realizados para disminuir la huella de carbono del supermercado.

⁵ Para revisar la política Medioambiental diríjase a: <https://www.cencosud.com/politica-medioambiental/cencosud/2016-04-21/091905.html>

Por su parte, Santa Isabel Chile inauguró dos nuevos locales en Talca y Santiago (Comuna de Peñalolén), que cuentan con estándares medioambientales, tales como el uso de ERNC y ampolletas LED.

En esta misma línea, el Portal Rancagua en coordinación con la empresa SunEdison, se abastece en un 100% de ERNC, a través del uso de paneles solares.

En tanto, Easy Chile el 2016 implementó protocolos para el correcto uso de iluminación y sistemas de climatización en sus tiendas, con el objetivo de

minimizar el gasto en electricidad, aprovechando al máximo la luz natural y prolongando la vida útil de los activos, utilizándolos solo cuando realmente sea necesario.

A través de estos protocolos se establece qué cantidad de luminaria debe ser utilizada en los distintos períodos del día y zonas de la tienda, así como también se define la cantidad de energía utilizada en invierno y verano. Lo mismo para los sistemas de climatización. Para ello Easy Chile implementará una serie de dispositivos con tecnología asociada que permitirá automatizar y controlar los sistemas de iluminación y termostato en sus tiendas.

MEDIDAS / UNIDAD DE NEGOCIO	UNIDAD DE MEDIDA	JUMBO cencosud	Santa Isabel cencosud	easy cencosud	Shopping Centers cencosud	paris cencosud	Johnson cencosud	
Consumo de combustibles no renovables	Diesel	MWh	454	872	45	680	114	8
	Gas licuado	MWh	10.428	20.217	1.548	0	272	32
	Gas natural	MWh	11.729	12.035	0	301	0	0
Consumo de combustibles renovables	MWh	3.641	0	1.842	3.230	2.138	0	
Consumo de energía eléctrica (electricidad, calefacción, refrigeración y vapor que se adquiere para su consumo)	MWh	157.637	158.175	44.754	128.797	64.323	17.949	
Total consumo energético interno	MWh	183.889	191.299	48.189	133.008	66.847	17.989	

Uso eficiente del agua

En el año 2016, en el local de Jumbo de Bilbao, en Chile, se implementó un proyecto piloto de eficiencia hídrica WES (*Water Efficiency System*) a cargo de la empresa TECPA, pionera en desarrollar soluciones tecnológicas de eficiencia hídrica.

Este Sistema brinda una solución tecnológica integral para el control y eficiencia hídrica de edificaciones de alto consumo, a través de un monitoreo constante del consumo, control y análisis de datos.

MEDIDAS / UNIDAD DE NEGOCIO	UNIDAD DE MEDIDA	JUMBO	Santa Isabel	easy	Shopping Centers	paris	Johnson
Suministro de agua desde red pública	m ³	924.110	681.271	238.958	899.317	139.801	31.808

Gestión de Residuos

Cencosud está adoptando en sus diferentes Unidades de Negocios la “Estrategia de las 3R: Reusar, Reducir y Reciclar”, con el propósito de implementar una adecuada gestión de los residuos de su operación y disminuir la cantidad de desechos enviados a vertederos. En este sentido, estas son las iniciativas destacadas del año 2016:

CAMPAÑA RECAMBIA DE EASY CHILE

A través de esta campaña Easy Chile invitó a sus clientes a intercambiar baterías de automóviles y pilas en desuso por un 20% de descuento en baterías para automóviles marcas Hankook y Datrak o por un 30% de descuento en pilas recargables y cargadores Rayovac. Gracias a esta iniciativa, se recolectaron más de 20.000 kilos de productos recuperados (baterías de automóviles y pilas). Los impactos positivos de esta campaña son evitar que residuos peligrosos vayan a contaminar el medioambiente, ya que para el caso de las baterías de automóviles Easy Chile gestionó con la empresa de reciclaje de automóviles su disposición final. Adicionalmente, les permite a los clientes reducir su impacto ambiental y ahorrar en su siguiente compra.

PROYECTO MODULAB DE PARIS CHILE

Este es el primer proyecto de eco-diseño del *retail*, que busca ofrecer accesorios con alto valor agregado, elaborados con los materiales de publicidad (PVC) que desecha Paris. Esta innovación, representa un impacto positivo para el medioambiente, ya que evita que estos desechos lleguen a vertederos.

Los accesorios son hechos en Chile, con materia prima local y diseño nacional. Algunos de estos accesorios se usan como regalo de cumpleaños para clientes preferentes y también están disponibles para la venta en Paris Parque Arauco y Alto Las Condes.

INCENTIVO AL USO DE BOLSAS REUTILIZABLES EN SUPERMERCADOS DE ARGENTINA

Los supermercados Jumbo, Disco y Vea en Argentina realizaron campañas de sensibilización a clientes para incentivar el uso de bolsas reutilizables.

Ventas en unidades de bolsas desde 2014

	2014	2015	2016
Bolsas reutilizables	403.996	1.199.056	1.832.488
	-6,6%	196,8%	52,8%

CAMPAÑAS DE USO DE BOLSAS EN PERÚ

Por su parte, supermercados Wong y Metro en Perú, también se sumaron a la campaña de concientización sobre los efectos negativos del uso y consumo de bolsas plásticas e incentivo del uso de bolsas biodegradables y reutilizables. En 2016 se realizaron tres campañas de concientización, logrando una reducción de 12.8 millones de bolsas plásticas en comparación al año 2015.

“ROPA POR ROPA” DE PARIS CHILE

Paris Chile a través del proyecto de reciclaje “Ropa por Ropa”, busca evitar que miles de toneladas de prendas de vestir lleguen a los vertederos. Este material es llevado a Alemania, donde es procesado y reciclado por empresa I:CO, las recicladora de ropa más grande del mundo con sede en Alemania. Además, la venta de este material es donado a entidades que necesiten recursos para su gestión.

TALLERES ECO DE EASY CHILE

Como una manera de generar responsabilidad con el medioambiente y el entorno, Easy Chile realizó cuatro “Talleres ECO” que tuvieron como objetivo orientar al cliente en productos más amigables con el medioambiente. Los talleres se acompañaron de Catálogos Eco, en donde se registraron más de 13 mil usuarios, generando más de 15 mil sesiones.

ECO KITS DE EASY ARGENTINA

Por su parte, Easy Argentina respaldó el trabajo de productos sustentables con más de 30.000 eco kits vendidos en todo el país, permitiendo reciclar 19.000.000 tapitas plásticas. Lo recaudado por la venta de estos productos se destinó a la reconstrucción de un nuevo centro vacunatorio de un hospital argentino.

CAMPAÑA “PONCHILAS” DE SUPERMERCADOS WONG Y METRO

En alianza con Pacífico Seguros y Coca-Cola, Wong y Metro en Perú lanzaron la campaña “Ponchilas” en donde se creó un producto innovador y sustentable, hecho en base a botellas plásticas recicladas. Este producto es una mochila escolar y al mismo tiempo sirve como poncho para los niños. La campaña “Ponchilas” tuvo vigencia del 24 de noviembre 2016 al 28 de febrero 2017 y se logró reciclar 17.7 toneladas de plástico.

Reducción del GEI para mitigar efectos del cambio climático

Conscientes de la contribución que podemos hacer para mitigar en parte los efectos negativos que está teniendo el cambio climático, estamos implementando acciones para disminuir la emisión de gases efecto invernadero⁶ en nuestras operaciones:

- Plan de Implementación de tecnología LED en locales Cencosud.
- Implementación de luminaria LED en todas las remodelaciones de establecimientos.
- Implementación de la primera planta de refrigeración en base a refrigerante CO2 en Jumbo Valdivia.
- Implementación de nuevos protocolos de mantenimiento de plantas de refrigeración, para evitar fugas de refrigerantes, que son dañinos para el medioambiente.
- Reducir consumos energéticos mediante prácticas operacionales de eficiencia energética e implementación de tecnología LED.
- Utilización de energía baja en emisiones como la solar, hidráulica y eólica. Ejemplo: Portal Rancagua, que es suministrado con fuentes ERNC, bajas en emisiones (95% menos de gr. de CO2 por cada KWH).

⁶ Los Gases de Efecto Invernadero son los principales responsables del cambio climático.

Medición de Huella de Carbono Corporativa

El año 2016 Cencosud continuó realizando la medición de su huella de carbono a nivel corporativo de Emisiones Directas (Alcance 1) y Emisiones Indirectas (Alcance 2) para nuestras unidades de negocio en Chile.

Como se aprecia en el recuadro siguiente, en las Emisiones Directas de Alcance 1 se consideraron las fuentes de emisión que utilizan combustibles fósiles y gases refrigerantes (equipos de refrigeración y climatización) y las Emisiones Indirectas de Alcance 2, corresponden a las que se generan por el consumo de energía eléctrica en las distintas operaciones.

UNIDAD DE MEDIDA	JUMBO cencosud	Santa Isabel cencosud	easy cencosud	Shopping Centers cencosud	paris cencosud	Johnson cencosud	
Emisiones directas de Gases Efectos Invernadero (Alcance 1) - Total -	tCO2e	52.797	93.979	1.144	1.097	2.705	476
Compras de Combustible	tCO2e	5.420	7.230	509	225	85	8
Fugas de gases refrigerantes	tCO2e	47.377	86.749	635	872	2.620	468
% de cobertura considerando en la medición de emisiones	%	92%	93%	92%	96%	98%	96%
Emisiones indirectas de GEI Electricidad (Alcance 2) - Total -	tCO2e	68.813	69.051	18.026	51.162	29.545	8.494
% de cobertura considerando en la medición de emisiones	%	98%	97%	97%	100%	100%	87%

Con la medición de nuestra huella de carbono, buscamos calcular estandarizadamente la cantidad de Gases de Efecto Invernadero emitidos directa o indirectamente a la atmósfera, producto de nuestra operación y realizar la gestión necesaria que nos lleve a disminuir estas emisiones.

RECURSOS HUMANOS

General

Al 31 de diciembre de 2016 contamos con un total de 138.160 colaboradores, de los cuales aproximadamente el 40,5% se encuentra en Chile, un 17,8% en Argentina, 10,6% en Perú, 20,7% en Brasil y 10,4% en Colombia. Aproximadamente el 43,3% de los empleados de nuestras tiendas estaban representados por sindicatos bajo varios convenios colectivos. No contamos con un número significativo de colaboradores empleados temporalmente.

Al 31 de diciembre

Personal Consolidado por tipo de Compañía	2016	2015	2014
Holding	1.163	1.112	1.152
Subsidiarias	136.997	139.362	152.082
Cencosud	138.160	140.474	153.234
Personal Consolidado por tipo de Colaborador	2016	2015	2014
Gerentes y Ejecutivos principales	374	369	349
Profesionales y Técnicos	17.841	18.652	19.007
Trabajadores	119.945	121.453	133.878
Cencosud	138.160	140.474	153.234
Personal Consolidado por País	2016	2015	2014
Chile			
Tiendas	50.615	50.562	55.409
Centros de Distribución ⁽¹⁾	3.287	2.823	2.844
Oficinas Centrales	2.530	2.422	3.382
Total Chile	56.432	55.807	61.635
Argentina			
Tiendas	21.671	22.316	24.032
Centros de Distribución ⁽¹⁾	1.173	1.209	1.286
Oficinas Centrales	2.074	2.065	2.161
Total Argentina	24.918	25.590	27.479
Brasil			
Tiendas	24.516	26.219	29.374
Centros de Distribución ⁽¹⁾	1.682	1.717	1.922
Oficinas Centrales	2.142	2.379	2.250
Total Brasil	28.340	30.315	33.546
Perú			
Tiendas	12.016	12.309	13.389
Centros de Distribución ⁽¹⁾	1.430	1.438	1.368
Oficinas Centrales	1.044	1.049	1.251
Total Perú	14.490	14.796	16.008
Colombia			
Tiendas	12.925	12.649	13.485
Centros de Distribución ⁽¹⁾	232	206	882
Oficinas Centrales	823	1.111	199
Total Colombia	13.980	13.966	14.566

¹ Las instalaciones de distribución se refieren a nuestros centros de distribución, almacenes y transporte

Diversidad

La diversidad es una característica única de nuestra cultura y uno de nuestros mayores activos. En Cencosud, estamos convencidos de que atraer, desarrollar y retener una base de colaboradores como un verdadero reflejo de las comunidades a las que servimos, es esencial para nuestro éxito.

Nuestra empresa reconoce que la diversidad de género, raza, política, religión, edad, orientación sexual, discapacidad, estado civil o cualquier otra enriquece nuestro ambiente de trabajo y nos permite conectarnos mejor con las necesidades e intereses de nuestros clientes.

	En la Organización			Área de Administración			Directorio		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015 ¹	2014
Dotación por Género									
Femenino	69.627	71.478	78.979	81	74	68	1	1	1
Masculino	68.533	68.996	74.255	293	295	281	8	7	8
Total Cencosud	138.160	140.474	153.234	374	369	349	9	8	9
Dotación por País	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Chile	56.432	55.807	61.635	224	225	221	7	6	6
Argentina	24.918	25.590	27.479	92	90	70	1	1	1
Brasil	28.340	30.315	33.546	19	21	20	1	1	1
Perú	14.490	14.796	16.008	15	12	13	-	-	1
Colombia	13.980	13.966	14.566	18	17	15	-	-	-
China	-	-	-	6	4	10	-	-	-
Total Cencosud	138.160	140.474	153.234	374	369	349	9	8	9
Dotación por rango de Edad	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Menos de 30 años	55.637	57.454	65.946	2	1	-	-	-	-
Entre 31 y 40 años	43.243	44.508	46.631	135	131	108	-	-	-
Entre 41 y 50 años	25.294	24.762	25.981	171	178	165	2	2	2
Entre 51 y 60 años	11.442	11.213	11.913	58	49	60	-	-	-
Entre 61 y 70 años	2.296	2.279	2.470	8	10	15	5	3	5
Sobre 70 años	248	258	293	-	-	1	2	3	2
Total Cencosud	138.160	140.474	153.234	374	369	349	9	8	9
Dotación por rango Antigüedad	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Menos de 3 años	56.697	62.665	77.439	55	81	90	1	-	1
Entre 3 y 6 años	27.981	24.859	22.958	62	51	48	3	3	2
Entre 6 y 9 años	15.085	18.122	19.909	49	62	69	-	-	1
Entre 9 y 12 años	13.768	10.261	10.143	71	52	42	-	1	1
Más de 12 años	24.629	24.567	22.785	137	123	100	5	4	4
Total Cencosud	138.160	140.474	153.234	374	369	349	9	8	9

¹ Con fecha 25 de agosto de 2015 el Sr. Erasmo Wong renuncia a su calidad de Directos en Cencosud S.A.

Relaciones Laborales

Mantenemos el gran desafío de desarrollar prácticas en el lugar de trabajo para asegurar la confianza, la transparencia, la comunicación bidireccional efectiva y el desarrollo concreto de oportunidades para el desarrollo profesional y personal de nuestros empleados.

Nuestras relaciones con los sindicatos de trabajadores de Cencosud, se basan en el respeto mutuo y una relación regular y permanente, que supera con creces las instancias básicas del régimen jurídico de cada país, siempre prevaleciendo un diálogo constructivo.

2016

País	Total Dotación	Personal Sindicalizado	Porcentaje Sindicalizado	N° de Sindicatos
Chile	56.432	40.221	71,3%	114
Argentina	24.918	11.622	46,6%	73
Brasil	28.340	1.207	4,3%	87
Perú	14.490	402	2,8%	1
Colombia	13.980	6.285	45,0%	2
Cencosud	138.160	59.737	43,2%	277

2015

País	Total Dotación	Personal Sindicalizado	Porcentaje Sindicalizado	N° de Sindicatos
Chile	55.807	37.240	66,7%	110
Argentina	25.590	11.239	43,9%	97
Brasil	30.315	1.234	4,1%	73
Colombia	14.796	6.253	42,3%	2
Perú	13.966	183	1,3%	1
Cencosud	140.474	56.149	40,0%	283

2014

País	Total Dotación	Personal Sindicalizado	Porcentaje Sindicalizado	N° de Sindicatos
Chile	61.635	38.718	62,8%	181
Argentina	27.479	12.286	44,7%	121
Brasil	33.546	1.296	3,9%	72
Colombia	16.008	5.002	31,2%	1
Perú	14.566	158	1,1%	1
Cencosud	153.234	57.460	37,5%	376

En Chile, hacia fines del tercer trimestre de 2016, las negociaciones colectivas con los sindicatos involucraron más de 30 procesos. Esto involucró aproximadamente más del 35% de la fuerza de trabajo. Durante este período no se produjeron huelgas ni paros de trabajo. En abril de 2017 se iniciará la aplicación de la Reforma Laboral, que aumentará el poder de negociación de los sindicatos, lo que podría implicar un aumento de los costos laborales, además de una mayor probabilidad de interrupciones, esto podría afectar los resultados de la empresa.

En Argentina, nuestros empleados estaban afiliados a sindicatos; uno de ellos es el “Sindicato de Comercio”, único convenio colectivo (obligatorio por ley) para todos los empleados no directivos que ha estado vigente desde 1975. Hemos experimentado huelgas en nuestras tiendas, cada una con una duración de unas horas y ninguna de estas huelgas ha afectado materialmente nuestras operaciones generales.

En Brasil, aunque menos del 4,3% de nuestros empleados están afiliados a sindicatos, todos los empleados tienen derecho a los beneficios establecidos en nuestros convenios colectivos de trabajo, según lo determinado por la legislación laboral aplicable. La desaceleración de las actividades en el comercio, la industria y los servicios que se produjeron a lo largo de 2016 impulsó el crecimiento de la tasa de desempleo, con escenario adverso, creemos que tenemos una buena relación con nuestros empleados y sindicatos relacionados, y nuestras operaciones brasileñas no han registrado ninguna huelga significativa o paradas en los últimos 3 años.

En Perú, tenemos menos del 3% de nuestros empleados afiliados al único sindicato formado en 2013. Con ellos, tenemos un contrato colectivo que tiene un término de un año, finalizando en junio de 2017.

No tuvimos ninguna huelga que haya afectado materialmente nuestras operaciones en Perú. Considerada como una de las prioridades de la empresa, estamos constantemente trabajando en construir una buena relación tanto con nuestros empleados como con el sindicato.

Respecto de Colombia, no hemos tenido ninguna huelga que haya afectado materialmente nuestras operaciones en ese país.

Beneficios

Operamos un programa de bonos basado en el mérito para nuestros gerentes tanto en la administración como de tienda y para los jefes de departamento en cada tienda. En general, el bono fluctúa entre uno y seis salarios mensuales y se determina de acuerdo con criterios claramente definidos, incluyendo nuestro desempeño general, el desempeño de la tienda del empleado, el desempeño del empleado en relación con objetivos específicos establecidos al inicio del año y estándares más subjetivos tales como fomentar un ambiente de trabajo abierto y constructivo.

En Chile, nuestros empleados reciben los beneficios establecidos por los convenios colectivos y los salarios de acuerdo con nuestras pólizas, los beneficios provistos por la ley chilena (incluyendo el seguro por incapacidad) y ciertos beneficios adicionales proporcionados por nosotros. Entre estos beneficios, ofrecemos capacitación para nuestros empleados y oportunidades para sus familias (incluyendo becas educativas para niños de colaboradores).

En Argentina, nuestros empleados reciben los beneficios establecidos por este convenio colectivo y

políticas, los beneficios previstos por la ley argentina (incluyendo el seguro por discapacidad) y ciertos beneficios adicionales proporcionados por nosotros, incluyendo capacitación.

En Brasil, nuestros empleados reciben los beneficios establecidos por este convenio colectivo y los salarios establecidos de acuerdo con nuestras políticas, los beneficios provistos por la ley de Brasil y ciertos beneficios adicionales proporcionados por nosotros.

En Perú, nuestros empleados reciben los beneficios y salarios estándar establecidos de acuerdo con nuestras políticas, los beneficios provistos por la ley peruana (incluyendo el seguro por incapacidad) y ciertos beneficios adicionales proporcionados por nosotros, incluyendo descuentos en productos comprados en nuestras tiendas, basado en primas.

En Colombia, nuestros empleados reciben los beneficios y salarios estándar establecidos de acuerdo a nuestras políticas, beneficios proporcionados por la ley de Colombia (incluyendo seguro de incapacidad) y ciertos beneficios adicionales proporcionados por nosotros, incluyendo descuentos en productos comprados en nuestras tiendas y capacitación para nuestros empleados.

Remuneración por Género

Cencosud tiene una Política de Compensación Corporativa, basada en los principios de “igualdad interna” y “competitividad externa”, que determina las principales directrices para la gestión de la nómina y los incentivos variables que se aplican en todos los niveles de la organización, país y bandera.

Como parte de esta política, en Cencosud aplicamos una metodología única para la valuación de posiciones llamada “Global Grading System” (de Towers Watson), que garantiza a las personas que realizan las mismas funciones percibir el mismo salario, sin importar el género, entre otros. La posición determina el rango salarial, de acuerdo con el desempeño y el tiempo que ocupa el cargo; localizando a nuestras diferentes personas en la red. El análisis² de las diferencias salariales por género, se realizó a partir de nuestro sistema de valuación de cargos GGS, donde, se encontró la diferencia que existe por nivel de GGS y por país. Luego, se identificó la participación de la población femenina y también por nivel de GGS y país, luego para generar este cálculo ponderado y así, para obtener los resultados dados, según la clasificación de cargos.

Grupo	Resultado 2016	Resultado 2015	Resultado 2014
Gerentes y principales Ejecutivos	(4,20)%	(5,16)%	(8,56)%
Profesionales y Técnicos	(0,24)%	(0,16)%	(0,27)%
Trabajadores	(3,34)%	(2,90)%	(3,74)%

² Interpretación: Por ejemplo, en 2016, a las mujeres les pagaban 4,2% menos que a los hombres manteniendo el mismo GGS del grupo de la administración y ejecutivos.

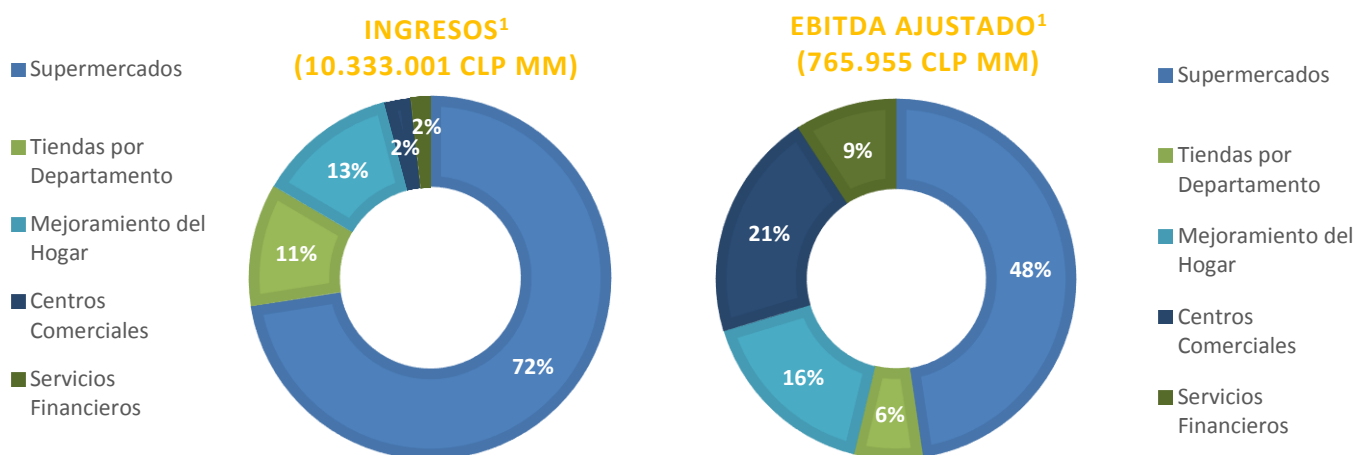
DESTACADOS OPERACIONALES

Creemos que somos uno de los principales minoristas multi-formato de América Latina. Operamos Supermercados, Tiendas de Mejoramiento del Hogar, Centros Comerciales y Tiendas por Departamento. Nuestras oficinas centrales están ubicadas en Chile y tenemos operaciones en Chile y Argentina, mercados en los que Cencosud inició y consolidó su posición de liderazgo, Brasil, Colombia y Perú. Para complementar nuestra actividad principal de comercio minorista, estamos involucrados en el negocio inmobiliario en Chile, Argentina, Perú y Colombia con 53 centros comerciales que representan 784.949 metros cuadrados de superficie bruta arrendable a terceros al 31 de diciembre de 2016. Asimismo, ofrecemos tarjetas de crédito, préstamos de consumo y servicios financieros a nuestros clientes.

Ingresos y EBITDA ajustado por segmento

Nuestra división de negocios más relevante es la de Supermercados, representando aproximadamente 72,5% y 55,8% de las ventas y del EBITDA ajustado, respectivamente. Tenemos una estrategia de calidad-servicio y calidad-precio, la cual los ayuda a segmentar a nuestros clientes. En segundo lugar, nuestra división más relevante en términos de ingresos es Mejoramiento del Hogar, le sigue Tiendas por Departamento. Nuestra división de Centros Comerciales representa sólo 2,3% de los ingresos, sin embargo es la segunda división más relevante en términos de EBITDA, contribuyendo con aproximadamente un 24,1% del EBITDA ajustado consolidado de Cencosud. Finalmente, la división de servicios financieros representa aproximadamente 1,7% y 10,7% de nuestros ingresos y EBITDA ajustado respectivamente.

Nuestro principal objetivo es profundizar la relación con nuestros clientes, ofreciendo un servicio más completo y generando un mayor valor agregado desde las sinergias que existen entre los negocios y todas las subsidiarias de Cencosud. A continuación se muestra la contribución de cada uno de los negocios en ingresos y EBITDA ajustado. Las cifras se encuentran expresadas en pesos chilenos al 31 de diciembre 2016.



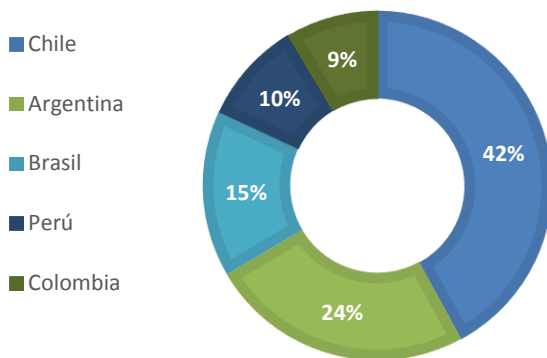
¹ No incluye segmento "Otros"

Ingresos y EBITDA ajustado por País

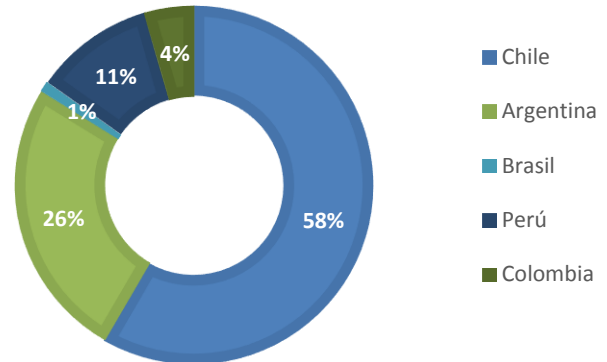
Los mercados más relevantes en términos de ventas son Chile y Argentina, contribuyendo con un 42,1% y 24,5% de los ingresos consolidados, respectivamente. Chile es el mercado donde la Compañía fue fundada, con la apertura del primer supermercado en la ciudad de Temuco en 1960 y la apertura del primer hipermercado Jumbo en la ciudad de Santiago a mediados de 1970s.

Luego, Cencosud se expande a Argentina, con la apertura del primer hipermercado Jumbo en 1982, y la posterior construcción de Unicenter en 1988, el centro comercial más grande de Argentina. Después de la consolidación de Cencosud y sus marcas en los mercados de origen, la Compañía inicia una agresiva fase de crecimiento, en el que a través de una combinación de aperturas y adquisiciones, expande su huella geográfica a Brasil, Perú y Colombia. Cada uno de estos mercados representa 15,4%, 9,5% y 8,6% de los ingresos consolidados, respectivamente.

INGRESOS¹
(10.333.001 CLP MM)

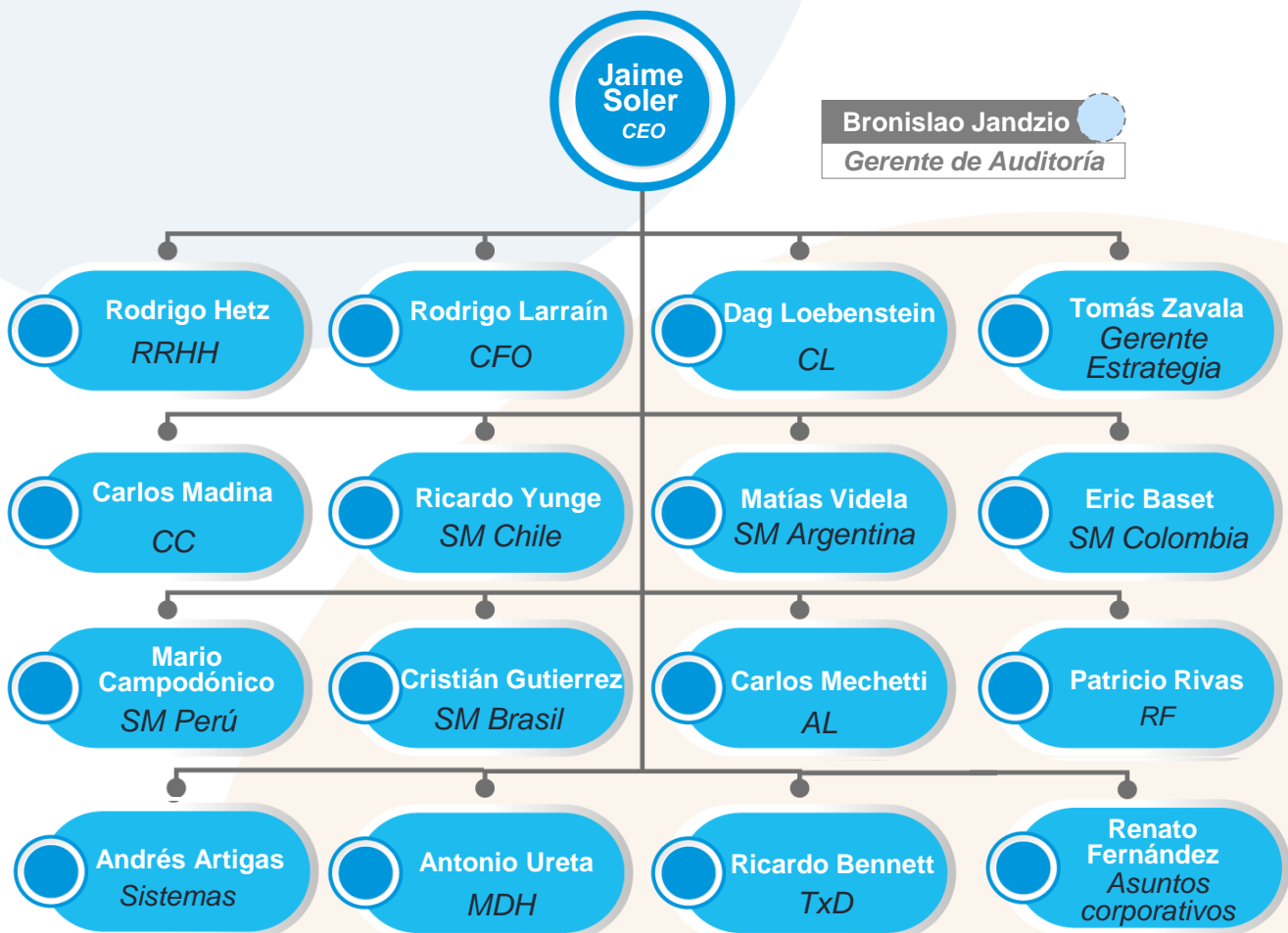


EBITDA AJUSTADO¹
(765.955 CLP MM)



¹ Después del cierre de la transacción con Scotiabank en Chile el 1 de mayo de 2016, el 49% del resultado del negocio se encuentra incorporado en "Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación". Es por esto que los ingresos de Servicios Financieros Chile fueron eliminados de la representación gráfica.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



CEO: Gerente General. RRHH: Recursos Humanos. CFO: Gerente de Finanzas. CL: Gerente Corporativo de Logística. CC: Gerente de Centros Comerciales. SM: Gerente de Supermercados, SF: Gerente de Servicios Financieros. AL: Gerente de Asuntos Legales. MDH: Gerente Mejoramiento del Hogar. TxD: Gerente Tiendas por Departamento.

Ejecutivos principales: Rodrigo Hetz, Rodrigo Larraín, Carlos Medina, Mario Campodónico, Carlos Mechetti, Patricio Rivas, Antonio Ureta y Ricardo Bennett

Nuestras Marcas Comerciales y Licencias

El grupo Cencosud mantiene registradas y en trámite de registro una serie de marcas comerciales en Chile, Argentina, Colombia, Brasil y Perú, entre las cuales se mencionan: Jumbo, Johnson, Easy, Santa Isabel, Disco, Veá, Las Palmas del Pilar, Plaza Veá, Paris, Tarjeta Cencosud, Wong, Metro, Gbarbosa, Sky Costanera y Puntos Cencosud, entre otras.

Además, se continúan desarrollando marcas propias como Krea, URB, Alpes Outdoor, Roots, Veeden, Alaniz Home, Alaniz, Attimo, Green Field, Opposite, Tribu, Aussie, Mini Tribu, Nex, Foster, J.J.O., Umbrale, Umbrale Kids, Pets Fun, Beef Maker y Moon by Foster, las que han tenido un gran éxito en el mercado.

El grupo Cencosud ha firmado contratos de licencias con reconocidas marcas internacionales, como son American Eagle, Carter's, Women's Secret, Topshop, Topman, Aerie y Miss Selfridge.

La Compañía tiene debidamente registradas -o en trámite de registro- en los distintos organismos competentes en la materia, en cada uno de los países en donde opera, las marcas necesarias para sus operaciones.

Nuestros Clientes

Contamos con operaciones en cinco países de Latinoamérica, atendiendo a una diversidad de clientes a través de distintos formatos. Al 31 de diciembre de 2016, ningún cliente alcanza a concentrar en forma individual el 10% del ingreso en cada uno de nuestros segmentos.

Nuestros Proveedores

Los principales proveedores de Cencosud S.A. provienen de la industria del retail. A continuación se señalan los 20 principales proveedores al 31 de diciembre 2016: Agrosuper Com.de Alimentos Ltda., Nestlé Chile S.A., Cerveca y Maltería Quilmes SAI, Unilever Chile S.A., Samsung Electronics Chile, Unilever Argentina S.A., Comercial Santa Elena S.A., Mastellone Hnos. S.A., Empresas Carozzi S.A., CMPC Tissue S.A., Molinos Río de la Plata S.A., Sancor Cooperativas Unidas Ltda., JBS S.A., Watt's Comercial S.A., BRF S.A., Danone Argentina S.A., Organización Terpel S.A., Cooperativa Agrícola y Lechera de la Unión Ltda., Embotelladora Andina S.A., LG Electronics Chile Ltda.

Ninguno de los proveedores mencionados en la lista concentra en forma individual el 10% del total de compras efectuadas en el periodo.

Propiedades e Instalaciones

A continuación mostramos una lista con los principales¹ locales utilizados para el desarrollo del giro en cada uno de los países donde operamos.

Supermercados

A continuación la lista de los principales supermercados utilizados para el desarrollo del negocio, en cada uno de los países donde operamos:

País	Tienda	Ubicación	Propio/ Arrendado
Chile	J Bilbao	Av. Francisco Bilbao 4144	Propio
Chile	J Kennedy	Av. Kennedy 9001	Propio
Chile	J Costanera	Av. Andres Bello 2433	Propio
Chile	J La Reina	Av. Francisco Bilbao 8750	Arrendado
Chile	J Maipu	Av. Américo Vespucio 1001	Propio
Chile	J Antofagasta - Angamos	Av. Angamos 745, Antofagasta	Propio
Chile	J La Florida	Av. Vicuña Mackenna 6100	Propio
Chile	J La Dehesa	Av. La Dehesa 1445	Propio
Chile	J Peñalolen	Av. Sanchez Fontesilla 12000	Propio
Chile	J Viña Del Mar	Av. 1 Norte #2901	Propio
Argentina	J Unicenter	Paraná 3617	Propio
Argentina	J Palermo	Av. Bullrich 345	Propio
Argentina	J Pilar	Las Magnolias 698	Propio
Argentina	J Lomas	Av. Antártida Argentina 799	Propio
Argentina	J Neuquén	J J Lastra 2400	Propio
Argentina	J Quilmes	Avenida Calchaquí N° 3950	Propio
Argentina	J Nordelta	Av de los Lagos 6660	Arrendado
Argentina	J Plaza Oeste	Lobos 2585	Propio
Argentina	J Parque Brown	Av.Fernandez de la cruz Gral Francisco 4602	Propio
Argentina	J San Martín	San Lorenzo 3773	Propio
Argentina	Veá 52 San Luis.	Julio Argentino Roca 300	Arrendado
Argentina	J Mendoza	Gdor Gral J R Balcarce 735	Propio
Argentina	J Escobar	Ruta Provincial 25 n° 1710	Propio
Argentina	J Comodoro	Av. Hipolito Yrigoyen y Baj.Alsina 5277	Arrendado
Argentina	J Salta	Av. Sarmiento esq Latorre	Propio
Argentina	J Tucumán	Fermín Cariola 42	Propio

¹ Cencosud definió como principales todas aquellas tiendas que conforman el 25% de la venta del negocio en el país en donde operan.

Argentina	Veá Santiago del Estero.	Acceso Av. Rivadavia	Propio
Argentina	Veá 28 25 de Mayo y Jujuy.	25 de Mayo Este 400	Propio
Argentina	J Acoyte	Av. Acoyte 702	Propio
Argentina	J Tronador	Tronador 850 - Villa Urquiza	Propio
Argentina	J Rosario	Nansen 255	Propio
Brasil	M Calçada	Av. Jequitaia numero 411-Agua de Meninos	Arrendado
Brasil	PREZ BOTAFOGO	Rua General Polidoro, 260 - Botafogo - RJ. CEP 22.280-003	Arrendado
Brasil	PREZ RECREIO	Av. das Américas, 16.100 - Recreio dos Bandeirantes - RJ. CEP 22.790-704	Arrendado
Brasil	PREZ CAXIAS CENTRO	Rua José de Alvarenga, 95 - Centro - Duque de Caxias - RJ. CEP 25.020-140	Arrendado
Brasil	G Hiper Jardins	Av. Silvio Teixeira N° 831	Arrendado
Brasil	G Costa Azul	Rua Arthur de Azevedo Machado N° 3443	Arrendado
Brasil	PREZ CAMPO GRANDE	Estrada do Cabuçu, 1654 - Campo Grande - RJ. CEP 23.052-230	Arrendado
Brasil	M Jabotiana	Av. Tancredo Neves - cep:49.080-470	Propio
Brasil	PREZ BARRA DA TIJUCA	Av. das Américas, 13.850 - Recreio dos Bandeirantes - RJ. CEP 22.790-702	Arrendado
Brasil	PREZ NILOPOLIS	Av. Getulio de Moura, 1.591- Centro - Nilópolis - RJ. CEP 26.525-001	Arrendado
Brasil	PREZ MEIER	Rua Dias da Cruz, 579, Méier - RJ. CEP 20.720-011	Arrendado
Brasil	PREZ FREGUESIA	Estrada de Jacarepaguá, 7.153 - Freguesia -RJ. CEP 22-753-033	Arrendado
Brasil	PREZ ILHA DO GOVERNADOR	Estrada do Galeão, 1.800 - Ilha do Governador - RJ. CEP 21.931-524	Arrendado
Brasil	PREZ JAURU	Praça Jaurú, 32 - Taquara - RJ. CEP 22.725-520	Arrendado
Brasil	PREZ SANTA CRUZ	Rua Dom Pedro I, 53 - Santa Cruz - RJ. CEP 23.510-010	Arrendado
Brasil	G Hiper Norte	Av. Osvaldo Aranha, 1240	Arrendado
Brasil	PREZ PECHINCHA	Estrada do Tindiba 565	Arrendado
Brasil	G Hiper Francisco Porto	Av. Francisco Porto 250	Arrendado
Colombia	J 19- Santa Ana	Calle 110 # 9 B - 04, Bogota	Propio
Colombia	J 15- Los Hayuelos	Av. Carrera 86 # 19 A - 50, Bogota	Propio
Colombia	J 14- Calle 170	Calle 170 # 64-47, Bogota	Propio
Colombia	J 11- Calle 80	Av. Calle 80 # 69 Q-50, Bogota	Propio
Colombia	J 23- De La 65	Carrera 65 # 45-85 , Medellin	Propio
Colombia	J 70- Suba	Av. ciudad de Cali N° 146 A No 106-20, Bogota	Propio
Colombia	J 13- Valle Del Lili	Carrera 98 No. 16-50 , Cali	Propio
Colombia	J 16- Carrera 30	Carrera 32 #17 B-04, Bogota	Propio
Perú	Wong Chacarilla.	Calle Monte Bello 150, Lima	Propio + terceros
Perú	Wong Ovalo Gutierrez.	Av. Santa Cruz 771, Lima	Propio
Perú	Wong Benavides.	Av. Alfredo Benavides 1475, Lima	Propio + terceros
Perú	M Hiper San Juan de Lurigancho	Av. Proceres de la Independencia 1632, Lima	Propio + terceros
Perú	Wong Dos de Mayo.	Av. Dos de Mayo 1099, Lima	Propio + terceros
Perú	Wong San Miguel.	Esq. Av. La Marina y Av. Universitaria C.C. Plaza San Miguel	Arrendado
Perú	M Hiper PLN	Km. 14.5 Panamericana Norte , Lima	Arrendado

Mejoramiento del Hogar

A continuación la lista de las principales tiendas de Mejoramiento del Hogar utilizadas para el desarrollo del negocio, en cada uno de los países donde operamos:

País	Tienda	Ubicación	Propio/ Arrendado
Chile	Easy Rancagua	Carretera El Cobre # 750 L-1100 Rancagua	Propia
Chile	Easy Temuco	Av. Caupolican # 0650 Temuco	Propia
Chile	Easy Maipu	Av. Americo Vespucio # 1001 Maipu	Propia
Chile	Easy La Reina	Av. Francisco Bilbao # 8750 Las Condes	Tercero
Chile	Easy Viña del Mar	Av.1 Norte # 2901 Viña del Mar	Propia
Chile	Easy La Serena	Parcela 69, Ruta 5 Norte Vega Sur La Serena	Propia
Argentina	Easy Neuquen	Av. J.J. Lastra 2400, Neuquén, Prov. de Neuquén	Propia
Argentina	Easy Mendoza	General Balcarce N°897, Godoy Cruz, Prov.de Mendoza	Propia
Argentina	Easy San Isidro	Fondo de la Legua N°2513, Villa Adelina, Buenos Aires	Propia
Argentina	Easy Quilmes	Av. Calchaquí 3950, Quilmes, Prov.de Buenos Aires	Propia
Argentina	Easy Palermo	Av. Bullrich N°345, Cdad.Aut.de Buenos Aires	Propia
Argentina	Easy Cordoba	Av.O´higgins N°3859, Córdoba, Prov. de Córdoba	Propia
Argentina	Easy Pilar	Las Magnolias N°698, Pilar, Prov. de Buenos Aires	Propia
Argentina	Blaisten Palermo	Av. Juan B. Justo 1380	Tercero
Argentina	Blaisten Floresta	Av. Juan Alberdi 3928	Propia
Colombia	Easy Centro Mayor	Calle 34A SUR No. 34D - 50	Propia
Colombia	Easy Americas	AV. AMERICAS No. 68 – 94	Tercero

Tiendas por Departamento

A continuación la lista de las principales tiendas por departamento utilizadas para el desarrollo del negocio, en cada uno de los países donde operamos:

País	Tienda	Ubicación	Propio/ Arrendado
Chile	Paris Arauco	Av. Presidente Kennedy #5225, Las Condes	Arrendado
Chile	Paris Viña	Av. Libertad #1390, Viña del Mar	Arrendado
Chile	Paris Costanera Center	Av. Andrés Bello 2447, Local 1200	Propio
Chile	Paris ALC	Av. Presidente Kennedy #9001, Las Condes	Propio
Chile	Paris Plaza Oeste	Américo Vespucio 1501, Cerrillos	Arrendado
Chile	Paris Vespucio	Vicuña Mackenna 7110, La Florida	Arrendado
Perú	Paris Plaza Lima Norte	Cruce Panamericana Norte /Tomás Valle /Tupac Amaru	Arrendado
Perú	Paris Mega Plaza	Av. Alfredo Mendiola #3698, Independencia.	Arrendado

Centros Comerciales

A continuación la lista de los principales Centros Comerciales utilizados para el desarrollo del negocio, en cada uno de los países donde operamos:

País	Tienda	Ubicación	Propio/Arrendando
Chile	Alto Las Condes	AV. KENNEDY 9001, LAS CONDES	Propio
Chile	Costanera Center	AVDA. ANDRES BELLO Nº2425, Providencia , Santiago	Propio
Argentina	Unicenter	Paraná 3745, Martinez , Buenos Aires	Propio
Perú	Plaza Lima Sur	Prol.Paseo de la República S/N , Chorrillos	Arrendado
Colombia	Calle 80	Av. Calle 81, #68-50	Propio
Colombia	Hayuelos	Carrera 86, #19A-50	Propio
Colombia	Vegas	Carrera 48, #25 SUR -136	Propio
Colombia	La 65	Carrera 65, #45-85	Propio

Terrenos para el desarrollo de proyectos futuros

La Compañía cuenta con las siguientes propiedades para el desarrollo futuro de proyectos:

País	Número de Terrenos	Superficie (m²)	Propio/Arrendado
Argentina	75	3.284.711	Propio
Brasil	25	351.087	Propio
Brasil	5	19.120	Arrendado
Chile	51	2.368.360	Propio
Chile	8	306.747	Arrendado
Colombia	3	71.681	Propio
Perú	24	132.517	Propio
Perú	6	11.625	Arrendado
Total	197	6.545.848	

GOBIERNO CORPORATIVO



DIRECTORIO

La siguiente tabla presenta información de nuestros Directores al 31 de diciembre 2016: A continuación una breve descripción de las principales funciones actualmente realizadas por cada Director, así como de la experiencia laboral y académica como sigue:

Nombre	Cargo	Edad	Años en Cencosud ¹	RUT	Nacionalidad	Género
Horst Paulmann Kemna ²	Presidente	81	38	3.294.888-k	Chileno	Masculino
Heike Paulmann Koepfer	Director	47	17	8.953.510-7	Chileno	Femenino
Peter Paulmann Koepfer	Director	48	20	8.953.509-3	Chileno	Masculino
Richard Büchi	Director	64	4	6.149.585-1	Chileno	Masculino
Cristián Eyzaguirre	Director	68	12	4.773.765-6	Chileno	Masculino
David Gallagher	Director	72	6	3.413.232-1	Chileno	Masculino
Julio Moura	Director	64	5	21.814.616-3	Brasileño	Masculino
Roberto Philipps	Director	70	14	4.556.079	Argentino	Masculino
Mario Valcarce	Director	67	1	5.850.972-8	Chileno	Masculino

Horst Paulmann El Sr. Paulmann es el Presidente de nuestro Directorio y fundador de Cencosud S.A. Ha formado parte del Directorio desde noviembre de 1978. Ha sido Director de la Cámara de Comercio de Alemania (CAMCHAL) y de la Cámara de Comercio de Chile.

Heike Paulmann La Sra. Paulmann ha sido miembro del Directorio desde abril de 1999. Es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile y tiene un MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez.

Peter Paulmann El Sr. Paulmann ha sido miembro de nuestro Directorio desde septiembre de 1996. Actualmente es Gerente General de la Importadora y Comercial Regen Ltda. y también fue Director de nuestra división de Centros Comerciales en Chile. Es Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Richard Büchi El Sr. Büchi fue elegido como miembro independiente del Directorio en abril de 2013.

El Sr. Büchi es Ingeniero Civil de la Universidad de Chile y tiene un MBA de Wharton School of Business de la Universidad of Pennsylvania. En marzo de 2013, asumió la vicepresidencia ejecutiva de la división de telefonía móvil de Entel después de haber sido el CEO de la compañía durante 18 años. Además, el Sr. Büchi fue presidente del directorio de Entel PCS y de Entelphone.

Cristián Eyzaguirre El Sr. Eyzaguirre ha sido miembro de nuestro Directorio desde 2005. Es Economista de la Universidad de Chile y Master of Arts in Economics de la Universidad de California, Berkeley. Fue Gerente de Finanzas de Empresas CMPC y Gerente General del Banco Bice. Anteriormente se desempeñó como Profesor Titular en la Facultad de Economía y Administración de la Universidad de Chile. En la actualidad se desempeña como Director de Besalco, E-CL, Agunsa, Grupo GTD Teleductos, Telefónica del Sur, IPAL, Banco Cencosud y Wenco.

¹ Incluyendo años en otros cargos en Cencosud S.A.

² Horst Paulmann Kemna es el padre de Heike Paulmann Koepfer y Peter Paulmann Koepfer

Además es Vicepresidente del Comité Asesor Financiero del Fondo Soberano de la República de Chile.

David Gallagher El Sr. Gallagher ha sido parte del Directorio desde abril 2011. Él tiene un MA en Lenguas Modernas en la Universidad de Oxford. Es el Presidente y fundador de ASSET Chile S.A., y es director y miembro del Comité Ejecutivo del Centro de Estudios Públicos. Antes de la fundación de ASSET Chile en 1984, el Sr. Gallagher estuvo 10 años en el banco de inversiones Morgan Grenfell, donde estuvo a cargo de Latinoamérica y fue director de Morgan Grenfell International.

Julio Moura el Sr. Moura ha formado parte de nuestro Directorio desde septiembre 2011. El Sr. Moura es Director de Natura Cosméticos, Adecoagro y Brinox y Presidente del Instituto Arapyaú. Antes de unirse a Cencosud, el Sr. Moura fue Presidente de Masisa entre los años 2002 y 2007 y fue Vicepresidente Ejecutivo del Grupo Schindler, en Suiza, desde 1992 a 1997. El Sr. Moura tiene un Master del M.I.T. Sloan School of Management y un Título de Ingeniería del Instituto Federal Suizo de Tecnología (ETH Zürich).

Roberto Philipps el Sr. Philipps ha sido miembro del Directorio desde 2003. Ha tenido varias posiciones ejecutivas en La Organización Techint y previamente en *Exxon Corporation*. Es ex presidente de la Asociación Argentina de Ejecutivos de Finanzas y forma parte de Directorios de compañías en Chile y Argentina. El Sr. Philipps tiene un título en Administración de Empresas y es Contador Público de la Universidad de Buenos Aires y cursó un AEP (*Advanced Executive Program*) en la Universidad de Kellogg, Universidad de Northwestern.

Mario Valcarce El Sr. Valcarce tiene un título en Ingeniería Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. El Sr. Valcarce fue Gerente General de Enersis S.A. entre los años 2003 al 2006 y fue Presidente de Endesa S.A entre 2006 y 2009. Formó parte del Directorio de Empresas Navieras S.A. hasta abril de 2016 y actualmente forma parte del Directorio de Grupo Costanera SpA, Energía de la Patagonia, Aysén S.A., Besalco S.A. y Transelec S.A., desde 2010.

ADMINISTRACION

Ejecutivos

La siguiente tabla muestra información respecto a la administración ejecutiva a diciembre 31 de 2016:

Nombre	Cargo	Edad	Años en Cencosud	RUT	Nacionalidad	Género
Jaime Soler	Gerente General	45	12	7.107.025-5	Chileno	Masculino
Carlos Mechetti	Gerente de Asuntos Legales	47	23	22.118.310-k	Argentino	Masculino
Rodrigo Larraín	Gerente de Finanzas Corporativo	45	4	10.973.139-0	Chileno	Masculino
Bronislao Jandzio	Gerente de auditoría	62	18	22.111.590-2	Argentino	Masculino
Patricio Rivas	Gerente de Retail Financiero	54	14	7.516.353-3	Chileno	Masculino
Antonio Ureta	Gerente de Mejoramiento del Hogar	43	15	10.745.810-7	Chileno	Masculino
Andrés Artigas	Gerente Corporativo de Sistemas	51	11	9.191.442-5	Chileno	Masculino
Rodrigo Hetz	Gerente de Recursos Humanos	42	6	12.016.317-5	Chileno	Masculino
Renato Fernandez	Gerente de Asuntos Corporativos	44	5	10.871.675-4	Chileno	Masculino
Ricardo Bennett	Gerente de Tiendas por Departamento	42	11	12.584.647-5	Chileno	Masculino
Carlos Madina	Gerente de Centros Comerciales	50	25	21.231.962-7	Argentino	Masculino
Marcelo Reyes ³	Gerente de Riesgos Corporativos	50	14	8.547686-6	Chileno	Masculino

Jaime Soler Fue nombrando, el 1º de enero 2015, Gerente General de Cencosud. Anterior a ese cargo, fue Gerente Corporativo de Retail desde febrero de 2014. Anteriormente, se desempeñó como Gerente de la División de Tiendas por Departamento desde el 2008 y llevó con éxito los resultados de la adquisición de Johnson en Chile. Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile y graduado del Programa de Desarrollo de Ejecutivos de la Universidad de Kellogg, trabajó en Falabella como Gerente de Adquisiciones, para luego unirse a Cencosud en el año 2005.

Rodrigo Larraín El Sr. Larraín fue el Gerente de la división de Centros Comerciales desde marzo 2013 hasta que fue nombrado nuestro Gerente de Finanzas Corporativo en octubre de 2015.

Es Ingeniero Civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile y tiene un MBA de la Universidad Michigan Ross School of Business y completó el programa General Management de la Universidad de Harvard. Antes de integrarse a Cencosud fue Gerente de Finanzas y de Inversiones en Enjoy S.A. El Sr. Larraín también cuenta con más de 10 años de experiencia en Banca Corporativa e Inversión adquirida mientras trabajaba en Citigroup y BBVA.

Carlos Mechetti Es nuestro Gerente Corporativo de Asuntos Legales desde 1999. Se graduó en la Universidad del Museo Social Argentino en 1993, y se unió a Cencosud en 1994 como asesor de la división de centros comerciales en Argentina.

³ Marcelo Reyes presentó su renuncia a la Compañía el día 31 de marzo de 2017.

El Sr. Mechetti después de haberse graduado, realizó varios cursos de postgrado en las universidades UBA, UADE, CEMA y Harvard.

Bronislao Jandzio Ha sido nuestro Gerente Corporativo de Auditoría desde 1998. Antes de unirse a Cencosud, era Jefe Regional del Departamento de Contabilidad Global para el Grupo Deutsche Bank en Frankfurt, Alemania. El Sr. Jandzio tiene un diploma de la Academia bancaria alemana Banklehre.

Patricio Rivas Ha sido nuestro Gerente Corporativo de Tarjeta de Crédito desde el 2011. Anteriormente se desempeñó como Gerente Corporativo de Riesgo desde 2010 al 2011. Se graduó en Ingeniería Comercial en la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Antonio Ureta Ha sido parte de Cencosud desde el 2002, siendo partícipe en diferentes cargos dentro de las divisiones de Negocio de Supermercados y Tiendas por Departamento, y Gerente General de la operación de Mejoramiento del Hogar en Chile desde julio de 2014 hasta marzo de 2015. Desde entonces, el Sr. Ureta ha sido nuestro Gerente de Mejoramiento del Hogar. Es Ingeniero Civil Industrial de la Universidad Católica de Chile y previo a unirse a Cencosud trabajó en banca de inversiones en IM Trust.

Rodrigo Hetz Ha sido nuestro Gerente de Recursos Humanos desde abril del año 2011. Es Ingeniero Industrial de la Universidad de Chile y tiene un MBA de la Universidad de California Berkeley.

También trabajó en la Consultora McKinsey Co. del año 2006 al 2011, asesorando en efectividad estratégica y organizacional a distintas empresas en varios países. Desde 1999 a 2004, el Sr. Hetz trabajó en Citibank en la Gerencia de Recursos Humanos.

Renato Fernandez Ha sido nuestro Gerente de Asuntos Corporativos desde 2011 cuando se unió a Cencosud. Anteriormente, trabajó como Gerente de Comunicación de Endesa Chile. Es Periodista de la Universidad Gabriela Mistral.

Ricardo Bennett Es nuestro actual Gerente General de Tiendas por Departamento, cargo que asumió en febrero de 2014. El Sr. Bennett se unió a Cencosud en 2008 como Gerente del negocio de Tiendas por Departamentos. Es Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile, con un MBA cursado en ESADE Business & Law School de Barcelona. Anterior a unirse a Cencosud el Sr. Bennett trabajó en Falabella.

Carlos Madina El Sr. Madina ha sido parte de Cencosud desde marzo 1992 y ha desarrollado toda su carrera profesional en la división de Centros Comerciales. En 1996 fue designado Gerente Comercial de Centros Comerciales Argentina; en agosto 2002 fue nombrado Gerente de Centros Comerciales Chile y regresó a Argentina como Gerente General de Centros Comerciales Argentina en octubre 2009. Desde marzo 2012 a octubre de 2015, Carlos se desempeñó como Gerente Comercial Regional en conjunto a su posición en Argentina.

En octubre 2015, el Sr. Madina fue promovido a Gerente de la División de Centros Comerciales.

Marcelo Reyes Ha sido nuestro Gerente Corporativo de Riesgo desde diciembre de 2011 y hasta el día 31 de marzo de 2017. Previamente se desempeñó como Gerente de Riesgo en el negocio de tarjetas de crédito en Chile. Se graduó de Ingeniero Comercial en la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y tiene un MBA en A.B. Freeman School of Business de Tulane University, New Orleans, Estados Unidos y un MBA en la Universidad de Chile.

REMUNERACIONES

Para 2016, el monto total de la remuneración que pagamos a los altos ejecutivos fue de \$4.928.236 millones. No revelamos a nuestros accionistas, ni hacemos pública en ninguna otra forma, información sobre la remuneración de ningún ejecutivo individual.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 33 de la Ley Nº 18.046 de Chile, la cantidad de remuneración de los directores para el período 2016 se determinó en la Junta Ordinaria de Accionistas a fines de abril de 2016.

En la Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el 29 de abril de 2016, se establecieron los siguientes montos de remuneración de los Directores para el

- Honorarios pagados por asistir a las reuniones del Directorio: pago de UF 330 (equivalentes a CLP M\$8.548) cada mes para los que ocupan el cargo de Director y dos veces el monto para el Presidente del Directorio, siempre que asistan a un mínimo de 10 reuniones ordinarias cada año.
- Honorarios pagados por asistir a las reuniones del Comité de Directores: pago a cada Director de UF 110 (equivalentes a CLP M\$2.849) por cada reunión a la que asistan.

El detalle de los montos pagados a nuestros Directores para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2016, 2015 y 2014 es el siguiente:

Nombre	Cargo	Al 31 de diciembre de:		
		2016 CLP	2015 CLP	2014 CLP
Horst Paulmann Kemna	Presidente	206.280	198.458	184.487
Heike Paulmann Koepfer	Director	103.140	99.229	92.243
Peter Paulmann Koepfer	Director	103.140	99.229	92.243
Richard Büchi Buc	Director	137.526	132.305	122.991
Cristián Eyzaguirre	Director	103.140	99.229	92.243
David Gallagher	Director	137.526	132.305	122.991
Julio Moura	Director	103.140	99.229	92.243
Roberto Philipps	Director	137.526	132.305	122.991
Mario Valcarce	Director	92.177	-	-
Erasmus Wong Lu Vega	Director	-	65.549	92.243
Total		1.123.595	1.057.838	1.014.675

Ninguno de nuestros Directores no-ejecutivos tiene un contrato de servicio con nosotros que provee beneficios al finalizar el empleo.

Programas de Incentivos para Ejecutivos

Con el fin de recompensar el compromiso y con el objetivo de retener a los ejecutivos, el directorio ha aprobado los términos y condiciones de un Programa ejecutivo de Opciones sobre acciones, denominado Plan de Incentivos a Largo Plazo 2016 (el "Plan 2016"). Este plan reemplazó los planes anteriores para 2014 (base y adicional) y 2015.

El objetivo de nuestro plan de incentivos es motivar el desempeño de los ejecutivos a largo plazo, aumentando así el valor a largo plazo de la Compañía.

Los ejecutivos solo pueden ejercer sus opciones bajo planes de incentivos si son empleados de la Compañía en las fechas específicas de suscripción o por cualquiera de sus subsidiarias en Chile o en el extranjero sin ninguna interrupción en su relación laboral.

Para ser elegible y recibir un pago de acciones, ningún ejecutivo puede encontrarse en grave incumplimiento de sus obligaciones laborales desde la fecha de firma del contrato de opción de compra hasta la fecha de ejercicio. La determinación de un incumplimiento grave es a discreción de la compañía.

El plan 2016 concede a los ejecutivos el derecho de suscribir acciones a un precio fijo de \$ 1.000 durante toda la duración del plan de incentivos, siempre y cuando se cumplan las condiciones de empleo requeridas dentro del período.

Un número pequeño de empleados mantiene Planes anteriores de Opciones sobre Acciones bajo el plan 2014 (el Plan "2014") (base y adicional) y 2015 (el Plan "2015") (básico y adicional), y no fueron migrados a este nuevo plan.

El plan 2015 concede a cada ejecutivo el derecho a suscribir acciones en cuatro cuotas, con un 25% de sus derechos de suscripción totales disponibles cada año del 2015 al 2018. El Plan 2015 otorga a los ejecutivos el derecho a suscribir acciones a precio fijo de \$ 1.646 durante toda la duración del plan de incentivos, siempre y cuando se cumplan las condiciones de empleo requeridas dentro del período. El plan 2014 otorga a cada ejecutivo el derecho a suscribir acciones en cuatro cuotas, con un 25% de sus derechos de suscripción totales disponibles cada año entre 2014 y 2017. El plan adicional del plan 2014 (el "Plan Adicional 2014") concede a cada ejecutivo el derecho a suscribir acciones en diferentes cantidades entre el 2014 y 2016. Tanto el plan 2015 como el plan 2014 otorgan a los ejecutivos el derecho a suscribir acciones a un precio fijo de \$2.600 durante todo el período respectivo al plan de incentivos siempre y cuando las condiciones de empleo para el ejecutivo se cumplan dentro del período de suscripción.

Como fue ratificado, los planes de incentivos incluyen 375 ejecutivos de la compañía al 31 de diciembre de 2016, segregándolos según su nivel en la administración y posición dentro de la compañía, y ponen a disposición un total de 20,7 millones de acciones para los premios. Las acciones que se encuentran disponibles bajo estos planes de incentivos reflejan acciones reservadas para este específico propósito y fueron emitidas en aumentos de capital aprobados por los accionistas de Cencosud S.A. durante las Juntas Extraordinarias de Accionistas celebradas el 29 de abril de 2011 y 20 de noviembre de 2012.

La siguiente tabla establece, al 31 de diciembre de 2016, el número total de acciones ordinarias que se emitirán al ejercicio de las opciones otorgadas a cada uno de nuestros ejecutivos bajo nuestro Plan 2014 (incluido el Plan Adicional 2014), el Plan 2015 y Plan 2016:

Plan bajo el cual se otorgan opciones	Número de acciones	Precio de Ejercicio	Fecha de otorgamiento	Fecha de expiración
2016 Plan	20.511.075	Ch\$ 1.000	Septiembre 28, 2015	Octubre 31, 2017
2015 Plan	120.000	Ch\$ 1.646	Septiembre 26, 2014	Febrero 28, 2018
2015 Plan adicional	2.500	Ch\$ 1.646	Septiembre 26, 2014	Febrero 28, 2018
2014 Plan	57.500	Ch\$ 2.600	Marzo 22, 2013	Octubre 31, 2017
2014 Plan adicional	0	Ch\$ 2.600	Abril 26, 2013	Octubre 31, 2016
Total	20.691.075			

En virtud de su posición como accionista mayoritario, el Sr. Horst Paulmann tiene el poder de nominar 7 directores a nuestro Directorio. En la Asamblea Ordinaria de Accionistas celebrada el 29 de abril de 2016, se eligió un nuevo Directorio para el período 2016-2019, integrado por nueve Directores. A partir de esta fecha, el Sr. Mario Valcarce se incorpora al directorio de la empresa.

Abajo se muestra la tabla de remuneraciones de la gerencia de Cencosud para el período 2016, 2015 y 2014:

Ejecutivos Principales del grupo Cencosud⁴	2016 M\$	2015 M\$	2014 M\$
Remuneraciones mensuales y otros beneficios pagados (bonos)	4.928.236	4.732.048	5.195.504
Pagos basados en acciones	1.382.504	1.039.827	612.501
Total	6.310.740	5.771.875	5.808.005

El grupo Cencosud ha establecido para sus ejecutivos un plan de incentivos para cumplir objetivos individuales en contribución a los resultados de la Compañía. Estos incentivos están estructurados en salarios mínimos y máximos brutos y se pagan una vez al año.

Prácticas del Directorio

Nuestros Estatutos disponen a que los accionistas eligen nueve directores regulares. Los directores son elegidos en la Junta anual de accionistas por un plazo de tres años. Las responsabilidades legales de cada miembro del Directorio se establecen de acuerdo con la Ley de Sociedades Anónimas chilena.

Comité de Directores

En conformidad a la ley chilena de Sociedades Anónimas, Cencosud S.A. debe tener un comité de Directores, cuyas funciones están especialmente indicadas en dicha ley. Los siguientes son los actuales miembros de nuestro comité de Directores: Richard Büchi Buc (Independiente, Presidente), Mario Valcarce Durán (Independiente) y David Gallaguer Patrickson. El Comité de Directores tiene las siguientes principales funciones:

- revisar los informes de auditoría externa y los estados financieros y emitir su opinión sobre dichos temas antes de someterlos a la aprobación de los accionistas;

⁴ Ejecutivos con GGS entre 18 y 22 están incluidos en este grupo

- proponer al Directorio los nombres de los auditores externos independientes y agencias de calificación crediticia que se someterán a la aprobación de la Junta anual de accionistas;
- revisar las transacciones de partes relacionadas para posibles conflictos de intereses y proporcionar informes según se requiera en casos particulares;
- revisar el salario y los beneficios de compensación para los jefes y la alta gerencia; elaborar un informe anual de las actividades del Directorio, que incluirá sus principales recomendaciones a los accionistas;
- asesorar a la junta en cuanto a la contratación de auditores externos para la prestación de servicios distintos a los de auditoría, en particular si tales servicios podrían estar prohibidos de conformidad con el artículo 242 de la Ley del Mercado de Valores de Chile, puesto que dichos servicios podrían poner en peligro la independencia de dicho auditor externo; y
- desempeñar cualquier otra responsabilidad confiada al Comité de Directores por la Ley de Sociedades Anónimas, nuestros Estatutos, los accionistas o el Directorio.

Durante el ejercicio 2016, el Comité de Directores sesionó 11 veces y llevó a cabo las siguientes actividades:

Sesión: 28 de enero de 2016

El Comité conoció y se pronunció sobre los Estados Financieros preliminares de Cencosud S.A., al 31 de diciembre de 2015, y conoce de los resultados del

Test de Deterioro a septiembre de 2015.

- El Comité conoce sobre el informe de compra de participación minoritaria y relacionada de Easy S.A., autorizando la transacción.
- El Comité conoce el informe de los auditores externos sobre el avance del proceso de auditoría externa durante el año 2015.
- El Comité conoció sobre el estado de avance de las acciones tendientes al cumplimiento del Modelo de Prevención de Delitos de la Compañía durante el año 2015.
- El Comité conoció sobre el resumen de las tareas realizadas por la Gerencia de Auditoría Interna durante el año 2015 y sus principales resultados.

Sesión: 3 de marzo de 2016

- El Comité conoció y se pronunció acerca del informe de los Estados Financieros Consolidados anuales de Cencosud S.A. al 31 de diciembre de 2015.
- El Comité revisó las transacciones con partes relacionadas hasta el mes de diciembre de 2015 y concluyó que las mismas se ajustan a los términos de habitualidad consignados en la Política General de Habitualidad de la Compañía.
- El Comité conoció el Memo Técnico referido al Proceso de Test de Deterioro Anual 2015 y sus resultados.
- El Comité conoció el Dictamen de Auditoría de los Estados Financieros al 31 de diciembre de 2015 y el status de revisión SOX.

Sesión: 31 de marzo de 2016

- El Comité conoció sobre la propuesta que se presentará al Directorio relativa al reparto de dividendos.
- El Comité revisó y acordó poner a disposición del Directorio de la Sociedad la propuesta de empresas auditoras externas, al igual que con las Clasificadoras Privadas de Riesgo.
- El Comité conoció sobre el informe correspondiente al Reporte 20-F relativo a los Estados Financieros al 31 de diciembre de 2015 bajo normas IFRS.
- El Comité examinó y aprobó la propuesta de presupuesto y gastos de funcionamiento del Comité para el ejercicio 2016.
- El Comité revisa y aprueba el texto del Informe Anual de su gestión durante el ejercicio 2015 a ser presentado en la Junta Ordinaria de Accionistas.
- El Comité conoce de la objeción de la Administración Tributaria de Colombia a la amortización de activos de Easy Colombia, rechazando la propuesta de dicha administración.
- El Comité recibe de parte de los auditores externos un informe sobre el cierre de la auditoría integrada PCAOB al 31 de diciembre de 2015.
- El Comité conoce y aprueba el informe sobre Prácticas de Gobierno Corporativo adoptados durante el ejercicio 2015 y su publicación a través de la página web de la SVS.
- El Comité conoce sobre el Plan de Auditoría Interna 2016 y sobre las Auditorías Operativas realizadas en Colombia y su plan de mejoras.

Sesión: 28 de abril de 2016

- El Comité examina y aprueba la eventual contratación de distintos servicios que no son propios de auditoría y que presta la empresa de Auditoría Externa a la Administración de la Compañía.
- El Comité conoció y examinó los Estados Financieros Preliminares Consolidados al 31 de marzo de 2016.
- El Comité conoció sobre los resultados de las Auditorías Operativas de tiendas para el Mejoramiento del Hogar en Argentina, Chile y Colombia.
- El Comité conoció sobre el Proceso de Gestión de Riesgos Corporativos, sus avances y plan de trabajo para el año 2016.
- El Comité conoce sobre los casos denunciados a través de la Línea Ética Cencosud durante el año 2015, especificaciones y grado de avance de las investigaciones.

Sesión: 25 de mayo de 2016

- El Comité recibe de parte de la Gerencia Regional de Contabilidad el informe respecto las transacciones con partes relacionadas hasta el mes de marzo de 2016, concluyendo que las mismas se ajustan a los términos de habitualidad consignados en la Política General de Habitualidad de la Sociedad, y los honorarios pagados a los Directores en el año 2016.
- El Comité conoció y aprobó los Estados Financieros Intermedios Consolidados de Cencosud S.A. al 31 de marzo de 2016.
- El Comité asimismo recibe la Declaración de Independencia de la firma de Auditoría Externa.
- El Comité conoció sobre la funcionalidad del Comité de Auditoría Interna.

Sesión: 1 de julio de 2016

- El Comité examinó y aprobó presentar al Directorio la propuesta de colaboración de la Compañía en el proceso de venta de acciones secundarias de Cencosud S.A.

Sesión: 28 de julio de 2016

- El Comité conoció la presentación de la Gerencia Regional de Contabilidad sobre los resultados preliminares de los Estados Financieros Consolidados al 30 de junio de 2016.
- El Comité conoció la opinión de los auditores externos respecto de la revisión limitada de los Estados Financieros Consolidados al 30 de junio de 2016.
- El Comité conoció sobre el avance de las acciones para el debido cumplimiento del Modelo de Prevención de Delitos de la Compañía.
- El Comité conoció sobre el Programa de Cumplimiento de Libre Competencia dentro de la Compañía a nivel regional durante el año 2016.
- El Comité conoció sobre las prácticas de gobierno corporativo de la Norma de Carácter General N°385 declaradas por la Compañía y otras sociedades anónimas abiertas.

Sesión: 25 de agosto de 2016

- El Comité examinó y aprobó los Estados Financieros Consolidados de la Sociedad al 30 de Junio de 2016.
- El Comité revisó las transacciones entre partes relacionadas hasta el mes de junio de 2016, concluyendo que las mismas se ajustan

a los términos de habitualidad consignados en la Política General de Habitualidad de la Sociedad.

- El Comité además analizó los honorarios pagados a los Directores en el año 2016, y el Oficio Ordinario 3592 de la Superintendencia de Valores y Seguros, en que se solicitó revelar las transacciones de Cencosud S.A. con sus filiales.
- El Comité conoció la opinión de los auditores externos respecto de la revisión limitada de los Estados Financieros Consolidados al 30 de junio de 2016, destacando que consiste básicamente, en efectuar procedimientos analíticos y hacer indagaciones a personas responsables por asuntos financieros y contables.
- El Comité recibe el informe del Gerente Regional de Auditoria Interna sobre el estado de avance del proceso de Riesgos Corporativos, el análisis de causas, actividades de mitigación y planes de acción por país.
- El Comité conoce la presentación del Gerente de Gestión de Riesgos Corporativos sobre la situación actual del proceso de SOX.
- El Comité recibe al Gerente Corporativo de Auditoria Interna, quien da a conocer avances y mejoras del proceso de auditoria operativa en Colombia, entre otros.

Sesión: 27 de octubre de 2016

- El Comité examinó la presentación de los Estados Financieros Provisorios al 30 de septiembre de 2016.
- El Comité conoció la opinión de los auditores externos respecto de la revisión limitada de los Estados Financieros al 30 de septiembre de 2016, informándose sobre la materialidad definida para esta revisión limitada.
- El Comité recibió la presentación de los auditores externos sobre el marco de la Planificación de la Auditoría 2016.
- El Comité conoce del informe sobre el proceso de capacitación de Libre Competencia a distintas unidades de negocio de la Compañía.

Sesión: 22 de noviembre de 2016

- El Comité examinó y aprobó los Estados Financieros Consolidados de la Sociedad al 30 de septiembre de 2016.
- El Comité revisó las transacciones entre partes relacionadas hasta el mes de septiembre de 2016, concluyendo que las mismas se ajustan a los términos de habitualidad consignados en la Política General de Habitualidad de la Sociedad.
- El Comité además analizó los honorarios pagados a los Directores en el año 2016, y el Oficio Ordinario 3592 de la Superintendencia de Valores y Seguros, en que se solicitó revelar las transacciones de Cencosud S.A. con sus filiales.

- El Comité conoció la opinión de los auditores externos respecto de la finalización de la revisión limitada de los Estados Financieros Consolidados al 30 de septiembre de 2016, y sobre el resumen de la carta preliminar de control interno, destacando que no existen aspectos relevantes que afecten el dictamen de Auditoría.

Sesión: 15 de diciembre de 2016

- El Comité conoce la presentación de Auditoría Externa sobre carta preliminar de control interno, destacando que no existen aspectos relevantes que afecten el dictamen de Auditoría y sobre su declaración de independencia y los avances del trabajo de auditoría externa al cierre del ejercicio 2016.
- El Comité conoce del informe del Encargado de Prevención de Delitos, sobre el avance de las acciones adoptadas para el debido cumplimiento del Modelo de Prevención de Delitos de la Compañía e informa sobre la última modificación de la Ley de Responsabilidad Penal de la Empresa.
- El Comité conoce de las distintas prácticas de Gobierno Corporativo contempladas en la Norma de Carácter General N°385 de la SVS.

El Comité de Directores, respecto del ejercicio 2016, no ha formulado comentarios ni proposiciones con respecto a la marcha de los negocios de Cencosud, habiendo contado con todas las facilidades necesarias para desarrollar sus cometidos y responder a sus obligaciones legales.

Durante el año 2016 no hubo contratación de asesorías por parte del comité de directores.

Comité de Auditoría

Hemos establecido un comité de auditoría compuesto por tres miembros no directivos de nuestro Directorio. Los miembros del comité de auditoría son David Gallagher, Roberto Philipps y Cristián Eyzaguirre, cada uno de los cuales es independiente en el sentido de las normas de gobierno corporativo de la SEC.

Nuestro consejo de administración ha determinado que Roberto Philipps es "experto en el comité de auditoría financiera" según lo define la SEC.

Las responsabilidades principales del comité de auditoría son:

- Asistir al Directorio en el cumplimiento de sus responsabilidades de supervisión relacionadas con la integridad de los estados financieros de la Compañía, incluyendo la revisión y discusión de los estados financieros anuales auditados y los estados financieros intermedios, informes periódicos al Directorio sobre su actividad y la adecuación de los sistemas internos de control de la información financiera, así como la revisión del cumplimiento de los mismos;
- Hacer recomendaciones para el nombramiento, compensación, retención y supervisión de, y considerar la independencia de los auditores externos de la Compañía;
- Revisar las transacciones importantes entre la Compañía o sus subsidiarias con partes relacionadas para determinar si sus términos son consistentes con las condiciones del mercado o son de otra manera justos para la Compañía y sus subsidiarias; y

- Realizar las demás obligaciones que le sean impuestas por las leyes y reglamentos del mercado o mercados regulados en los que se coticen las acciones de la Sociedad, aplicables a la Compañía, así como cualquier otra función que le encomiende el Directorio.

El propósito y las responsabilidades del comité de auditoría, incluyendo las descritas arriba, se han establecido en la carta del comité de auditoría.



INFORMACIÓN A LOS ACCIONISTAS

ACCIONISTAS MAYORITARIOS

Información General

A diciembre 31 de 2016, el capital de Cencosud S.A está compuesto por **2.862.536.947** acciones suscritas y pagadas, distribuidas entre **2.024** accionistas.

<u>Accionistas</u>	<u>Porcentaje</u>
<i>Accionistas Controladores</i>	<i>53,36%</i>
<i>AFP's</i>	<i>22,08%</i>
<i>ADS</i>	<i>0,84%</i>
<i>Others</i>	<i>23,7%</i>

Principales Accionistas

La siguiente tabla representa información respecto a la propiedad beneficiaria de nuestras acciones ordinarias, a la fecha de este informe anual, para:

- Cada persona que reconocemos como dueños de más de un 5% de nuestras acciones ordinarias; y
- Nuestros Directores y ejecutivos como un grupo.

Accionistas¹	Número de acciones ordinarias	Porcentaje de propiedad benéfica
<i>Inversiones Quinchamalí Limitada²</i>	573.754.802	20,0435%
<i>Inversiones Latadia Limitada³</i>	550.823.211	19,2424%
<i>Inversiones Tano Limitada⁴</i>	287.328.548	10,0375%
<i>Banco de Chile por cuenta de terceros</i>	197.355.845	6,894%
<i>Banco Itau por cuenta de Inversionistas</i>	157.660.854	5,508%
Directores y ejecutivos		
<i>Horst Paulmann Kemna⁵</i>	1.527.449.715	53,36%
<i>Peter Paulmann Koepfe⁶</i>	*	*
<i>Heike Paulmann Koepfe⁷</i>	*	*
<i>David Gallagher</i>	-	-
<i>Roberto Philipps</i>	-	-
<i>Cristián Eyzaguirre</i>	-	-
<i>Richard Bûchi Buc</i>	*	*
<i>Julio Moura</i>	-	-
<i>Mario Valcarce</i>		
<i>Rodrigo Hetz</i>	*	*
<i>Carlos Mechetti</i>	*	*
<i>Andrés Artigas</i>	*	*
<i>Bronislao Jandzio</i>	*	*
<i>Antonio Ureta</i>	*	*
<i>Jaime Soler</i>	*	*
<i>Patricio Rivas</i>	*	*
<i>Renato Fernández</i>	*	*
<i>Ricardo Bennett</i>	*	*
<i>Rodrigo Larrain</i>	*	*
<i>Carlos Madina</i>	*	*
Total de acciones ordinarias emitidas y vigentes	2.862.536.947	100,0%

¹ Nuestros principales accionistas no tienen derechos de voto diferentes a los de otros accionistas. Todos los tenedores de nuestras acciones ordinarias tienen derecho a un voto por acción ordinaria en todas las juntas de accionistas.

² Inversiones Quinchamalí Limitada es una empresa chilena controlada por Horst Paulmann Kemna, nuestro presidente del Directorio, quien es el mayor accionista de la misma, siendo el resto de la propiedad miembros de la familia Paulmann. Entre los miembros de la familia Paulmann de encuentran Horst Paulmann Kemna, Manfred Paulmann Koepfer, Peter Paulmann Koepfer y Heike Paulmann Koepfer. La dirección de Inversiones Quinchamalí Limitada es Avenida Kennedy 9001, piso 7, Las Condes, Santiago, Chile.

³ Inversiones Latadia Limitada es una sociedad chilena mayoritariamente propiedad de Inversiones Quinchamalí Limitada, siendo el resto propiedad indirecta de miembros de la familia Paulmann. Su dirección es Avenida Kennedy 9001, Piso 7, Las Condes, Santiago, Chile.

⁴ Inversiones Tano Limitada es una sociedad chilena mayoritariamente propiedad de Inversiones Quinchamalí Limitada, siendo el resto propiedad de Inversiones Latadia Limitada y Horst Paulmann Kemna. Su dirección es Avenida Kennedy 9001, Piso 7, Las Condes, Santiago, Chile.

⁵ Horst Paulmann Kemna posee el 2,46% de nuestras acciones comunes y el resto a través de la propiedad directa e indirecta de Inversiones Quinchamalí Limitada, Inversiones Latadia Limitada e Inversiones Tano Limitada. Horst Paulmann Kemna, nuestro Presidente del Directorio, es el padre de Heike Paulmann Koepfer y Peter Paulmann Koepfer, quienes forman parte del Directorio.

⁶ Peter Paulmann Koepfer posee el 0,43% de nuestras acciones ordinarias.

⁷ Heike Paulmann Koepfer posee el 0,43% de nuestras acciones ordinarias.

*** Representa la propiedad beneficiaria de menos del 1% de las acciones ordinarias en circulación**

Diferencias en derecho a votos

Nuestros accionistas mayoritarios no tienen diferentes derechos a voto

Accionista controlador

En 2012 y 2013, experimentamos un cambio significativo en el porcentaje de acciones en propiedad y controladas por nuestro accionista mayoritario como resultado de nuestra oferta pública inicial y oferta subsiguiente. Antes de nuestra oferta pública inicial, nuestro fundador, el Sr. Horst Paulmann, era titular de 64,9% de nuestras acciones, directa e indirectamente, a través de Inversiones Quinchamalí Ltda., Inversiones Latadia Ltda. e Inversiones Tano Ltda. A la fecha de este informe anual, el Sr. Horst Paulmann y su familia son propietarios del 53,36% de nuestras acciones.

En virtud de esta posición como nuestro accionista controlador, el Sr. Horst Paulmann tiene el poder de nominar a 5 directores a nuestro Directorio. Sin embargo, el 2013, en un esfuerzo por reforzar el gobierno corporativo, el Sr. Horst Paulmann escogió nominar solo a 4 directores en nuestra Junta Ordinaria de Accionistas, otorgándole esencialmente el derecho de nominar un director adicional a nuestros accionistas restantes.

Al 31 de diciembre de 2016, el Sr. Horst Paulmann Kemna y los miembros directos de su familia (Heike Paulmann Koepfer, Peter Paulmann Koepfer, Manfred Paulmann Koepfer y la sucesión de Helga Koepfer Schoebitz) tienen directa o indirectamente el 53,36% de Cencosud S.A.

Valores mantenidos en el país

Al 17 de marzo de 2017, la fecha más reciente posible, podemos señalar que los tenedores de ADRs (equivalente a 24.113.283 acciones, o 0,8% del total de acciones en circulación de nuestras acciones ordinarias) estaban pendientes y tenían registro por un tenedor. Somos conscientes de que muchos ADRs están registrados por los corredores y otros nominados y, en consecuencia, los números anteriores no son necesariamente representativos del número real de personas en Estados Unidos que son titulares beneficiados por ADRs o el número de ADRs que son beneficiados efectivamente por dichas personas.

Principales Accionistas

Principales Accionistas al 31/12/2016	Número de Acciones	Porcentaje de Propiedad
Inversiones Quinchamalí Limitada	573.754.802	20,0435%
Inversiones Latadia Limitada	550.823.211	19,2424%
Inversiones Tano Limitada	287.328.548	10,0375%
Banco de Chile por cuenta de terceros	197.355.845	6,8944%
Banco Itaú por cuenta de inversionistas	157.660.854	5,5077%
Fondo de Pensiones Provida C	75.326.810	2,6315%
Horst Paulmann Kemna	70.336.573	2,4571%
Banco Santander – JP Morgan	63.837.132	2,2301%
Fondo de Pensiones Habitat C	59.963.690	2,0948%
Fondo de Pensiones Capital C	48.811.913	1,7052%
Fondo de Pensiones Cuprum C	45.676.632	1,5957%
Fondo de Pensiones Provida B	43.323.908	1,5135%
Otros accionistas	688.352.029	24,05%

Política de Dividendos

La política de dividendos de la Compañía contempla repartir al menos el 30% de las utilidades líquidas distribuibles de cada ejercicio. Los dividendos se pagan como definitivos, luego que la Junta General Ordinaria de Accionistas aprueba la Memoria Anual y sus Estados Financieros en la o las fechas que determina la señalada junta.

Los dividendos pagados en el último año de ejercicio se detallan a continuación:

La Junta Ordinaria de accionistas celebrada el día 29 de Abril del año 2016 acordó el pago de los siguientes dividendos, con cargo al ejercicio anterior:

- Un dividendo definitivo de \$10 por acción
- Un dividendo provisorio de \$16 por acción, los que fueron pagados en diciembre de 2015; y

- Un dividendo eventual de \$50 por acción, con cargo a las utilidades retenidas de ejercicios anteriores.

En Sesión Ordinaria de Directorio de fecha 28 de Octubre del año 2016, se aprobó la propuesta de pago de un dividendo provisorio de \$20 por acción, con cargo a las utilidades del ejercicio 2016.

Mercado de Valores

Nuestras acciones ordinarias se transan actualmente en la Bolsa de Valores de Santiago, la Bolsa de Valores de Santiago, la Bolsa Electrónica de Chile, la Bolsa de Valores de Valparaíso bajo el símbolo “CENCOSUD” y en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE) bajo el símbolo “CNCO” (ADRs)

A continuación se detalla un cuadro con la información respecto del precio, volumen y montos transados para el año 2016:

Bolsa de Comercio de Santiago						
	Unidades	Monto CLP	Mayor CLP	Menor CLP	Medio CLP	Cierre CLP
1 Trimestre	140.527.471	213.474.733.733	1.747	1.315	1.499	1.690
2 Trimestre	139.613.101	252.101.603.573	1.918	1.670	1.811	1.889
3 Trimestre	356.968.513	656.808.140.594	2.101	1.750	1.931	1.975
4 Trimestre	144.907.354	289.229.480.942	2.225	1.820	1.993	1.880

Bolsa Electrónica						
	Unidades	Monto CLP	Mayor CLP	Menor CLP	Medio CLP	Cierre CLP
1 Trimestre	4.689.314	7.016.456.238	1.714	1.325	1.485	1.690
2 Trimestre	7.177.903	12.689.721.900	1.902	1.685	1.809	1.897
3 Trimestre	13.708.990	25.354.139.575	2.092	1.750	1.925	1.984
4 Trimestre	6.009.809	12.135.818.272	2.198	1.826	1.996	1.878

NYSE						
	Unidades	Monto USD	Mayor USD	Menor USD	Medio USD	Cierre USD
1 Trimestre	3.035.336	19.702.295	7,88	5,30	-	7,68
2 Trimestre	6.212.873	50.453.624	8,95	7,32	-	8,95
3 Trimestre	12.040.376	102.789.606	9,45	7,78	-	9,01
4 Trimestre	4.438.401	40.015.234	10,13	8,02	-	8,40

Bolsa de Valparaíso						
	Unidades	Monto CLP	Mayor CLP	Menor CLP	Medio CLP	Cierre CLP
1 Trimestre	4.661	7.748.450	1.693	1.450	1.603	1.693
2 Trimestre	20.910	38.168.183	1.847	1.819	1.819	1.819
3 Trimestre	37.126	68.670.348	1.873	1.820	1.849	1.850
4 Trimestre	-	-	-	-	-	-

Filiales y Coligadas

Chile

Sociedad	Directorio	Capital	Objeto Social
Cencosud S.A.	<p>Presidente: Horst Paulmann Kemna</p> <p>Directores: Peter Paulmann Koepfer Heike Paulmann Koepfer Julio Moura Roberto Oscar Phillips Cristián Eyzaguirre Johnston David Gallagher Richard Büchi Buc</p> <p>Comité de Directores: Roberto Oscar Phillips Richard Büchi Buc David Gallagher Mario Valcarce Durán</p> <p>Gerente General Corporativo: Jaime Soler Botinelli Ingeniero Comercial RUT: 7.107.025-5</p>	<p>El Capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del año 2016 es de M\$2.420.564.735</p>	<p>La sociedad tiene por objeto:</p> <p>a) El ejercicio del comercio en general, incluyendo la compra, venta, consignación, distribución, importación, exportación, representación, comisión, envase, fraccionamiento y comercialización por cuenta propia o ajena de toda clase de bienes corporales muebles.</p> <p>b) Efectuar en el país o en el extranjero inversiones permanentes o de renta en toda clase de bienes, corporales o incorporales. Para estos efectos la sociedad podrá adquirir, conservar, vender, enajenar, y negociar en cualquier forma y a cualquier título, toda clase de bienes, corporales o incorporales. Para estos efectos la sociedad podrá adquirir, conservar, vender, enajenar y negociar en cualquier forma y a cualquier título, toda clase de bienes ya sea en el país o en el extranjero y percibir sus frutos y rentas;</p> <p>c) Ejecutar o celebrar todo acto o contrato conducente al cumplimiento del objeto social.</p>
Banco Paris S.A.	<p>Presidente: Cristián Eyzaguirre Johnston</p> <p>Directores: Peter Paulmann Koepfer Fredy Astudillo Poblete Nicolás Larco Dávila</p> <p>Gerente General: Marcelo Reyes Sangermani</p>	<p>El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 39.579.421</p>	<p>La sociedad tiene por objeto:</p> <p>El Banco tendrá por objeto ejecutar todos los negocios, actos y contratos que la Ley General de Bancos y disposiciones que la complementen o que en el futuro se dicten permitan o autoricen efectuar a las empresas bancarias, sin perjuicio de ampliar o restringir su esfera, en armonía con esa legislación, sin necesidad de modificar por ello los presentes estatutos.</p>
Easy Retail S.A.	<p>Presidente: Horst Paulmann Kemna</p> <p>Directores: Tomás Zavala Mujica Diego Hammerer</p> <p>Gerente General: Antonio Ureta Vial</p>	<p>El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$32.315.578.-</p>	<p>La sociedad tendrá por objeto la explotación y administración en todas sus formas de la actividad del comercio en general, y especialmente la compra, venta, distribución, importación, exportación, representación, comisión, envase, fraccionamiento y comercialización por cuenta propia o ajena de toda clase de bienes corporales muebles.</p>

**Cencosud
Retail S.A.**

Presidente: El Capital suscrito y
Horst Paulmann pagado al 31 de
Kemna Diciembre del año
2016 es de M\$

Directores: 414.501.698

Ricardo Yunge Scheel
Ricardo Bennett De La
Vega

Gerente General:
Jaime Soler Bottinelli

La sociedad tiene por objeto:

a) La explotación de establecimientos comerciales de autoservicios, supermercados, distribuidoras, grandes tiendas y otras similares, bajo la modalidad de mayorista o minorista;

b) Realizar en forma directa o a través de otras empresas, la compra, venta, importación, exportación, elaboración o producción, comercialización y distribución, por cuenta propia o ajena de toda clase de bienes, mercaderías o servicios que digan relación con la letra a) precedente;

c) Crear, formar o participar en sociedades civiles o comerciales cuyo objeto diga relación con las actividades señaladas en las letras a) y b) precedentes;

d) La compra y venta de mercaderías de toda clase, distribución de las mismas, importación y exportación de ellas, fabricación de muebles, compra, venta, distribución, importación y exportación de los mismos; las inversiones mobiliarias e inmobiliarias; el desarrollo y financiamiento de empresas que, relacionadas directa o indirectamente con la Sociedad, administran Tiendas de Departamentos o locales comerciales; la asesoría y prestación de servicios vinculados a los objetivos señalados y el ejercicio de cualquier actividad conducente al desarrollo de los objetivos antes mencionados;

e) La explotación, administración y operación, por cuenta propia o ajena, de farmacias, droguerías, almacenes farmacéuticos, botiquines, depósitos de productos farmacéuticos, sean éstos, humanos, veterinarios o dentales, tiendas comerciales o establecimientos de comercio cuyos giros sean similares o complementarios a los indicados, para lo cual podrá ejecutar toda clase de operaciones de carácter civil o comercial que permitan el desarrollo y operación de los mismos, todo ello dentro de la normativa legal y reglamentaria vigente;

f) La compra, envasado, transformación, producción, venta, importación y exportación y la distribución al por mayor o al detalle de toda clase de productos farmacéuticos, homeopáticos, de perfumería y, en general, de cualquier mercadería o productos médicos y de consumo que digan relación con la explotación de farmacias, droguerías, almacenes farmacéuticos, botiquines, depósitos de productos farmacéuticos, sean éstos, humanos, veterinarios o dentales, tiendas comerciales o establecimientos de comercio cuyos giros sean similares o complementarios a los indicados en esta cláusula; la representación de empresas nacionales o extranjeras y el otorgamiento o la aceptación de concesiones comerciales en los rubros señalados;

g) La adquisición, enajenación, importación, exportación, comercialización y arrendamiento, con o sin promesa de venta, de equipos, maquinarias y elementos destinados a la instalación, operación y funcionamiento de farmacias, droguerías, almacenes farmacéuticos, botiquines, depósitos de productos farmacéuticos, sean éstos, humanos, veterinarios o dentales, tiendas comerciales o establecimientos de comercio cuyos giros sean similares o complementarios a los indicados;

h) La compra, venta, construcción, arrendamiento y/o subarrendamiento, loteo, urbanización, comercialización y explotación, por cuenta propia o ajena, y en cualquiera de sus formas, de bienes raíces urbanos o agrícolas, propios o ajenos, administrar y percibir sus frutos y rentas, y en general toda otra actividad relacionada con lo anterior;

i) La fidelización de clientes, personas naturales o jurídicas, nacionales o internacionales, a través de la prestación, suministro y desarrollo de múltiples servicios, incluyendo servicios de publicidad y de promoción, procesamiento de datos y/o servicios tecnológicos, y otros relacionados con lo anterior;

j) La prestación de servicios o administración por cuenta propia o ajena, de estacionamientos de su propiedad o de terceros, bajo cualquier modalidad y/o condición; y

k) La explotación de sus locales, sistemas informáticos y puntos de venta en el país y en el extranjero para efectuar venta y distribución de entradas o tickets para todo tipo de eventos o espectáculos realizados u organizados por la Sociedad o por terceros, procesar pagos de cuentas de empresas de servicios, realizar transferencias y giros de dinero y prestar otros servicios similares. Las actividades de la Sociedad que conforman su objeto social podrán desarrollarse en el país o en el extranjero.

Cencosud Shopping Centers S.A.

Presidente:
Horst Paulmann Kemna

Directores:
Peter Paulmann
Kopefer
Jaime Soler Bottinelli
Rodrigo Larraín Kaplán
Carlos Alberto Mechetti

Gerente General:
Carlos Enrique Madina

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 150.649.240

La sociedad tiene por objeto:

a) La compra, venta, arrendamiento, loteo, construcción y en general la realización y administración por cuenta propia o ajena de toda clase de inversiones inmobiliarias.

b) Efectuar en el país o en el extranjero inversiones permanentes o de renta en toda clase de bienes muebles, corporales o incorporeales. Para estos efectos la sociedad podrá adquirir, conservar vender, enajenar y negociar en cualquier forma y a cualquier título, toda clase instrumentos financieros expresados en moneda extranjera o nacional, acciones, bonos, debentures, valores mobiliarios y percibir sus frutos y rentas;

c) Efectuar inversiones para formar, integrar, participar y representar todo tipo de sociedades o empresas, nacionales o extranjeras que exploten un giro similar a los anteriores y que sean de interés para la sociedad.

d) Invertir en forma permanente o transitoria en la compra, venta, fabricación importación, exportación, distribución, comercialización y venta de todo tipo de bienes y productos.

e) Explotar y administrar por cuenta propia o ajena estacionamientos en inmuebles propios o de terceros.

Cencosud Fidelidad S.A.

Presidente:
Heike Paulmann
Koefer

Directores:
Carla Brautigam Aguirre
Ricardo Bennett De La Vega

Gerente General:
Antonio Ureta Vial

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 100.526

La sociedad tiene por objeto:

La fidelización de clientes de empresas nacionales e internacionales a través de la prestación, suministro y desarrollo de múltiples servicios y la participación de toda clase de negocios en Chile o en el extranjero cuyo objeto se relacione directa o indirectamente con la actividad antes señalada, para lo cual la sociedad podrá concurrir a formar, modificar y tomar parte en toda clase de sociedades o asociaciones con dicho propósito.

Costanera Center S.A.

Presidente:
Horst Paulmann Kemna

Directores:
Rodrigo Larraín Kaplán
Carlos Alberto Mechetti

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 1.208.682

La sociedad tiene por objeto:

a) La construcción de obras, bienes inmuebles y desarrollos inmobiliarios la compra, venta, arrendamiento, loteo, construcción y en general la realización y administración por cuenta propia o ajena de toda clase de inversiones inmobiliarias.

b) Efectuar en el país o en el extranjero inversiones permanentes o de renta en toda

Gerente General:
Carlos Enrique Madina

clase de bienes muebles, corporales o incorporeales. Para estos efectos la sociedad podrá adquirir, conservar vender, enajenar y negociar en cualquier forma y a cualquier título, toda clase instrumentos financieros expresados en moneda extranjera o nacional, acciones, bonos, debentures, valores mobiliarios y percibir sus frutos y rentas;

c) Efectuar inversiones para formar, integrar, participar y representar todo tipo de sociedades o empresas, nacionales o extranjeras que exploten un giro similar a los anteriores y que sean de interés para la sociedad.

d) Invertir en forma permanente o transitoria en la compra, venta, fabricación importación, exportación, distribución, comercialización y venta de todo tipo de bienes y productos.

e) Todas las demás actividades que acuerden los accionistas.

Inmobiliaria Santa Isabel S.A.

Presidente:
Horst Paulmann Kemna

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 650.597

Directores:
Carlos Alberto Mechetti
Tomás Zavala Mujica

Gerente General:
Sebastián Martin

La sociedad tiene por objeto:

Compra, venta, comercialización, permuta, arrendamiento y financiamiento de toda clase de bienes muebles e inmuebles, construcción de edificios y obras civiles; compraventa de terrenos, su urbanización, loteo, subdivisión, estudio, promoción y desarrollo de negocios inmobiliarios, su administración y explotación, prestación de servicios relacionados con administración y negocios de terceros y participación como socio y accionista a cualquier título en toda clase de sociedades, cualquiera fuere su objeto, naturaleza o nacionalidad.

Santa Isabel Administradora S.A.

Presidente:
Tomás Zavala Mujica

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 2.666.836

Directores:
Rodrigo Hetz Pincheira
Alejandra Kabakian

Gerente General:
Jorge Álvarez Molina

La sociedad tiene por objeto:

a) La administración y operación de establecimientos comerciales tales como autoservicios, supermercados, distribuidoras, grandes tiendas y otras similares;

b) Realizar en forma directa o a través de otras empresas, la compra, venta, importación, exportación, elaboración o producción, comercialización y distribución, por cuenta propia o ajena de toda clase de bienes, mercaderías o servicios que digan relación con la letra a) precedente;

c) Crear, formar o participar en sociedades civiles o comerciales cuyo objeto diga relación con las actividades señaladas en las letras a) y b) precedentes. Las actividades de la sociedad que conforman su objeto social podrán desarrollarse en el país o en el extranjero.

Sociedad Comercial de Tiendas S.A.

Presidente
Horst Paulmann Kemna

Directores:
Tomás Zavala Mujica
Sebastián Martín

Gerente General:
Sebastián Martín

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 1.421.019

La sociedad tiene por objeto:

- a) La instalación y explotación comercial de tiendas, quedando incorporadas dentro de él, la comercialización, exportación, importación de todo tipo de bienes, y también la industrialización de artículos de su giro
- b) La inversión en bienes inmuebles, administrarlos y percibir sus frutos, pudiendo adquirir propiedades, construir en ellas por cuenta propia o ajena y enajenarlos
- c) Asimismo podrá realizar todos los actos que digan relación directa o indirectamente con lo anterior
- d) Ingresar en otras sociedades y tendrá además por objeto la realización de todos los actos que acuerden sus socios
- e) Ejecutar o celebrar todo acto o contrato conducente al cumplimiento del objeto social. Todas las actividades antes descritas deberán ser llevadas a cabo cumpliendo con las disposiciones legales y reglamentarias vigentes en Chile.

Hotel Costanera S.A.

Presidente:
Rodrigo Larráin Kaplán

Directores:
Peter Paulmann
Koepfer
Carlos Enrique Madina

Gerente General:
John Paul Schackely

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 1.830.732

La Sociedad tendrá por objeto:

- a) El desarrollo, la construcción, la implementación y explotación de hoteles y sus servicios complementarios;
- b) La selección, adquisición e instalación de los bienes muebles de los hoteles, incluido mobiliario, instalaciones y equipamiento. Para llevar adelante sus operaciones la sociedad podrá efectuar todas las inversiones, celebrar todos los contratos, otorgar garantías, dar y tomar toda clase de representaciones nacionales o extranjeras y ejecutar todos los actos que sean necesarios o conducentes para la consecución de los fines señalados.

Megajohnson's Viña del Mar S.A.

Presidente:
Tomás Zavala Mujica

Directores:
Rodrigo Hetz Pincheira
Alejandra Kabakian

Gerente General:
Raúl Lagos Santis

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 19.798.314

La sociedad tiene por objeto:

- La administración y explotación de tiendas por departamento, pudiendo para tal efecto, confeccionar, vender, importar, exportar y/o reexportar, por mayor o menor, toda clase de productos y bienes muebles, en forma amplia. Asimismo podrá desarrollar el giro de inversiones en bienes corporales o incorporeales, muebles o inmuebles, administrar tales inversiones y percibir sus frutos.

American Fashion SPA

Administración:

La administración y uso de la razón social de American Fashion SpA corresponde a Eurofashion Limitada, que a su vez es administrada por Cencosud Retail S.A., quien la ejerce a través de sus representantes y apoderados

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 622.773

La sociedad tiene por objeto:

Comercialización, distribución, compra y/o venta, importación y/o exportación, reexportación y representación de toda clase de artículos y prendas de vestir de la marca "AMERICAN EAGLE OUTFITTERS"® and "AERIE"® y la operación de las tiendas que en dichos artículos sean comercializados y distribuidos, en virtud del "MultiStore Retail License Agreement" de fecha 15 de noviembre de 2014 y cualquiera de sus eventuales modificaciones, tanto en el territorio nacional como fuera de él.

Administradora TMO S.A.

Presidente:

Tomás Zavala Mujica

Directores:

Rodrigo Hetz Pincheira

Alejandra Kabakian

Gerente General:

Patricio Rivas De Diego

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 4.500.000

La sociedad tiene por objeto:

a) La emisión y operación de tarjetas de créditos o cualquier otro instrumento que permita a su titular o usuario, disponer de un crédito otorgado por la Sociedad para ser utilizado en la adquisición de bienes o en el pago de servicios vendidos o prestados por las entidades afiliadas a la Sociedad.

b) La inversión en toda clase de bienes muebles, corporales e incorporales, tales como acciones, promesa de acciones, bonos y debentures, planes de ahorro, cuotas o derechos en todo tipo de sociedades, ya sean comerciales o civiles, comunidades o asociaciones, y en toda clase de títulos o valores mobiliarios

c) La adquisición, enajenación y explotación de toda clase de bienes muebles, corporales o incorporales; La construcción en ellos por cuenta propia o ajena, y su explotación, sea directamente o a través de terceros, en cualquier forma

d) La administración de las inversiones indicadas precedentemente y la percepción de sus frutos o rentas

e) El otorgamiento de garantías reales o personales para caucionar obligaciones a terceros en que tenga interés la Sociedad

f) El desarrollo de cualquier otra actividad lícita complementaria o accesoria a las indicadas precedentemente.

Administradora del Centro Comercial Alto Las Condes Ltda.

Administración:

La administración y el uso de la Razón Social de la Sociedad Administradora del Centro Comercial Alto Las Condes Limitada, corresponde a la sociedad Cencosud Shopping Centers S.A. quien la ejerce a través de sus representantes y apoderados

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 8.483

La sociedad tiene por objeto:

a) La administración del centro comercial Alto las Condes de Santiago, hoy de propiedad de Inmobiliaria las Verbenas S.A.

b) Prestar y contratar, por cuenta propia y de terceros, servicios vinculados con el objeto señalado en la letra anterior, tales como los de ingeniería, diseño, arquitectura, asesoría técnica, administración, asesoría jurídica, seguridad, publicidad, contabilidad, aseo, computación, y cobrar remuneraciones o comisiones por tales servicios.

Jumbo Supermercados Administradora Ltda.

Administración:

La administración y el uso de la Razón Social de Administradora y Jumbo Supermercados Administradora Limitada, corresponde a la sociedad Cencosud Retail S.A. quien la ejerce a través de sus representantes y apoderados

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 3.891.131

La sociedad tiene por objeto:

La administración y operación por cuenta propia o ajena de hipermercados, supermercados y/o almacenes. La sociedad podrá celebrar todos los actos y negocios que directa e indirectamente se relacionen al objeto social y cumplimiento de los demás objetivos que los socios acuerden.

Administradora de Servicios Cencosud Ltda.

Administración:

La administración y el uso de la Razón Social de Administradora de Servicios Cencosud Limitada, corresponde a la sociedad Cencosud Retail S.A. quien la ejerce a través de sus representantes y apoderados

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$ 140.879

La sociedad tiene por objeto:

- a) La emisión, comercialización y operación de "gift cards" u otros documentos equivalentes que puedan ser aceptados como instrumento de pago en establecimientos del grupo Cencosud;
- b) El desarrollo de otras actividades tendientes a promover la comercialización de bienes y servicios;
- c) El desarrollo de actividades que permitan vincular a las empresas de retail o prestadoras de servicios con sus clientes; y
- d) La participación en toda clase de negocios en Chile o en el extranjero, cuyo objeto se relacione directa o indirectamente con las actividades antes señaladas, para lo cual la sociedad podrá concurrir a formar, modificar y/o tomar parte en toda clase de sociedades o asociaciones con dicho propósito

Cencosud Internacional Ltda.

Administración:

La administración y uso de la razón social de la sociedad Cencosud Internacional Limitada corresponde a la sociedad Cencosud S.A., quien la ejerce a través de apoderados

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de USD M\$ 3.831.535.273

La sociedad tiene por objeto:

- a) Efectuar exclusivamente en el extranjero inversiones permanentes o de renta en toda clase de bienes muebles o inmuebles, corporales o incorporales. Para estos efectos la Sociedad podrá adquirir, conservar, vender, enajenar y negociaren cualquier forma y a cualquier título, toda clase de bienes situados en el extranjero y percibir sus frutos y rentas.
- b) Constituir y participar en todo tipo de Sociedades constituidas exclusivamente en el extranjero, sean estas civiles o mercantiles.
- c) Celebrar por cuenta propia o de terceros, todo tipo de actos o contratos civiles o mercantiles que sean necesarios para el cumplimiento del objeto social.
- d) Efectuar en Chile inversiones en documentos, instrumentos financieros u otras inversiones de corto plazo.
- e) En general, celebrar todos los actos y negocios que directa e indirectamente se relacionen al objeto social.

Comercial Food and Fantasy Ltda.

Administración:

La administración y el uso de la razón social de la Sociedad Comercial Food and Fantasy Limitada, corresponde a la sociedad Cencosud S.A. quien la ejerce a través de sus representantes y apoderados

El Capital suscrito y

pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$42.934

La sociedad tiene por objeto:

La explotación comercial por cuenta propia o ajena de juegos y actividades de entretenimiento; La importación, comercialización y distribución de toda clase de maquinarias, equipos y juegos de entretenimiento; dar servicios de comida, bebidas y en general de restaurant; La elaboración y distribución de alimentos y bebidas de todo tipo, y su venta directamente al público; La formación de otras sociedades o participación en sociedades ya constituidas; en general cualquier actividad relacionada con las anteriores ya sea directa o indirectamente, y que se estime conveniente a los intereses sociales; y la realización de todas las actividades adicionales que los socios acuerden.

Eurofashion Ltda.

Administración:

La administración y el uso de la razón social de Eurofashion Limitada, corresponde a la sociedad Cencosud Retail S.A. quien la ejerce a través de sus representantes y apoderados

El Capital suscrito y

pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$2.733.838

La sociedad tiene por objeto:

La fabricación por cuenta propia o ajena, la comercialización, distribución, compra y/o venta, importación y/o exportación, reexportación, representación de toda clase de artículos y prendas de vestir.

Inmobiliaria Bilbao Ltda.

Administración:

La administración y el uso de la razón social de la Sociedad Inmobiliaria Bilbao Limitada, corresponde a la sociedad Cencosud Shopping Centers S.A. quien la ejerce a través de sus representantes y apoderados

El Capital suscrito y

pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$5.750.264

La sociedad tiene por objeto:

La construcción en general, por cuenta propia o ajena; la compra de terrenos y elementos necesarios para el cumplimiento de dicho objeto; la inversión en bienes de cualquier clase; la explotación de tales bienes; la inversión en acciones, bonos, y todo tipo de valores mobiliarios, y la prestación de servicios de consultoría o asesoría en materias inmobiliarias, financieras o técnicas. Para el desarrollo de su objeto la sociedad podrá actuar tanto en el país como en extranjero.

Logística y Distribución Retail Ltda.

Administración:

La administración y el uso de la razón social de la Sociedad Logística y Distribución Retail Limitada, corresponde a la sociedad Cencosud Retail S.A. quien la ejerce a través de sus representantes y apoderados

El Capital suscrito y

pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$10.081.815

La sociedad tiene por objeto:

Compra y venta de bienes muebles, el almacenaje, bodegaje, transporte y distribución de estos bienes y los demás actos, contratos y negocios que los socios acuerden.

Mercado Mayorista PyP Ltda.

Administración:

La administración y el uso de la razón social de la Sociedad Mercado Mayorista P y P Limitada, corresponde al Sr. Horst Paulmann y la sociedad Cencosud S.A., quien la ejerce a través de sus representantes y apoderados

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$9.000

La sociedad tiene por objeto:

La compra, venta, envase y distribución en general, por cuenta propia o ajena, de toda clase de bienes muebles; la inversión en valores mobiliarios y todo otro negocio o actividades que los socios acuerden.

Paris Administradora Ltda.

Administración:

La administración y el uso de la razón social de Paris Administradora Limitada, corresponde a la sociedad Cencosud Retail S.A. quien la ejerce a través de sus representantes y apoderados

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$9.570.929

La sociedad tiene por objeto:

La administración por cuenta propia o ajena de tiendas de departamento, la compra y venta de mercaderías de toda clase, distribución de las mismas, importación y exportación de ellas; fabricación de bienes muebles, compra, venta, distribución, importación y exportación de los mismos y las inversiones mobiliarias e inmobiliarias, sin perjuicio de los demás objetivos que los socios acuerden.

Johnson Administradora Ltda.

Administración:

La administración y el uso de la razón social de la Sociedad Johnson Administradora Limitada, corresponde a la sociedad Cencosud Retail S.A. quien la ejerce a través de sus representantes y apoderados

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$684.284

La sociedad tiene por objeto:

El objeto de la sociedad será la administración y operación por cuenta propia o ajena de tiendas de conveniencia y/o tiendas por departamento. La sociedad podrá celebrar todos los actos y negocios que directa e indirectamente se relacionen al objeto social y al cumplimiento de los demás objetivos que los socios acuerden

CAT Corredores de Seguros y Servicios S.A.

Presidente: Francisco Sardón De Taboada

Directores:
Heike Paulmann Koepfer
Jaime Soler Bottinelli
Patricio Rivas De Diego
Nicolás Fernando Sáenz Castro
Viviana Kaschel Wulf

Gerente General:
Rodrigo Della Maggiora Silva

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$2.274.862

La sociedad tiene por objeto:

El objeto exclusivo y único de la sociedad será actuar como corredor o intermediario en la contratación de toda clase de seguros, con cualquier entidad aseguradora, de conformidad con la normativa legal vigente, y en especial a lo establecido en el artículo 57 del Decreto con Fuerza de Ley 251, de 1931, y las disposiciones posteriores que lo sustituyan o complementen. En del desarrollo de su giro la sociedad podrá efectuar todo tipo de asesorías y prestaciones de servicios relacionados con dichos objeto, en la forma más amplia que actualmente o en el futuro lo permita la legislación Chilena.

**Meldar
Capacitación Ltda.**

Administración:

El uso de la razón social, administración y la representación judicial y extrajudicial de la sociedad le corresponde a Retail S.A, hoy Cencosud Retail S.A, quien las desempeñará por medio de sus apoderados designados mediante instrumento público o por poder otorgado en el extranjero legalizado

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$2.000

La sociedad tiene por objeto:

Servicios de capacitación

**Comercializadora
Costanera Center
SpA**

Administración:

La administración de la sociedad y el uso de la razón social, corresponderá al socio Costanera Center S.A., quien la ejercerá directamente o a través de mandatarios designados por escritura pública

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$10.000

La sociedad tiene por objeto:

Efectuar inversiones y explotar todo tipo de bienes, muebles o inmuebles, corporales e incorporeales, por cuenta propia o ajena, tanto en Chile como en el extranjero; la explotación comercial por cuenta propia o ajena de juegos y actividades de entretención y/o actividades de esparcimiento; la importación, comercialización y distribución de toda clase de equipos y juegos de entretenimiento; dar servicio de bebidas y en general de restaurant; la elaboración y distribución de alimentos y bebidas de todo tipo, y su venta directamente al público. Asimismo podrá formar, ingresar y participar en toda clase de sociedades, civiles o comerciales, sociedades anónimas o de responsabilidad limitada, cualquiera sea su objeto, así como en toda clase de comunidades, asociaciones, y cuentas en participación, cualquiera fuese su naturaleza, y la administración y explotación de estas inversiones y la percepción de sus frutos y de cualquier otro beneficio que los accionistas acuerden.

**Cencosud
Internacional
Argentina SpA**

Administración:

La administración de la sociedad y el uso de la razón social, corresponderá al socio Cencosud Internacional Limitada, quien la ejercerá directamente o a través de mandatarios designados por escritura pública

El Capital suscrito y pagado al 31 de Diciembre del año 2016 es de M\$1.524.874.750

La sociedad tiene por objeto:

- a) efectuar inversiones de carácter pasivo, de cualquier naturaleza tanto en Chile como en el exterior, en bienes muebles o inmuebles, corporales o incorporeales, pudiendo comprar, vender, liquidar o conservar tales inversiones;
- b) tomar interés o participar como socio o accionista en empresas o sociedades de cualquier naturaleza, chilenas o extranjeras;
- c) percibir e invertir los frutos de las inversiones;
- d) participar en todo tipo de proyectos de inversión, sociedades, comunidades o asociaciones, cualquiera sea el objeto de las mismas; y
- e) la celebración de cualquier acto o contrato y el desarrollo de cualquier actividad rentística relacionada directa o indirectamente con los objetivos anteriores.

Argentina

Sociedad	Directorio	Capital	Objeto Social
Agrojumbo S.A.	<p>Directorio</p> <p>Presidente: Roberto Oscar Philipps</p> <p>Vicepresidente: Georg Prager</p> <p>Director Titular: Martín Jorge Schulz</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del 2016 es de AR\$10.699.069</p>	<p>La sociedad tiene por objeto dedicarse por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros en cualquier parte del país o del extranjero, a la realización de actividades comerciales, financieras, inmobiliaria, mineras, industrial alimenticia, agropecuarias y de servicios agropecuarios.</p>
Agropecuaria Anjullon S.A.	<p>Directorio</p> <p>Presidente: Roberto Oscar Philipps</p> <p>Vicepresidente: Georg Prager</p> <p>Director Titular: Martín Jorge Schulz</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del 2016 es de AR\$20.944.311</p>	<p>La sociedad tiene por objeto dedicarse por cuenta propia, de terceros, asociada o en representación de terceros, en el país o en el extranjero, a las actividades agropecuarias, industriales, comerciales.</p>
Blaisten S.A.	<p>Directorio</p> <p>Presidente: Roberto Oscar Philipps</p> <p>Vicepresidente: Matías Videla Sola</p> <p>Director Titular: Martín Jorge Schulz</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del 2016 es de AR\$79.071.700</p>	<p>La sociedad tiene por objeto realizar por cuenta propia, de terceros y/o asociada a terceros las siguientes actividades:</p> <p>a. Comerciales: la compra, venta, importación, exportación, distribución, representación y cualquier otra forma de comercialización dentro o fuera del país- de artículos sanitarios, griterías, cerámicas, azulejos, cal cemento, arena, canto rodado, cocinas, calefones, termo tanques, artículos del hogar en general y todo otro bien o servicio relacionado con la industria de la construcción y decoración de inmuebles; así como mediante la compra la compra, venta , locación y negociación de títulos, acciones, debentures y toda clase de valores mobiliarios y papeles de crédito, de cualquiera de los sistemas o modalidades creados o a crearse;</p> <p>b. Industriales: la extracción y/o fabricación de productos que se relacionen directa o indirectamente con su objeto comercial, así como la explotación de empresas metalúrgicas, químicas eléctricas y todas las relacionadas con el ramo sanitario o de la construcción;</p> <p>c. Societarias: la participación en otras sociedades, a través de la adquisición de acciones que le permitan ejercer o no- su gobierno, administración, dirección y fiscalización; la celebración de contratos de compraventa, prenda usufructo de acciones y otros negocios con los títulos accionarios de su propiedad o de terceros; y la celebración de contratos de colaboración empresaria, a efectos de encarar proyectos específicos;</p> <p>d. Inversión: en la República Argentina y/o en el exterior dentro de los límites fijados por las leyes y reglamentaciones vigentes y con sujeción a las mismas;</p>

e. Mandataria y de Servicios: el ejercicio de representaciones y mandatos, comisiones, estudios, análisis y preparación de proyectos, emisión de dictámenes asesoramientos e investigaciones, todo tipo de intermediación, organización y atención técnica, informes, estudios de mercados y desarrollos de programas de promoción que se relacionen con la industria de la construcción; y

f. Financieras: mediante el otorgamiento de préstamos, financiamientos y créditos, con o sin garantía real o personal, así como el otorgamiento por la sociedad de todo tipo de garantías personales o reales, con excepción de las operaciones comprendidas en la ley de Entidades Financieras u otras por las que se requiera el concurso del ahorro público; y la celebración de contratos de leasing con o sin opción de compra en todas sus modalidades, comprendidas o no en la ley 24.441.

Carnes Huinca S.A.

Directorio

Presidente:
Matías Germán Videla Sola

Vicepresidente:
Laurent Maurice Cadillat

Secretario:
Christoph Georg Prager

Prosecretario:
Maricel Edith Caceres

El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del 2016 es de AR\$5.772.000

La sociedad tiene por objeto realizar por cuenta propia, y/o de terceros y/o asociados a terceros, operaciones comerciales e industriales vinculadas a la carne.

Cavas y Viñas El Acequión S.A.

Directorio
Presidente:
Roberto Oscar Philipps
Vicepresidente:
Georg Prager
Director Titular:
Martín Jorge Schulz

El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del 2016 es de AR\$393.086

La sociedad tiene por objeto realizar por cuenta propia y/o asociada a terceros, actividades agrícolas, industriales, comerciales, importación y exportación y de construcción.

Cencosud S.A. (Argentina)

Directorio

Presidente:
Roberto Oscar Philipps

Vicepresidente:
Matías Videla Sola

Director Titular:
Martín Jorge Schulz

El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del 2016 es de AR\$650.448.000

Realizar por cuenta propia, de terceros o asociada a terceros, pudiendo establecer sucursales, representaciones, agencias y filiales, tanto en el país como en el extranjero, las siguientes actividades:

COMERCIAL: a) Comprar bienes inmuebles, maquinarias, enseres e instalaciones constitutivas de centros comerciales, destinados a locaciones o concesiones a favor de terceros, con derechos de explotación comercial respecto de sectores y bienes de uso exclusivo y común o bien al funcionamiento de hipermercados que serán objeto de explotación comercial por parte de la Sociedad. b) Explotar hipermercados mediante la venta de productos nacionales e importados, adquiridos de terceros como así también de fabricación propia; c) importación y exportación de productos que habitualmente se comercializan en los indicados establecimientos comerciales.

CONSTRUCTORA: construcción de toda clase de inmuebles... la realización de obras públicas y privadas;

INMOBILIARIA: compraventa, explotación, administración, locación, intermediación y arrendamiento de toda clase de inmuebles urbanos y/ o rurales.

FINANCIERA: dar o tomar dinero en préstamo a empresas o particulares para negocios realizados o a realizarse; efectuar toda clase de operaciones de crédito...; la compra, venta y administración de títulos y acciones y demás valores mobiliarios y la realización de operaciones financieras en general, con exclusión de las comprendidas en la Ley de Entidades Financieras y de toda otra por la que se requiera el concurso público;

INVERSORA: a) constituir y/o adquirir participaciones societarias en cualquier forma asociativa respecto de las cuales la ley autorice a participar a S.A.; b) realizar todo tipo de inversiones en sociedades por acciones...; c) adquirir o tomar en garantía bienes muebles, inmuebles, semovientes, créditos, realizar todo tipo de inversión autorizada por las leyes;

REPRESENTACIÓN: el ejercicio de todo tipo de representaciones, mandatos, agencias, comisiones, consignaciones, gestiones de negocio y administraciones, con la mayor amplitud y en las condiciones permitidas por las leyes."

A tal fin la Sociedad tiene plena capacidad jurídica para adquirir derechos, contraer obligaciones y realizar todos los actos y contratos que no estén prohibidos por las leyes o estatutos.

Corminas S.A.

Directorio
Presidente:
Roberto Oscar Philipps

Vicepresidente:
Matías Videla Sola

Director Titular:
Martín Jorge Schulz

El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del 2016 es de AR \$10.998.455

La sociedad tiene por objeto realizar por cuenta propia, de terceros y/o asociada a terceros, actividades comercial e industrial, constructora e inmobiliaria, financiera, de minería, de importación y exportación.

Invor S.A.	Directorio	El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del 2016 es de AR\$3.000.000.-	La sociedad tiene por objeto realizar por cuenta propia o de terceros o asociados a terceros, en el país o en el extranjero, actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias, construcción, agrícola-ganaderas.
	Presidente: Roberto Oscar Philipps		
	Vicepresidente: Matias Videla Sola		
	Director Titular: Martín Jorge Schulz		

Jumbo Retail Argentina S.A.	Directorio	El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del 2016 es de AR\$ 952.170.209	Realizar por cuenta propia, de terceros o asociada a terceros, en el país o en el extranjero, actividades:
	Presidente: Roberto Oscar Philipps		Comercial: a) Comprar bienes inmuebles, maquinarias, enseres e instalaciones constitutivas de centros comerciales, destinados a locaciones o concesiones a favor de terceros, con derechos de explotación comercial respecto de sectores y bienes de uso exclusivo y común o bien al funcionamiento de hipermercados que serán objeto de explotación comercial por parte de la Sociedad.
	Vicepresidente: Matías Videla Sola		b) Explotar hipermercados mediante la venta de productos nacionales e importados, adquiridos de terceros como así también de fabricación propia.
	Directores Titulares: Martín Jorge Schulz		c) Importar y exportar los productos que habitualmente se comercializan en los indicados. Constructora: mediante la construcción de toda clase de inmuebles en terrenos propios o de terceros, incluso edificios sometidos al Régimen de Propiedad Horizontal; la realización de obras públicas y privadas, tales como la construcción de todo tipo de obra de ingeniería y arquitectura de inmuebles, obras viales e hidráulicas. Inmobiliaria: Mediante la compra-venta, explotación, administraron, locación, intermediación y arrendamiento de toda clase de inmuebles urbanos y/o rurales. Financiera: Mediante préstamos de capitales a particulares o empresas para negocios realizados o a realizarse; la compra-venta y administración de títulos y acciones y demás valores mobiliarios y la realización de operaciones financieras en general, con exclusión de las comprendidas en la Ley de Entidades Financieras y de toda otra por la que se requiera el concurso público. A tal fin la Sociedad tiene plena capacidad jurídica para adquirir derechos, contraer obligaciones y realizar todos los actos y contratos que no estén prohibidos por las leyes o este estatuto.

Pacuy S.A.	Directorio	El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del 2016 es de AR\$3.000.000.-	La sociedad tiene por objeto realizar por cuenta propia o de terceros o asociados a terceros en establecimientos propios o ajenos, actividades comerciales, industriales, financieros, inmobiliaria, construcción, agrícola-ganaderas.
	Presidente: Roberto Oscar Philipps		
	Vicepresidente: Matias Videla Sola		
	Director Titular: Martín Jorge Schulz		

Supermercados Davi S.A.

Directorio

Presidente:
Roberto Oscar Philipps

Vicepresidente:
Matias Videla Sola

Director Titular:
Martin Jorge Schulz

El capital suscrito
y pagado al 31 de
diciembre del
2016 es de
AR\$3.400.000

La sociedad tiene por objeto dedicarse por cuenta propia, de terceros o asociada a terceros, en el país o en el extranjero, a las actividades comerciales.

Unicenter S.A.

Directorio

Presidente:
Roberto Oscar Philipps

Vicepresidente:
Martín Jorge Schulz

Director Titular:
Carlos Enrique Madina

El capital suscrito
y pagado al 31 de
diciembre de
2016 es de
AR\$1.000.000

La sociedad tiene por objeto dedicarse por cuenta propia, de terceros y/o asociada a terceros a las siguientes actividades (se modifica el objeto social por medio de Acta de Asamblea N° 31 del 5/09/2008):

Administración de centros comerciales, compra-venta, permuta, locación, arrendamiento y explotación en todas sus formas de bienes inmuebles urbanos y/o rurales, loteos, fraccionamientos y la realización de todas las operaciones sobre inmuebles que autoricen las leyes y reglamentaciones, incluso las comprendidas en la propiedad horizontal, y contratos de concesión de derechos de explotación en centros comerciales; compra-venta y locación de muebles, especialmente enseres, máquinas e instalaciones comerciales, compra-venta de títulos, acciones, debentures y toda clase de valores inmobiliarios nacionales y extranjeros, así como la inversión de capital en empresas constituidas y/o a constituirse; la participación en otras sociedades por acciones; el otorgamiento de créditos, préstamos, avales, fianzas, hipotecas, prendas, adelantos en dinero, con o sin garantía real o personal, y/o cualquier otro tipo de garantías a favor de sociedades controladas, controlantes, vinculadas o sujetas al control común de la Sociedad o de sus accionistas.

Se excluyen las operaciones comprendidas en la Ley de Entidades Financieras y toda otra que requiera el concurso público.

Brasil

Sociedad	Directorio	Capital	Objeto Social
Cencosud Brasil Comercial Ltda.	<p>Administración:</p> <p>Director Presidente: Cristian Joel Gutiérrez Maurer</p> <p>Director Financiero: Sebastian Dario Los</p>	R/ M\$5.779.304.144	<p>La sociedad tiene por objeto:</p> <p>a) Operación de actividades relacionadas con el comercio, minorista o mayorista, de productos alimenticios en general, industrializados o no, en supermercados, e hipermercados o a través de catálogos, vía televisión, teléfono, internet u otros medios de comunicación</p> <p>b) Operación de actividades relacionadas con el comercio, minorista o mayorista, de telas, ropa, calzado, artículos de cama y baño, artículos de cuero, artículos de viaje, bebidas, tabaco, herramientas, productos químicos, máquinas de fotos y videos, artículos de higiene personal, libros, artículos de jardinería, entre otros.</p> <p>c), Operación de actividades relacionadas con el comercio, minorista o mayorista, de medicinas, productos farmacéuticos, en su empaque original, a través de farmacias o a través de catálogos, vía televisión, teléfono, internet u otros medios de comunicación, todo de acuerdo a la ley.</p> <p>d) Actividades de exploración de corresponsalía bancaria a través de servicios de recibos, pagos y otras actividades resultantes de acuerdos y servicios mantenidos con bancos, todo de acuerdo a la ley.</p> <p>d) Participación en otras compañías, nacionales o extranjeras, como socios, accionistas o tenedor de cuotas.</p> <p>e) Comerciar gasolinas, lubricantes, neumáticos, accesorios y partes de vehículos motorizados y dar servicio de lavado de autos.</p> <p>f) Actividades de panadería, pastelería y asador, incluyendo la fabricación, transformación, comercio, venta al por menor y mayor de productos alimenticios en general y productos de panadería congelado.</p> <p>g) Transportar y almacenar mercancía.</p> <p>h) Importar y exportar mercancía y materiales necesarios para desarrollar su actividad.</p> <p>i) Actividad Inmobiliaria en general, incluyendo el arrendamiento de bienes muebles e inmuebles, así como la operación de administración y funcionamiento de los centros comerciales.</p> <p>j) Explotación de estacionamientos de corto tiempo.</p> <p>k) Explotación de Restaurantes y otros establecimientos de expendio de alimentos y bebidas, servicios de banquetearía para eventos.</p> <p>l) Comercio mayorista de bebidas y bebidas alcohólicas.</p> <p>m) Organización de prestación de servicios para ferias, exposiciones y conferencias.</p> <p>n) Servicios educacionales relacionados a alimentos y su producción.</p>

**Perini Comercial
de Alimentos Ltda.**

Administración: R/ M\$11.837.256

Director Presidente:
Cristian Joel Gutiérrez
Maurer

Director Financiero:
Sebastian Dario Los

Comprende una serie de actividades, entre las que se incluyen:

a) Operación de actividades relacionadas con el comercio, minorista o mayorista, de productos alimenticios en general, industrializados o no, en supermercados, e hipermercados o a través de catálogos, vía televisión, teléfono, internet u otros medios de comunicación

b) Operación de actividades relacionadas con el comercio, minorista o mayorista, de medicinas, productos farmacéuticos, en su empaque original, a través de farmacias o a través de catálogos, vía televisión, teléfono, internet u otros medios de comunicación, todo de acuerdo a la ley.

c) Actividades de exploración de corresponsalía bancaria a través de servicios de recibos, pagos y otras actividades resultantes de acuerdos y servicios mantenidos con bancos, todo de acuerdo a la ley.

d) Participación en otras compañías, nacionales o extranjeras, como socios, accionistas o tenedor de cuotas.

e) Comerciar, de manera minorista o mayorista, telas, ropa, calzado, artículos de cama y baño, artículos de cuero, artículos de viaje, bebidas, tabaco, herramientas, productos químicos, máquinas de foto y video, artículos de higiene personal, libros, artículos de jardinería, entre otros

f) Comerciar gasolinas, lubricantes, neumáticos, accesorios y partes de vehículos motorizados y dar servicio de lavado de autos.

g) Actividades de pastelería, fabricación y elaboración de productos alimenticios en general.

h) Prestación de servicios de organización de eventos, catering, administración, entre otros.

i) Manufacturar y/o adquirir embalajes de mercancías y productos

j) Transportar y almacenar mercadería.

k) Importar y exportar mercancía y materiales necesarios para desarrollar su actividad.

l) Compraventa, arrendamiento, subarrendamiento de bienes muebles e inmuebles.

m) Importación y exportación de mercancías para el desarrollo de su actividad.

n) Explotación de estacionamientos de corto tiempo.

**Mercantil
Rodriguez
Comercial Ltda.**

Administración:	R/ M\$185.156.232	Comprende una serie de actividades, entre las que se incluyen:
Director Presidente: Cristian Joel Gutiérrez Maurer		a) Operación de actividades relacionadas con el comercio, minorista o mayorista, de productos alimenticios en general, industrializados o no, en supermercados, e hipermercados o a través de catálogos, vía televisión, teléfono, internet u otros medios de comunicación.
Director Financiero: Sebastian Dario Los		b) Operación de actividades relacionadas con el comercio, minorista o mayorista, de medicinas, productos farmacéuticos, en su empaque original, a través de farmacias o a través de catálogos, vía televisión, teléfono, internet u otros medios de comunicación, todo de acuerdo a la ley.
		c) Actividades de exploración de corresponsalía bancaria a través de servicios de recibos, pagos y otras actividades resultantes de acuerdos y servicios mantenidos con bancos, todo de acuerdo a la ley.
		d) Participación en otras compañías, nacionales o extranjeras, como socios, accionistas o tenedor de cuotas.
		e) Comerciar, de manera minorista o mayorista, telas, ropa, calzado, artículos de cama y baño, artículos de cuero, artículos de viaje, bebidas, tabaco, herramientas, productos químicos, máquinas de foto y video, artículos de higiene personal, libros, artículos de jardinería, entre otros.
		f) Comerciar gasolinas, lubricantes, neumáticos, accesorios y partes de vehículos motorizados y dar servicio de lavado de autos.
		g) Actividades de pastelería.
		h) Manufacturar y/o adquirir embalajes de mercancías y productos.
		i) Transportar y almacenar mercancía.
		j) Importar y exportar mercancía y materiales necesarios para desarrollar su actividad.
		k) Compraventa, arrendamiento, subarrendamiento de bienes muebles e inmuebles.
		l) Explotación de estacionamientos por corto tiempo.

Perú

Sociedad	Directorio	Capital	Objeto Social
Paris Marcas Perú S.A.	<p>Directorio: Horst Paulmann Jaime Soler Bottinelli Rodrigo Larraín Kaplan</p> <p>Gerente General: Cencosud Perú S.A. representado, a su vez, por su Gerente General: Mario Campodónico Castañeda</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2016 es de S/. M\$ 1,196 (Nuevos Soles)</p>	<p>La instalación, habilitación, conducción y/o administración directa o indirecta de establecimientos comerciales, así como la construcción, desarrollo de proyectos inmobiliarios, centros comerciales, galerías, centros de entretenimiento y administración de centros comerciales.</p>
Cencosud Perú S.A.	<p>Directorio: Horst Paulmann Jaime Alberto Soler Bottinelli Rodrigo Larraín Kaplan</p> <p>Gerente General Mario Campodónico Castañeda</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2016 es de S/. M\$2,282,782,134(Nuevos Soles)</p>	<p>La sociedad tiene por objeto: Dedicarse a la realización de inversiones de toda naturaleza en sociedades o empresas constituidas en el Perú o en el extranjero, que tengan como giro principal dedicarse a realizar negocios inmobiliarios, financieros y ventas al por mayor y por menor. Las inversiones que realice la sociedad en el ejercicio de su objeto social se hará mediante aportes en efectivo o en especie, adquisición de valores, bonos, compra de acciones, compra de activos u otras modalidades de inversión. Adicionalmente, la empresa también podrá dedicarse a prestar servicios contables, administrativos, de asesoramiento empresarial y comercial, capacitación de recursos humanos, almacenaje, compra venta, centro de inventarios, tráfico y manipulación de mercaderías, servicios logísticos, administración del sistema de vales, cupones o documento análogos para prestaciones alimentarias a favor de los trabajadores y cualquier otra actividad vinculada.</p>
Cinco Robles S.A.C.	<p>No tiene Directorio</p> <p>Gerente General: Cencosud Perú S.A. representado, a su vez, por su Gerente General, Mario Campodónico Castañeda</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2016 es de S/. M\$ 119.411.436 (Nuevos Soles)</p>	<p>La sociedad tiene por objeto: La compraventa y administración de bienes inmuebles, inversiones inmobiliarias en general.</p>
Cencosud Retail Perú S.A.	<p>Directorio: Horst Paulmann Jaime Alberto Soler Bottinelli Rodrigo Larraín Kaplan</p> <p>Gerente General: Cencosud Perú S.A. representado, a su vez, por su Gerente General, Mario Campodónico Castañeda</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2016 es de S/. M\$175.432.254 (Nuevos Soles)</p>	<p>La sociedad tiene por objeto: La compraventa, importación, exportación de todo tipo de productos al por mayor y menor, susceptibles de ser comercializados en establecimientos.</p>

ISMB Supermercados S.A.	<p>No tiene Directorio.</p> <p>Gerente General: Cencosud Perú S.A. representado, a su vez, por su Gerente General, Mario Campodónico Castañeda</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2016 es de S/. M\$23.534.659 (Nuevos Soles)</p>	<p>La sociedad tiene por objeto: Dedicarse a actividades de compraventa, arrendamiento y administración de inmuebles; a la gestión y asesoría de negocios inmobiliarios.</p>
Las Hadas Inversionistas S.A.C.	<p>No tiene Directorio.</p> <p>Gerente General: Cencosud Perú S.A. representado, a su vez, por su Gerente General, Mario Campodónico Castañeda</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2016 es de S/.M\$ 1.000 (Nuevos Soles)</p>	<p>La sociedad tiene por objeto: La sociedad tiene por objeto principal ejercer los derechos de titular de acciones representativas del capital social de otras sociedades, sean locales o extranjeras, realizar inversiones y actividades inmobiliarias y en infraestructura.</p>
Loyalty Perú S.A.C.	<p>Directorio: Fernando Romero Belismelis Mario Campodónico Castañeda Alejandro Desmaison Fernandini Carlos Gonzáles Camargo Alberto De Ferrari Morelo (Alternó)</p> <p>Gerente General: Juan Daniel Aspillaga Elías</p>	<p>El capital suscrito y pagado por Cencosud Retail Perú SA como accionista, al 31 de diciembre de 2016, es de S/. M\$1.819.000 (Nuevos Soles), que equivalen al 42.50% de participación en el accionariado. El capital social suscrito y pagado de Loyalty Perú SAC es de S/. M\$ 4,280</p>	<p>La sociedad tiene por objeto: Fidelizar a los clientes de las compañías asociadas, mediante un sistema de identificación y recompensa que premie su lealtad, satisfaciendo y excediendo sus expectativas, contribuyendo con el crecimiento de los asociados en un esquema de operaciones autofinanciadas.</p>
Tres Palmeras S.A.	<p>Directorio: Horst Paulmann Jaime Alberto Soler Bottinelli Rodrigo Larraín Kaplan</p> <p>Gerente General: Cencosud Perú S.A. representado, a su vez, por su Gerente General, Mario Campodónico Castañeda</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2016 es de S/. M\$757.172.608 (Nuevos Soles)</p>	<p>La sociedad tiene por objeto: La compraventa y administración de bienes inmuebles, inversiones inmobiliarias en general.</p>
Travel International Perú S.A.	<p>No tiene Directorio.</p> <p>Gerente General: Cencosud Perú S.A. representado, a su vez, por su Gerente General, Mario Campodónico Castañeda</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2016 es de S/. M\$806.100 (Nuevos Soles)</p>	<p>La sociedad tiene por objeto: Las operaciones de servicios turísticos, dedicado a la elaboración, producción, organización y venta de programas y demás servicios turísticos, nacionales e internacionales, reserva y venta de boletos y pasajes en cualquier medio de transporte.</p>

Banco Cencosud S.A.

Directorio
Patricio Rivas de Diego
Mario Campodónico
Castañeda
Marcelo Reyes
Sangermani
Cristian Eyzaguirre
Johnston
Santiago Mangiante

Gerente General
Bruno Antonello
Novella Zavala

El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2016 es de S/. M\$196.610.000 (Nuevos Soles)

La sociedad tiene por objeto:
Entidad bancaria.

Colombia

Sociedad	Directorio	Capital	Objeto Social
Cencosud Colombia S.A.	<p>Directorio</p> <p>Principales: Eric Basset Jaime Soler Antonio Ureta</p> <p>Suplentes: Rodrigo Larrain Carlos Mechetti Martín Walker</p> <p>Gerente General Principal: Eric Basset Suplente: Martín Walker</p>	<p>El capital suscrito y pagado al 31 de diciembre del 2016 es de COP M\$97.523.525.000</p>	<p>Constitución y puesta en marcha de establecimientos de comercio dedicados a proveer servicios bajo el formato de bricolaje.</p> <p>Desarrollar actividades relacionadas con el sector de la construcción, como elaboración de diseños, adecuación, demolición, restauración o remodelación de inmuebles. La compra, importación, exportación, adquisición, preparación, fabricación, elaboración, venta, distribución, y en general la producción y comercialización de productos de consumo masivo, la compra y venta de toda clase de medicamentos para el consumo humano y/o animal, todos estos bienes y servicios pueden ser propios y/o de terceros, actividades que se realizarán en almacenes y establecimientos de comercio al detal y/o al mayoreo; la emisión, venta y comercialización de bonos y/o tarjetas canjeables por bienes y/o servicios, y la prestación de servicios adicionales, tales como agencias de viajes, centros de servicio para automóviles, estaciones de gasolina, boletería para espectáculos de recreación, restaurantes y cafeterías, droguerías y farmacias que expendan medicamentos para el consumo humano y/o animal, el recaudo de dineros para la prestación y pagos de toda clase de bienes y servicios, así como el establecimiento, administración y operación de dichos almacenes y negocios previas las autorizaciones correspondientes.</p>



NUESTRO ENTORNO Y FACTORES DE RIESGO

NUESTRO ENTORNO

Industria del Retail

Chile

Chile, nuestro principal mercado en términos de ingresos tiene una población aproximada de 18,0 millones de habitantes, de acuerdo a lo estimado por el INE para el año 2016, y se espera que llegue a los 18,9 millones de habitantes para el año 2020. El país ha experimentado un crecimiento del PIB de 1,8% en 2014, 2,3% en 2015 y se espera un crecimiento de 1,6% para 2016, según lo informado por el Banco Central de Chile. El mercado chileno es el único en donde Cencosud opera a través de sus cinco formatos de negocios, siendo el de supermercados el más relevante de éstos. Durante el año 2016, el indicador de Ventas de Supermercados (ISUP) publicados por el INE en términos reales aumentó un 2,9% respecto al año anterior.

Cencosud, a través de sus marcas Jumbo y Santa Isabel, es el segundo operador en términos de ingresos con una participación de mercado de aproximadamente 29,2% de acuerdo a las últimas cifras reportadas por Nielsen. Nuestros principales competidores son Wal-Mart Chile, Unimarc (SMU) y Tottus (Falabella). La tabla¹ a continuación con el número de tiendas y sala de ventas respectiva:

	N° de Tiendas	Sala de Ventas (m ²)
Walmart Chile ²	363	926.717
Cencosud	245	578.362
SMU	511	591.000
Tottus	61	207.067

Con sus marcas Paris y Johnson, Cencosud es el primer operador de Tiendas por Departamento en términos de número de tiendas y sala de ventas, pero segundo en términos de ingresos, compitiendo directamente con Falabella, líder del mercado, y Ripley, el tercer actor más relevante. Adicionalmente, competimos con La Polar, abcdin/Dijon e Hites. A continuación una tabla³ con el número de tiendas y participación de mercado respectiva:

	N° de Tiendas	Sala de Ventas (m ²)	Participación de Mercado ⁴
Falabella	44	304.233	35,59%
Paris y Johnson	78	370.688	25,2%
Ripley	42	269.446	18,09%
abcdin/Dijon	139	89.508	8,50%
La Polar	38	155.000	7,62%
Hites	21	120.987	5,01%

¹ Cifras de Cencosud, SMU y Tottus corresponden a su última publicación al 31 de diciembre de 2016

² Fuente: Planet Retail al 31 de diciembre de 2016

³ Cifras corresponden a la última publicación de cada competidor al 30 de septiembre 2016.

⁴ Participación de mercado calculada en base al ingreso publicado de cada competidor.

En el segmento de Tiendas de Mejoramiento del Hogar, estimamos que Easy es el segundo actor del mercado en términos de ingresos, que operaba un total de 35 tiendas con una superficie de ventas de 325.315 m² al 31 de diciembre de 2016. Nuestro principal competidor es Sodimac, perteneciente al grupo Falabella, líder del mercado y que a la misma fecha tenía un total de 85 tiendas con una superficie de ventas de 711.839 m². El Grupo SMU es el tercer operador más relevante, que opera a través de la marca Construmart, y que al 30 de septiembre contaba con 35 tiendas con 192.500 m² de sala de ventas. A continuación una tabla⁵ con el número de tiendas y participación de mercado respectiva:

	N° de Tiendas	Sala de Ventas (m ²)	Participación de Mercado ⁶
Sodimac (Falabella)	85	711.839	72,4%
Easy (Cencosud)	35	325.315	18,8%
SMU	35	192.500	8,8%

Al cierre de enero 2017 la tasa de desocupación publicada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) del trimestre móvil noviembre-enero en Chile se situó en un 6,2%. Esto se tradujo en un aumento de 0,4 puntos porcentuales en los últimos doce meses y crecimiento de 0,1 punto porcentual comparado el trimestre móvil anterior.

Las ventas minoristas, medido como el Índice de Ventas del Comercio al por Menor reportado por el INE aumentó 4,0% real respecto al año pasado. En diciembre, el indicador creció 4,1% real en 12 meses. Según la última encuesta de expectativas económicas realizada en marzo 2017, se estima que el PIB crecería 1,8% en 2017 y 2,5% en 2018, de acuerdo a lo informado por el Banco Central de Chile, mientras que la inflación se posicionaría en 3,0% para el 2017 y 3,0% en 2018.

Argentina

Argentina, nuestro segundo mercado más importante en términos de ingresos, tiene una población de 43,4 millones de habitantes según el Banco Central de Argentina. En esta línea, el país experimentó un crecimiento anual del PIB de 2,9% en 2013, 0,5% en 2014, 2,4% en 2015 y cayó un 2,3% durante 2016. Durante 2016 la inflación se mantuvo alta alcanzando un 40,3% en el año, sin embargo, en el último bimestre la inflación promedio fue del 1,7% mensual. La presencia de Cencosud en Argentina es a través de las marcas Jumbo, Disco y Vea en supermercados, Easy en mejoramiento del hogar, 22 centros comerciales y servicios financieros. En el formato de supermercados Cencosud compite con Carrefour, Wal-Mart y Coto, siendo Cencosud el segundo actor más relevante en términos de participación de mercado, que alcanzó un 16,7% a diciembre 2016, de acuerdo a Nielsen. Carrefour, Coto y Wal-Mart son el primer, tercer y cuarto actor. En el segmento de mejoramiento del Hogar, Cencosud es el primer actor del mercado, con un total de 51 tiendas y 391.546 m² de sala de ventas, seguido por Sodimac, con un total de 8 tiendas y 85.941 m² de sala de ventas. En el segmento de Centros Comerciales, de acuerdo a la superficie arrendable reportada por ambos operadores al 31 de diciembre 2016, y considerando solo los dos primeros actores del mercado, IRSA tiene el primer lugar con 62,4% de participación de mercado⁷ y Cencosud el segundo con 37,6%.

⁵ Cifras corresponden a la última publicación de los competidores al 31 de diciembre de 2016

⁶ Participación de mercado calculada en base al ingreso publicado de cada competidor.

⁷ Participación de mercado calculado en base al ingreso publicado de los competidores IRSA y Cencosud al 31 de diciembre de 2016.

Brasil

Brasil, nuestro tercer mercado más grande en términos de ingresos, registra una población de aproximadamente 207,8 millones y, según el Banco Central de Brasil, experimentó un crecimiento anual del PIB de 3,0% en 2013, 0,5% en 2014, una contracción de 3,8% en 2015 y una disminución de 3,6% durante 2016. Según el último ranking ABRAS disponible, la industria brasileña de los supermercados representó aproximadamente un 5,4% del PIB de Brasil en 2016 y la industria minorista de los alimentos en Brasil tuvo una expansión nominal de 7,1% comparado con 2015, pasando de obtener ingresos brutos por R\$315,8 miles de millones en 2015 a R\$338,7 miles de millones en 2016. En este país operamos nuestro formato de supermercados mediante distintas marcas en tres regiones distintas del país, el nordeste (Gbarbosa), Minas Gerais y Goias (Bretas) y Rio de Janeiro (Prezunic), teniendo posiciones de liderazgo en cada una de las regiones. De acuerdo a la información disponible por Nielsen, nuestra participación de mercado al 31 de diciembre alcanzó un 5,1% en el país. Los principales competidores en Brasil incluyen a CBD, Walmart Bz y Carrefour.

Perú

En Perú operamos a través de las marcas Wong y Metro en supermercados, Paris en el formato de tiendas por departamento, cuatro centros comerciales y prestamos servicios financieros a través del Banco Cencosud. En este mercado, tal como en el resto de los mercados en los que operamos, el segmento más relevante es el de supermercados, contribuyendo con más del 85% de los ingresos generados en Perú. En este segmento lideramos la industria con 35,9% de participación de mercado de acuerdo a Nielsen, compitiendo con Supermercados Peruanos (InRetail) y Tottus (Falabella). En el negocio de Tiendas por Departamento, entramos al mercado peruano a comienzos de 2013, donde competimos con los mismos operadores establecidos en Chile, Falabella y Ripley y con actores locales como Oechsle.

Perú tiene una población de 31,4 millones de habitantes aproximadamente, de acuerdo al Banco Central de Reserva del Perú el crecimiento del PIB fue de 5,8% en 2013, 2,4% en 2014, 3,3% en 2015 y 3,9% en 2016. El Banco Central reveló a través de su última encuesta de expectativas económicas realizada el 30 de enero 2017, que las estimaciones de crecimiento del PIB se ubicarán en 3,9% en 2017 y 4,1% en 2018. El desempleo se ubicó en 6,6% en el área metropolitana de Lima en el trimestre móvil noviembre-diciembre 2015-enero 2016.

Colombia

Colombia tiene una población de aproximadamente 48,2 millones y, según el Banco Central de Colombia, el crecimiento del PIB en 2014, 2015 y 2016 fue de 4,4%, 3,1% y 2,0% respectivamente. Las ventas del sector minorista crecieron 0,9% de febrero 2016 – enero 2017 / febrero 2015 – enero 2016 y en el mismo período del año anterior la variación fue de 2,1% de acuerdo a DANE. El desempleo en el país estuvo en 11,9% a enero 2016, según lo publicado por el Banco Central, un aumento respecto al 8,7% a diciembre 2016

En Colombia, Cencosud es la tercera cadena de supermercados más relevante de la industria, con una participación de mercado de 15,7%. Opera a través de sus marcas Jumbo y Metro, y compite con Éxito, el líder del mercado. Además, Cencosud opera su formato de Mejoramiento del Hogar a través de 10 tiendas bajo la marca Easy, con un total de 82.320 m² de sala de ventas. En este mercado también competimos con Sodimac (Falabella), el operador más relevante del mercado con 38 tiendas y 366.282 m² de sala de ventas.

Marco Regulator

Regulaciones Ambientales y Cumplimiento

En Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú estamos sujetos a todo el rango de regulación y supervisión gubernamental generalmente aplicable a las empresas que operan en cada país, incluyendo leyes laborales, de seguridad social, salud pública, leyes ambientales, leyes de valores y leyes antimonopolio. Estos incluyen regulaciones para asegurar condiciones sanitarias y condiciones de seguridad en instalaciones para la venta y distribución de alimentos y requisitos para obtener permisos de construcción para nuestras nuevas instalaciones. Consideramos que cumplimos en todos los aspectos materiales con todas las regulaciones estatutarias y administrativas aplicables con respecto a nuestro negocio en cada uno de los países en los que operamos, incluidas las regulaciones ambientales aplicables.

La regulación de asuntos relacionados con la protección del medio ambiente no está tan bien desarrollado en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú como en los Estados Unidos y otros países. En consecuencia, prevemos que en estos países se promulgarán leyes y reglamentos adicionales con respecto al medio ambiente. Consideramos que no hay procedimientos judiciales o administrativos importantes pendientes en nuestra contra con respecto a ningún asunto ambiental y que estamos cumpliendo en todos los aspectos materiales con todas las regulaciones ambientales aplicables en Argentina.

Chile

Nosotros y todas nuestras subsidiarias con operaciones en Chile estamos sujetos a la Ley de Protección al Consumidor. El cumplimiento de la Ley de Protección al Consumidor es impuesto por SERNAC. No tenemos ningún procedimiento⁸ material derivado de la Ley de Protección al Consumidor, y consideramos que cumplimos con todos los aspectos materiales de dicha ley.

Nuestros supermercados están sujetos a inspección por la correspondiente Secretaría Regional de Salud, que inspecciona regularmente los supermercados y toma muestras para su análisis. Regularmente contratamos una compañía de inspección privada para realizar inspecciones privadas de nuestras instalaciones para asegurar que cumplan o superen todas las normas de salud chilenas. Nuestros supermercados también están sujetos a inspección por el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG). Los concesionarios que operan farmacias en algunos de nuestros supermercados también están sujetos a licencias e inspecciones por parte del SEREMI de Salud. Con excepción de las licencias gubernamentales requeridas para la venta de bebidas alcohólicas, productos horneados, productos farmacéuticos, mariscos y verduras y licencias comerciales habituales requeridas por las autoridades gubernamentales locales, no hay licencias o permisos gubernamentales especiales requeridos para la venta y distribución de productos alimenticios u otros productos vendidos por nosotros.

⁸ Con excepción de lo descrito en el punto 8. Información Financiera – A. Declaraciones consolidadas e Información Financiera- Procedimientos legales y administrativos del documento anual 20-F.

Además, las autoridades antimonopolio chilenas tienen amplias facultades reguladoras y tienen autoridad para negar las adquisiciones que consideren que tendrán efectos competitivos adversos en el mercado o promoverán un comportamiento anticompetitivo. De vez en cuando, las autoridades antimonopolio se han negado la autorización para ciertas adquisiciones, como la denegación de la adquisición propuesta por Falabella de D&S en enero de 2008.

Banco Paris y CAT están bajo la supervisión de la SBIF y CAT Corredores de Seguros y Servicios S.A. está bajo la supervisión de la SVS. Adicionalmente, Banco Paris está sujeto a la Ley General de Bancos y sus reglamentos y es inspeccionado por la SBIF al menos una vez al año. La inspección incluye una revisión de las políticas y procedimientos de riesgo de crédito del banco, los riesgos operacionales y políticas de control y otras cuestiones tales como servicio al cliente, reglas de contabilidad, tasas de interés, información y tecnología y operaciones financieras. Banco Paris cumple en todos los aspectos materiales con las normas a las que está sujeto.

CAT inició sus operaciones de tarjetas de crédito en 2003 y hasta 2006 no estuvo sujeto a ninguna regulación especial. En 2006, la SBIF emitió un conjunto de regulaciones especiales dirigidas al negocio de tarjetas de crédito y colocando bajo su supervisión empresas dedicadas a la emisión u operación de tarjetas de crédito, incluyendo CAT o cualquier otro sistema similar, donde el operador asume obligaciones monetarias al público. Además, el SERNAC regula las tarjetas de crédito emitidas por los minoristas en materias relacionadas con la protección de los consumidores.

Hay un tipo de interés máximo que se puede cobrar, pero hay ciertas otras tarifas que no se consideran para tales fines que permiten a los emisores de tarjetas de crédito al por menor para aumentar los márgenes.

El 13 de diciembre de 2013 entró en vigor una reforma a la Ley N ° 18.010 (que regula las operaciones de crédito), la que dio lugar a varias modificaciones a las normas vigentes en ese momento, entre ellas: i) el establecimiento de límites inferiores a los intereses devengados por importes pendientes inferiores a 200 UF; ii) las reducciones del importe de las comisiones cobradas por prepago; En el período mínimo antes de que se pudiera exigir un pago anticipado para las transacciones de UF 200 o menos, a 60 días.

Paris Corredores de Seguros Limitada, hoy CAT Corredores de Seguros y Servicios S.A., obtuvo en 1998 una autorización de la compañía de corretaje de seguros con la SVS y está sujeta a su supervisión y regulaciones. CAT Corredores de Seguros y Servicios cumple en todos los aspectos materiales con los reglamentos a los que está sujeto.

Estamos obligados a obtener una serie de permisos y autorizaciones para operar nuestros centros comerciales, que incluyen la aprobación de la correspondiente Dirección de Obras Municipales, entre otras. Además, estamos obligados a obtener para cada nuevo proyecto un permiso de construcción y cumplir con una serie de normas de uso del suelo, bienes raíces comerciales y medio ambiente.

En una iniciativa de la presidenta Michelle Bachelet, el Congreso chileno aprobó una reforma de los códigos laborales chilenos, que modificando el reglamento que rige el empleo de los establecimientos minoristas los domingos y festivos. Se acordó añadir 7 domingos al año a los días de descanso requeridos por entidades reguladas por el reglamento. Esta enmienda aumentó los días libres de los 2 domingos por mes ya contemplados en el código laboral chileno para dichas entidades. Los salarios por hora también fueron modificados por esta iniciativa, aplicando un recargo mínimo del 30% sobre los salarios ya acordados por las horas trabajadas los domingos. Las comisiones y los bonos no se tienen en cuenta al calcular dicho recargo. Los empleadores no pueden negociar el derecho de un empleado a haber designado los domingos, y los empleadores no pueden compensar a los empleados en efectivo o pasar el número de domingos de un año a otro.

Este proyecto de ley está pendiente de aprobación presidencial. En este punto Cencosud anticipa que la promulgación de este proyecto de ley tendrá un efecto materialmente adverso en nuestras operaciones o situación financiera.

Argentina

Nosotros y todas nuestras subsidiarias con operaciones en Argentina están sujetas a la Ley de Protección al Consumidor ("LPC"). Esta ley requiere proporcionar información precisa con respecto a los productos y servicios proporcionados, así como las ofertas hechas a los consumidores. Asimismo, la LPC establece la responsabilidad solidaria de todos los proveedores que participan en la comercialización de dichos productos o servicios (incluidos el productor, el importador, el distribuidor y el propietario de la marca).

El cumplimiento de dicha ley es ejecutado por la Secretaría de Comercio Interior a nivel nacional. A nivel provincial y municipal, existen numerosas agencias que también hacen cumplir las violaciones. Nos enfrentamos a varios procedimientos derivados de la LPC. Sin embargo, creemos que estamos en el cumplimiento adecuado de 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 y la Secretaría de Comercio Interior. Regularmente contratamos a una compañía de inspección privada para realizar inspecciones privadas de nuestras instalaciones para asegurar que cumplamos o superemos todos los estándares de salud argentinos. Los concesionarios que operan farmacias en algunos de nuestros supermercados también están sujetos a licencias e inspecciones por parte de la ANMAT. Con excepción de las licencias gubernamentales requeridas para la venta de bebidas alcohólicas, productos horneados, productos farmacéuticos, carne, mariscos y verduras y licencias comerciales habituales requeridas por las autoridades gubernamentales locales, no se requieren licencias o permisos gubernamentales especiales para la venta y distribución de productos alimenticios u otros Productos vendidos en nuestras tiendas. Nuestros supermercados, centros comerciales y tiendas de mejoras para el hogar en Argentina tienen que tener una serie de autorizaciones y permisos para operar. Además, nuestros nuevos proyectos en la provincia de Buenos Aires están obligados a cumplir con la ley 12.573 en las principales áreas comerciales para obtener las autorizaciones necesarias.

Todos los supermercados existentes y proyectados están obligados a cumplir con las regulaciones relativas al uso de la tierra, bienes raíces comerciales y el medio ambiente.

Nuestras operaciones con tarjetas de crédito están sujetas a la Ley de Tarjetas de Crédito y a sus regulaciones, aplicadas por la Secretaría de Comercio Interior. También estamos sujetos a las regulaciones emitidas por el Banco Central de Argentina.

Cencosud actúa como agente de distribución de varias compañías de seguros argentinas, vendiendo seguros a nuestros clientes en nombre de estas compañías de seguros y cobrando una tarifa por dichas ventas. Como tal, Cencosud está registrada en la Superintendencia de Seguros de la Nación como agente de distribución bajo la Resolución SSN 38.052.

Adicionalmente, la Comisión Antimonopolio de Argentina tiene amplios poderes regulatorios y tiene autoridad para negar las adquisiciones que considere que tendrán efectos adversos sobre la competencia en el mercado relevante o promoverá comportamientos anticompetitivos.

Brasil

Estamos sujetos a una amplia gama de regulación y supervisión gubernamental generalmente aplicable a empresas que operan en Brasil, incluyendo regulaciones federales, estatales y municipales, tales como leyes laborales, salud pública y leyes ambientales. Con el fin de abrir y operar nuestras tiendas en Brasil, necesitamos un permiso comercial y la aprobación del sitio, un certificado de inspección de los bomberos locales, así como permisos de salud y seguridad.

Nuestras tiendas están sujetas a inspección por parte de las autoridades municipales. Creemos que estamos cumpliendo en todos los aspectos materiales con todos los reglamentos legales y administrativos aplicables a nuestro negocio.

Nuestras operaciones comerciales en Brasil se ven afectadas principalmente por un conjunto de normas de protección al consumidor que regulan asuntos como la publicidad, el etiquetado y el crédito al consumo. Creemos que cumplimos en todos los aspectos materiales con estas regulaciones de protección al consumidor.

Como resultado de una inflación significativa durante períodos largos en el pasado, era práctica común en Brasil no etiquetar artículos individuales. Sin embargo, un reglamento federal establece que los productos expuestos a los consumidores deben contener información sobre los precios (por ejemplo etiquetas de precios, signos o códigos de barras que pueden leerse con escáneres) para facilitar la identificación de los precios de cada producto por el consumidor. De acuerdo con estas nuevas reglas, la información de precios debe estar físicamente adjunta o adyacente al producto. Cuando se utilizan códigos de barras, se requiere que el establecimiento comercial proporcione escáneres de fácil acceso. Creemos que estamos cumpliendo con estas disposiciones en todos los aspectos materiales.

El Congreso brasileño está discutiendo un proyecto de ley que requiere una evaluación previa del impacto de la construcción de un hipermercado de más de 1.000 metros cuadrados en un vecindario relevante. El reglamento propuesto tiene por objeto proteger a los minoristas tradicionales de propiedad familiar que han perdido cada vez más cuota de mercado en Brasil para las grandes cadenas e hipermercados.

Las regulaciones de este tipo ya existen a nivel municipal. Por ejemplo, las autoridades gubernamentales de la ciudad de Porto Alegre, en el estado de Rio Grande do Sul, promulgaron una ordenanza municipal en enero de 2001 que prohibía la construcción de tiendas minoristas de alimentos con un área de venta superior a 1.500 metros cuadrados, que, en mayo de 2005, fue enmendada para ser incrementada de 1.500 a 2.500 metros cuadrados el área de venta de tiendas al por menor de alimentos. Otras regiones brasileñas pueden adoptar leyes similares y, si el proyecto pendiente ante el Congreso brasileño se convierte en ley, nuestra futura expansión y crecimiento pueden estar sujetos a importantes restricciones.

Adicionalmente, las autoridades antimonopolio brasileñas tienen amplias facultades reguladoras y tienen autoridad para negar las adquisiciones que consideren que tendrán efectos competitivos adversos en el mercado relevante o promoverán un comportamiento anticompetitivo.

Farmacias

Las farmacias de nuestra propiedad u operadas por nosotros están sujetas al control y monitoreo de la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria ("ANVISA") y de las autoridades estatales y municipales de salud. Conforme a lo dispuesto en la Ley N ° 6.360, de 23 de septiembre de 1976, y el Decreto N ° 79.049, de 5 de enero de 1977, la ANVISA tiene facultad para controlar, supervisar y expedir autorizaciones a empresas para extraer productos farmacéuticos, medicamentos y productos afines, cosméticos, productos de higiene personal, perfumes y productos similares, productos de limpieza doméstica y productos de belleza. La autorización otorgada por ANVISA permite a este tipo de empresas tener operaciones en Brasil,

en su conjunto, durante un período de tiempo indeterminado. La autorización de la ANVISA debe renovarse siempre que se produzca un cambio en las actividades, accionistas, directores o gerentes de una empresa. Además, cada establecimiento que venda productos terapéuticos, farmacéuticos, cosméticos y / o de higiene personal, o desarrolle cualquiera de las actividades mencionadas, también debe estar autorizado por la autoridad sanitaria estatal o municipal competente y contar con una persona técnicamente responsable y debidamente autorizada por la Farmacia Comité Regional. El 17 de agosto de 2009, la ANVISA promulgó el Reglamento No. 44, el cual introdujo cambios significativos en las regulaciones existentes que establecen (i) tipos de productos que pueden ser comercializados; (ii) la forma en que se muestran dichos productos; (iii) servicios farmacéuticos ofrecidos; y (iv) ventas por Internet.

Perú

Nuestras subsidiarias con operaciones en Perú están sujetas a la Ley Antitrust y la Ley de Protección al Consumidor. El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual ("INDECOPI"), es un organismo público antimonopolio y de protección al consumidor, el cual vela por el cumplimiento de estas leyes. Las adquisiciones no están sujetas a autorización del INDECOPI.

Además de las licencias gubernamentales requeridas para la venta de bebidas alcohólicas, productos de panadería, productos farmacéuticos, mariscos y verduras y licencias comerciales habituales requeridas por las autoridades gubernamentales, como el Ministerio de Agricultura, existen licencias o permisos gubernamentales especiales requeridos

Para la venta y distribución de alimentos u otros productos vendidos en nuestras tiendas. Nuestros supermercados están sujetos a inspección por 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 del municipio local. Creemos que estamos cumpliendo en todos los aspectos materiales con todas las regulaciones estatutarias y administrativas aplicables con respecto a nuestro negocio.

Nuestros centros comerciales están obligados a obtener una serie de autorizaciones, como una licencia de operación del municipio local, para operar. Además, estamos obligados a obtener para cada nuevo proyecto un permiso de construcción y licencia de la autoridad local. Creemos que cumplimos en todos los aspectos materiales con estos requisitos.

Colombia

En Colombia, estamos sujetos a leyes que regulan la competencia y la protección del consumidor. Estas leyes incluyen la Ley de Protección al Consumidor, que es aplicada por la Superintendencia de Industria y Comercio. Adicionalmente, las fusiones y adquisiciones son revisadas por la Superintendencia de Industria y Comercio y por la Superintendencia de Compañías de Colombia para el cumplimiento de los requisitos legales antimonopolio y corporativo.

Estamos obligados a obtener una serie de permisos y autorizaciones para operar nuestros negocios dependiendo del tipo de productos y servicios que se ofrecen al público, pero generalmente se requiere que obtengamos la aprobación de agencias locales y nacionales para la venta de suministros para mascotas, productos personales de consumo importados o de origen nacional, y cumplimiento de

las regulaciones de ruido y energía. Cada negocio que operamos también está obligado a obtener aprobaciones ambientales. Además, también estamos sujetos a la regulación ambiental con respecto a la eliminación de residuos en cada una de nuestras tiendas.

Las operaciones de financiamiento al consumo y tarjetas de crédito también están sujetas a la aprobación de la Superintendencia Financiera de Colombia.

El Ministerio de Medio Ambiente está llevando a cabo una medida para eliminar las bolsas de plástico de las tiendas.

Farmacias

Las farmacias que fueron de nuestra propiedad o que eran 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"). De acuerdo con la Ley No. 100, de 1993, el art. 245, INVIMA tiene el poder de controlar, monitorear y expedir autorizaciones a las empresas para extraer, producir, empaquetar, importar, exportar y almacenar legalmente medicamentos, productos farmacéuticos, medicamentos y productos relacionados, cosméticos, productos de higiene personal, perfumes y productos similares, Productos de limpieza doméstica y productos de belleza. La autorización expedida por INVIMA permite a este tipo de empresas tener operaciones en Colombia, en su conjunto, durante un período de tiempo indeterminado. La autorización de INVIMA debe renovarse siempre que se produzca un cambio en las actividades, accionistas, directores o gerentes de una empresa.

El 4 de noviembre de 2015 Cencosud anunció el acuerdo para vender 39 farmacias que el grupo operaba en sus supermercados en Colombia, a Droguerías Cruz Verde. Cencosud ya no posee ninguna farmacia en Colombia.

El 10 de febrero de 2016, Cencosud anunció la venta de 47 farmacias que el grupo operaba en sus supermercados en Perú, a Mifarma. El acuerdo incluyó la transferencia de activos y leasing de las tiendas por un período de 10 años a partir de marzo de 2016.

Estaciones de Servicio

De acuerdo con el artículo 212 del Código del Petróleo y la Ley 39 de 1987, la distribución de combustibles líquidos y sus derivados se considera una actividad de utilidad pública. En consecuencia, las personas o entidades que realizan estas actividades están sujetas a las regulaciones emitidas por el gobierno en interés de los ciudadanos colombianos. El gobierno colombiano tiene el poder de determinar los estándares de calidad, la medición y el control de los combustibles líquidos y establecer sanciones que pueden aplicarse a los concesionarios que no cumplan con dichas normas.

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 refinado, la importación, el almacenamiento, el transporte y la distribución en el país. La Ley 812 de 2003 identificó a los agentes de la cadena de suministro de combustibles líquidos derivados del petróleo.

La distribución de combustibles líquidos, excepto GLP, está regulada por el Decreto 4299 de 2005, modificado por los Decretos 1333 y 1717 de 2007

y 2008, respectivamente, los cuales establecen los requisitos, obligaciones y sanciones aplicables a los agentes de suministro en la distribución, refinación, importación, almacenamiento, venta al por mayor, transporte, venta al por menor y consumo de combustibles líquidos.

Los decretos 283 de 1990 y 1521 de 1998, y sus modificaciones, establecen requisitos técnicos mínimos para la construcción de plantas de almacenamiento y estaciones de servicio. Los decretos también regulan la distribución de combustibles líquidos, estableciendo los requisitos mínimos para distribuidores y las actividades y tipos de acuerdos permitidos para estos agentes. El Ministerio de Minas y Energía también regula los tipos de combustibles líquidos que se pueden vender y comprar y las sanciones por incumplimiento de las regulaciones gubernamentales.

A partir de mayo de 2012, la Comisión de Regulación de Energía y Gas (CREG) determina los precios de los subproductos regulados del petróleo crudo, con excepción de la gasolina, el diesel y los biocombustibles (todos ellos determinados por el Ministerio de Minas y Energía). La ANH (Agencia Nacional de Hidrocarburos) determina el precio del crudo correspondiente a los pagos de regalías. Los precios de los combustibles a reacción se determinan de acuerdo con la Ley 1450 de 2011.

La distribución de combustibles en áreas cercanas a las fronteras colombianas está sujeta a regulaciones específicas que imponen rigurosos procedimientos y requisitos de control. Actualmente, Ecopetrol ya no es responsable de la distribución de combustible en estas áreas. Dicha responsabilidad fue transferida al Ministerio de Minas y Energía, de conformidad con la Ley 1430 de 2010.

FACTORES DE RIESGO

Usted debería examinar cuidadosamente los riesgos y las incertidumbres que más adelante se describen y la demás información de esta memoria anual. Los riesgos que más adelante se describen no son los únicos que enfrentan nuestra compañía o las inversiones en los países en los que operamos. Nuestros negocios, nuestra situación financiera o los resultados de nuestras operaciones podrían verse gravemente afectadas por cualquiera de estos riesgos. Otros riesgos que actualmente no conocemos o que actualmente consideramos poco importantes también pueden perjudicar nuestras operaciones comerciales. Esta memoria anual también incluye ciertas proyecciones futuras que conllevan riesgos e incertidumbres. El precio de mercado de nuestras acciones ordinarias y ADS puede caer debido a cualquiera de estos riesgos u otros factores, y usted puede perder la totalidad o parte de su inversión. Nuestros resultados reales podrían ser significativamente distintos de los previstos en estas proyecciones futuras debido a ciertos factores, incluyendo los riesgos que enfrenta nuestra compañía, los que se describen a continuación y se encuentran explicados a lo largo de esta memoria anual.

Riesgos relacionados con nuestros negocios e industrias

Condiciones económicas que afectan el gasto del consumidor podrían afectarnos gravemente.

La actual incertidumbre económica de la economía mundial podría afectar negativamente la confianza y

el gasto de los consumidores, incluso los gastos discrecionales. Podríamos vernos gravemente afectados por cambios en las condiciones económicas de los mercados o las regiones en los que operamos que afecten la confianza y el gasto de los consumidores, incluso los gastos discrecionales. Este riesgo puede verse exacerbado si los clientes optan por alternativas de menor costo a los productos que ofrecemos, en respuesta a las condiciones económicas. Particularmente, una caída del gasto discrecional podría afectar gravemente las ventas de ciertos productos de alto margen que ofrecemos. Futuras condiciones económicas que afectan los ingresos de los consumidores tales como los niveles de empleo, las condiciones comerciales, cambios en las condiciones del mercado de la vivienda, la disponibilidad de créditos, las tasas de interés, las tasas impositivas y los costos de los combustibles y de la energía también podrían reducir en general los gastos de los consumidores y hacer que estos se cambiaran a competidores que ofrecen precios menores. Además, la inflación o deflación podría afectar nuestro negocio. La deflación de los precios de los alimentos podría reducir el crecimiento de las ventas y los ingresos, en tanto que una inflación de los precios de los alimentos, unida a un menor gasto de los consumidores, podría reducir nuestros márgenes. Por lo tanto, no podemos garantizar que en caso de una mayor inflación podamos traspasar un aumento de precios a nuestros consumidores, lo que podría afectarnos gravemente.

Enfrentamos una intensa competencia en cada uno de nuestros mercados.

El sector minorista en Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia se caracteriza por una intensa competencia y una presión cada vez mayor sobre los márgenes de utilidad. El número y el tipo de competidores y el nivel de competencia que afecta a las tiendas individuales dependen del lugar. La competencia se basa en el precio, el lugar, la calidad de los productos y servicios, la variedad de productos y las condiciones de la tienda.

Los esfuerzos de otros *players* para entrar en los mercados en los que operamos, o para expandir sus negocios existentes en estos mercados, podrían afectar negativamente a nuestro negocio. Por ejemplo, SMU S.A., propietario de los supermercados Unimarc, completó una oferta pública inicial en enero de 2017, y esperamos que los ingresos de la misma lo posicionen mejor para invertir en su negocio de supermercados, incluyendo la expansión de tiendas de conveniencia en Chile. Además, en marzo de 2017, Walmart anunció planes para invertir US \$ 800 millones en Chile durante los próximos tres años, incluyendo abrir nuevos supermercados, remodelar algunas tiendas existentes y desarrollar un centro de distribución y su negocio en línea. Otros actores nacionales e internacionales también han expresado su interés en expandir sus negocios en algunos de nuestros mercados. Por ejemplo, los minoristas de ropa Forever 21 y H&M han anunciado planes para expandir su presencia en Chile y Perú. En la medida que cualquiera de las situaciones anteriores se implemente, nuestra cuota de mercado en los países afectados puede disminuir, lo que podría afectar negativamente nuestros resultados.

Enfrentamos una fuerte competencia de operadores internacionales y nacionales de supermercados, tiendas de mejoramiento del hogar, tiendas por departamentos y centros comerciales, incluyendo Carrefour, Wal-Mart, Falabella y Casino, y de prestadores de servicios financieros, y es posible que a futuro ingresen a los mercados en los que competimos, otros grandes minoristas internacionales o prestadores de servicios financieros, sea a través de operaciones conjuntas o directamente. Algunos de nuestros competidores tienen recursos financieros significativamente mayores a los nuestros y podrían usar estos recursos para adoptar medidas que podrían afectarnos grave y negativamente. También competimos con numerosos supermercados y cadenas de tiendas minoristas locales y regionales así como con pequeños almacenes familiares de barrio, mercados informales y vendedores ambulantes.

Una mayor competencia puede obligarnos a bajar nuestros precios, a aumentar nuestros gastos y a adoptar otras medidas que podrían afectarnos negativamente u obligarnos a reducir nuestro crecimiento, nuestras adquisiciones y gastos de capital planificados.

A medida que otros minoristas amplíen sus operaciones en Chile, Argentina, Brasil, Perú, Colombia y que otros minoristas internacionales ingresen en estos mercados, la competencia seguirá intensificándose. No estamos capacitados para responder eficientemente a presiones de la competencia y a cambios en los mercados minoristas, nuestra participación de mercado podría deteriorarse, lo cual podría tener un efecto negativo para nosotros.

Nuestras tiendas minoristas, supermercados y centros comerciales tradicionales enfrentan la competencia cada vez mayor de las ventas por Internet, lo que puede afectar negativamente las ventas de los canales tradicionales.

En los últimos años han aumentado significativamente las ventas al detalle de alimentos, ropa y productos de mejoramiento del hogar por Internet en cada uno de los países en los que operamos, y esperamos que esta tendencia continúe a medida que los minoristas más tradicionales Infraestructura existente. Por ejemplo, Amazon anunció recientemente que concentraría más recursos en sus negocios en algunos de nuestros mercados. El crecimiento en el negocio de venta al por menor de Internet de nuestros competidores perjudicaría no sólo nuestras operaciones al por menor sino también nuestras operaciones al por menor del Internet. Los comerciantes minoristas que venden por Internet venden directamente a los consumidores, disminuyendo la importancia de los canales de distribución tradicionales tales como los supermercados y las tiendas minoristas. Ciertos vendedores minoristas de alimentos por Internet tienen costos de explotación significativamente inferiores a los hipermercados y supermercados tradicionales porque no cargan con una costosa red de puntos de venta al detalle o una gran fuerza de ventas. Por lo tanto, esos vendedores de alimentos por Internet pueden ofrecer sus productos a precios menores que los nuestros y en ciertos casos pueden saltarse los intermediarios y entregar productos de una calidad particularmente alta y frescos a los consumidores. Creemos que nuestros consumidores están usando cada vez más la Internet para comprar en línea alimentos y otras mercaderías al por menor, y es probable que esta tendencia se prolongue.

Si las ventas por Internet siguen creciendo, la dependencia de los consumidores de canales de distribución tradicionales tales como nuestros supermercados, tiendas de mejoramiento del hogar, tiendas por departamentos y centros comerciales podría disminuir significativamente, lo que podría afectarnos gravemente.

Nuestros mercados se están consolidando rápidamente

Durante los últimos años, los sectores minoristas de venta de alimentos, tiendas por departamentos y de mejoramiento del hogar en Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia se han ido consolidando a medida que grandes cadenas minoristas han aumentado su participación de mercado a expensas de las pequeñas tiendas operadas por y pertenecientes a independientes, y grandes cadenas de supermercados locales e internacionales se han consolidado. Creemos que es probable que sigan produciéndose más consolidaciones en todos estos mercados a medida que se intensifica la competencia y las economías de escalas se vuelven cada vez más importantes. Algunos de nuestros competidores son más grandes y están mejor capitalizados que nosotros y probablemente estén mejor posicionados para aprovechar oportunidades de adquisiciones estratégicas. No podemos garantizar que no se producirá esa consolidación del mercado, afectando gravemente nuestra posición de mercado o que esos hechos no nos afectarán gravemente.

Leyes antimonopólicas en Chile, Argentina, Brasil, Perú o Colombia podrían limitar nuestra capacidad de ampliar nuestros negocios a través de adquisiciones o asociaciones

Las leyes antimonopólicas chilenas, argentinas, brasileras y colombianas incluyen disposiciones que exigen la autorización de las autoridades antimonopolios de esos países para adquirir, o celebrar contratos de asociación con empresas con una participación de mercado relevante. Esas autorizaciones han sido negadas en algunos casos relacionados con las industrias en las que operamos. Perú actualmente no aplica esos controles, pero no podemos garantizar que no los impondrá a futuro.

Actualmente, Cencosud no puede adquirir ningún supermercado en Chile, debido a un avenimiento alcanzado en 2008 con las autoridades antimonopolios. Como parte del acuerdo se dispuso que, antes de realizar cualquiera adquisición de un supermercado, Cencosud necesita la autorización previa del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia chileno, único organismo que puede levantar dicha restricción, previa consulta.

Por otra parte, el 14 de diciembre de 2011, la Fiscalía Nacional Económica, o “FNE” anunció una investigación de prácticas anticompetitivas en el sector de la venta de alimentos al por menor, incluyendo a varios operadores locales como Cencosud.

En relación con esta investigación, el 6 de enero 2016 la FNE presentó una demanda en contra de Cencosud, Walmart Chile y SMU (sociedad holding de supermercados Unimarc), haciendo una acusación de colusión para no vender productos avícolas por debajo de un precio determinado.

Cencosud cree que ha cumplido con todas las normas aplicables en la realización de sus negocios y llevará a cabo su defensa en la corte, esperando probar que no se ha coludido con otros operadores de supermercados para controlar los precios, pero no podemos garantizar este resultado.

Mientras la investigación puede dar a lugar la imposición de multas a las partes investigadas, incluyendo Cencosud, la Compañía no cree que dichas multas puedan tener un efecto significativo en los resultados de la operación. La multa podría llegar a ser de hasta 30.000 UTA (aproximadamente USD \$ 23 millones en el momento de la presentación de la demanda). Sin embargo, no podemos asegurar que esta investigación o futuras investigaciones, no dará lugar a un efecto adverso significativo en nosotros, incluyendo daño financiero y reputacional.

Podemos no ser capaces de generar u obtener el capital que necesitamos para seguir expandiéndonos

Esperamos seguir teniendo suficiente liquidez y recursos de capital para financiar nuestros negocios. Pretendemos depender de los fondos generados internamente por nuestras operaciones y, de ser necesario, de deuda y/o de la colocación de acciones en mercados internacionales de capital y deuda bancaria.

No podemos asegurarles, sin embargo, que seamos capaces de generar suficientes flujos de fondos de nuestras operaciones u obtener suficientes fondos de fuentes externas para financiar nuestros requerimientos en gastos de capital.

Nuestra capacidad futura para acceder a mercados financieros en cantidades suficientes y bajo términos y costos aceptables para financiar nuestras operaciones, nuestros gastos de capital proyectados y pagar dividendos, dependerá en gran medida de las condiciones vigentes en los mercados de capital y financieros, los que no que controlamos, y por tanto, no podemos asegurarles que seamos capaces de hacerlo. No poder generar suficientes flujos de fondos de las operaciones o no ser capaces de obtener financiamiento de terceros podría atrasarnos o hacernos abandonar algunos o todos nuestros proyectos de ampliación, incluyendo gastos de capital, lo que a su vez podría afectarnos negativamente.

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

Nuestros negocios se caracterizan por una rotación de existencias relativamente alta con bajos márgenes de utilidad. Realizamos una parte importante de nuestras ventas a precios de costo del producto más un porcentaje de margen de utilidad. Por lo tanto, nuestros niveles de utilidad pueden verse gravemente afectados durante períodos de precios bajos. Además, nuestro negocio podría verse gravemente afectado por otros factores, incluyendo el control de existencias, presiones de la competencia sobre el precio, condiciones climáticas extremas y aumentos inesperados de los costos relacionados con el

combustible u otros costos de transporte que aumenten el precio de los productos que vendemos en nuestras tiendas. Si no somos capaces de traspasar estos aumentos de costos a nuestros clientes, nuestro margen de utilidad disminuirá, afectándonos materialmente.

Nuestros resultados minoristas son altamente estacionales y por ello cualquier circunstancia que afecte negativamente nuestro negocio minorista durante nuestra temporada de alta demanda puede afectarnos gravemente

Históricamente hemos experimentado la estacionalidad de nuestras ventas minoristas en Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia, principalmente debido a mayores ventas durante los períodos de Navidad y de Año Nuevo y durante el principio del año escolar en marzo y menores ventas durante los meses de enero y febrero debido a las vacaciones de verano. Por ejemplo, en 2014, 2015 y 2016, 28,0%, 27,7% y 27,6% de nuestros ingresos consolidados se generaron durante el cuarto trimestre, respectivamente. Cualquiera contracción económica, interrupción de nuestra actividad comercial o de los negocios de nuestros proveedores o cualquiera otra circunstancia que pueda afectar nuestros negocios durante el primer o el último trimestre de cualquier ejercicio financiero puede por tanto, afectarnos significativamente.

Además, preparándonos para nuestra alta demanda estacional, debemos aumentar las existencias a niveles sustancialmente más altos de los que mantenemos durante el resto del año, y contratar personal temporal para nuestras tiendas.

Cualquier caída imprevista de la demanda, error en nuestras proyecciones de demanda o en la selección de los productos, o atrasos de nuestros proveedores en cumplir con nuestra demanda durante estas temporadas podría forzarnos a vender existencias a precios significativamente menores, lo que también podría afectarnos gravemente.

La industria minorista de ropa se ve negativamente afectada por caídas en el poder adquisitivo de los consumidores de ingresos medios y bajos debido a ciclos económicos desfavorables

El éxito de las operaciones de nuestras tiendas por departamento depende en gran medida de factores relacionados con la estabilidad o el aumento del gasto de los consumidores, sobre todo por grupos socioeconómicos de ingresos medios y bajos. Históricamente, el poder adquisitivo de esos grupos ha estado significativamente ligado a factores que afectan los ingresos, tales como la tasa de interés, la inflación, la disponibilidad de créditos de consumo, los impuestos, los niveles de empleo, la confianza del consumidor y los niveles de sueldo. Por ello, en tiempos de contracción económica, el poder adquisitivo de ese grupo disminuye a medida que disminuyen sus ingresos. Además, nuestros clientes de ingresos medios y bajos pueden considerar innecesaria la compra de ropa durante períodos de menores ingresos, lo que muy probablemente significaría una caída de la demanda de ese grupo por nuestra ropa. Esa disminución de la demanda de nuestros clientes de ingresos medios y bajos, unida a una caída general de su poder adquisitivo, podría afectarnos gravemente.

Cambios en los descuentos e incentivos promocionales de los proveedores podrían afectar la rentabilidad y tener un impacto negativo para nosotros

Obtenemos una parte significativa de nuestros ingresos de los descuentos y los incentivos promocionales habituales que nos dan nuestros proveedores. Por ejemplo, nuestros ingresos habituales incluyen comisiones de los proveedores por la venta de sus productos en nuestras tiendas, descuentos y primas de los proveedores, rebajas y comisiones promocionales de los proveedores, y comisiones por actividades publicitarias realizadas por terceros, usando información privada de nuestros clientes. Para el año terminado el 31 de diciembre 2016, las asignaciones de proveedores e incentivos promocionales ascendieron a 16,4% del costo de la división de supermercados, 9,5% del costo de la división de mejoramiento del hogar y 6,0% del costo de la división de tiendas por departamento. Para el año terminado el 31 de diciembre de 2016, la cantidad de estas asignaciones e incentivos promocionales ascendió a CLP 1.237.454 millones y se registró como una reducción del costo de inventario y costo de ventas. No podemos garantizar que podremos obtener un nivel similar de comisiones, rebajas, primas o descuentos en el futuro. Cualquier rebaja o eliminación de estos acuerdos por parte de cualquiera de nuestros proveedores claves afectaría nuestro margen de utilidad sobre el producto afectado, lo que a su vez tendría un efecto significativo y grave para nosotros.

Nuestra actual estrategia puede no tener los resultados esperados sobre nuestra rentabilidad

Nuestra estrategia pretende entregar a nuestros clientes una experiencia de compra superior, ofreciéndoles una mayor variedad de productos y servicios de calidad que nuestros competidores. Esta estrategia se basa en ahorros logrados a través de eficiencias operacionales que pueden traspasarse al cliente.

Agregamos a esta estrategia una focalización en ampliar nuestra posición tanto en Chile como en otros mercados latinoamericanos que, creemos, ofrecen perspectivas de crecimiento atractivas. El éxito de largo plazo de nuestra estrategia conlleva riesgos significativos, incluso no ser capaces de generar el volumen de ventas adicional esperado y de reducir los gastos de administración y ventas; reducciones de precios por los competidores, dificultades en obtener descuentos adicionales de los proveedores por los montos esperados y dentro de los plazos necesarios; dificultades en ampliar las operaciones debido a escenarios económicos adversos; dificultades en encontrar empleados y atrasos en implementar nuestra estrategia. Cualquiera de estos factores podría afectarnos grave y negativamente.

Estamos sujetos a los riesgos que afectan a los centros comerciales que pueden afectarnos material y adversamente

La explotación de nuestros centros comerciales (que arriendan espacios a terceros) está sujeta a varios factores que afectan su desarrollo, administración y rentabilidad. Estos factores incluyen lo accesible y lo atractivo del lugar donde se ubica el centro comercial y del centro comercial mismo; el flujo de personas y el nivel de ventas de cada unidad de alquiler del centro comercial; la sobreoferta de espacios para minoristas o una disminución de la demanda por espacio minorista, lo que podría provocar menores precios de arriendo y menores ingresos; el aumento de la competencia de otros centros comerciales que nos obliguen a bajar nuestros precios y nuestras utilidades; nuestra incapacidad de cobrar las rentas de arrendamiento debido a quiebras, insolvencia de los inquilinos o por otro lado; la capacidad de nuestros arrendatarios de proporcionar un mantenimiento y seguros

adecuados; y variaciones en los niveles de ocupación de nuestros centros comerciales. Muchos de nuestros hipermercados, supermercados, tiendas por departamento y tiendas de mejoramiento del hogar se ubican en centros comerciales y por lo tanto una parte importante de nuestros ingresos está sujeta a factores que afectan a éstos y a otros centros comerciales. Asimismo, una contracción económica de los países o regiones en los que se ubican nuestros centros comerciales podría provocar la quiebra de nuestros arrendatarios y un descenso en las ventas de nuestros centros comerciales debido a una caída de los ingresos disponibles, lo que podría afectarnos negativamente.

Estamos sujetos al riesgo de que cambios en las tendencias de compras nos afecten gravemente

En los mercados desarrollados, los consumidores han empezado a expresar una preferencia por las tiendas pequeñas, en contra de las grandes superficies tradicionales. Esta tendencia en mercados tales como los Estados Unidos y el Reino Unido, se ha vuelto más evidente en el canal de los alimentos frescos y de los abarrotes. Por ello, minoristas de estos mercados tales como Walmart, Tesco y Target han respondido recurriendo a tiendas más pequeñas para impulsar el crecimiento, como un mecanismo para llegar a consumidores más urbanos y como motor para ampliar los ingresos. Esto ha significado el lanzamiento de nuevos formatos tales como Walmart Express, Tesco Express y Fresh and Easy Express en formatos de 1.400 metros cuadrados, distanciándose de las tradicionales grandes superficies de ventas de 10.000 metros cuadrados. A medida que nuestros mercados se han vuelto más saturados y desarrollados, hemos observado el comienzo de una tendencia similar en algunos de los países en los que operamos.

Actualmente estamos emprendiendo una estrategia que incluye todo tipo de formatos para llegar a una amplia gama de consumidores. Si esa tendencia que favorece a las pequeñas tiendas se materializara en los mercados en los que operamos, ello podría afectar gravemente nuestros resultados de las operaciones y situación financiera.

Nuestras actividades de desarrollo dependen de encontrar ubicaciones inmobiliarias atractivas a precios razonables

Una parte importante de nuestra estrategia de crecimiento depende de nuestra capacidad para desarrollar y abrir nuevas tiendas. Enfrentamos una intensa competencia de otros operadores minoristas y también de desarrolladores inmobiliarios al buscar nuevos emplazamientos para nuestras tiendas. Por consiguiente, podemos no ser capaces de encontrar emplazamientos atractivos para nuestros inmuebles a precios razonables que nos permitan mantener nuestro crecimiento, lo que podría tener un efecto grave para nosotros.

Estamos sujetos a los riesgos asociados con la urbanización y construcción

El desarrollo, la renovación y construcción de nuestros hipermercados, supermercados, tiendas por departamentos, tiendas de mejoramiento del hogar y centros comerciales conlleva ciertos riesgos tales como no prever correctamente los costos de construcción, menores tasas de ocupación y arriendo de la esperada en proyectos recién terminados, la no obtención de financiamiento bajo condiciones favorables, atrasos en la construcción y arrendamiento inicial y la no obtención de los permisos y autorizaciones necesarios de urbanización, uso de terreno, construcción, ocupación y otros permisos y autorizaciones requeridos.

Nuestras actividades de desarrollo dependen de nuestra capacidad para obtener y mantener autorizaciones de urbanización, medioambientales y de uso de suelo y otras aprobaciones gubernamentales que podríamos no obtener

Nuestras actividades están sujetas a leyes nacionales, federales, estatales y municipales y a normas, autorizaciones y licencias requeridas respecto de la construcción, urbanización, uso del suelo, protección ambiental y herencia histórica, de protección del consumidor y otros requisitos en Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia, todas las cuales afectan nuestra capacidad para adquirir terrenos, desarrollar y construir proyectos y negociar con clientes. En caso de incumplimiento de esas leyes, reglamentos, licencias y autorizaciones, podemos quedar afectos a multas, cierres de proyectos, anulaciones de licencias y revocaciones de autorizaciones.

Además, la reglamentación de temas relacionados con la protección del medioambiente no está tan bien desarrollada en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia como en los Estados Unidos y en algunos otros países. Por lo tanto, prevemos que en estos países se promulgue con el tiempo leyes y normas adicionales en materias ambientales. Si las autoridades públicas dictan normas nuevas y más estrictas o aplican o interpretan las leyes o los reglamentos existentes de manera más restrictiva, podemos vernos forzados a asumir gastos para cumplir con estas nuevas normas.

Nuestras operaciones de tarjetas de crédito y bancarias nos exponen a mayores riesgos crediticios y financieros que pueden tener un efecto negativo para nosotros

Aun cuando no son parte de nuestro negocio esencial, nuestras operaciones de tarjetas de crédito y financiamiento a los consumidores en Chile, Argentina, Perú, Colombia y Brasil son un segmento en crecimiento de nuestros negocios. Actualmente, asumimos todo el riesgo crediticio asociado con nuestras tarjetas de crédito en Argentina y Perú. En Brasil explotamos nuestra tarjeta de crédito asociándonos con el Banco Bradesco de Brasil, asumimos el 50% del riesgo crediticio asociado con nuestras tarjetas, incluyendo los incumplimientos de pago y las pérdidas y Banco Bradesco asume el riesgo restante. En Colombia actualmente nos asociamos con el Banco Colpatria de Colombia a través del cual asumimos el 50% del riesgo crediticio asociado con las tarjetas de crédito emitidas. En Chile estamos actualmente asociados con Scotiabank a través de la cual asumimos el 49% del riesgo de crédito asociado con las tarjetas de crédito emitidas.

Los resultados de nuestro negocio financiero en Chile, Brasil y Colombia para los años terminados el 31 de diciembre de 2016, 2015 y 2014 fueron incluidos en el segmento de Servicios Financieros.

Nuestro negocio de tarjetas de crédito y financiamiento de los consumidores puede verse gravemente afectado por la morosidad en las cuentas de tarjetas de crédito, incumplimiento de pago por titulares de tarjetas de créditos, extensos juicios para la cobranza de pagos, cuentas de dudosa cobranza o pérdidas de cuentas por cobrar. Además, los actuales niveles de morosidad, trámites de cobranza y pérdidas de efectos por cobrar pueden variar y pueden verse afectados por distintos factores, que incluyen entre otros:

- cambios negativos en las economías regionales;
- la aceptación de solicitantes con malos antecedentes de solvencia;
- la incapacidad de prever futuros castigos de deudas;
- cambios en el uso de tarjetas de crédito;
- la inestabilidad política;
- el aumento del desempleo; y
- la pérdida de valor de los salarios reales.

Estos y otros factores pueden tener un efecto negativo sobre las actuales tasas de morosidad, trámites de cobranza y pérdidas, uno o varios de los cuales podrían tener un efecto grave para nosotros. Especialmente, nuestro negocio de tarjetas de créditos ha crecido significativamente en los últimos años y en relación con ese crecimiento, también han crecido nuestras cuentas por cobrar de tarjetas de créditos vencidas. No podemos garantizar que no aumentarán nuestras actuales tasas de morosidad, y si estas aumentan ello tendría un efecto negativo grave para nosotros.

Además, para aumentar el volumen de nuestras ventas al detalle, uno de nuestros objetivos comerciales consiste en promover un mayor uso de nuestras tarjetas de créditos y otras actividades de financiamiento en Chile, Argentina, Perú, Colombia y Brasil. Por ello nuestra exposición al riesgo crediticio de nuestros titulares de tarjetas y clientes bancarios probablemente aumente en un futuro próximo. No podemos garantizar que cualquier ampliación de nuestras operaciones de tarjeta de crédito (incluyendo la asunción del riesgo de aprobación de cuentas y crediticio por nosotros) y nuestras otras operaciones de préstamos, tales como avances en efectivo y préstamos de consumo que ofrecemos a nuestros clientes de tarjetas de crédito, no menoscabaran el portafolio crediticio de nuestro

negocio de tarjetas de crédito y bancario en Chile, Argentina, Perú, Colombia y Brasil. Cualquiera de tales menoscabos tendría un efecto negativo para nosotros.

Nuestras actividades bancarias y de tarjetas de crédito dependen de nuestra capacidad para cumplir con las regulaciones gubernamentales actuales o futuras, así como nuestra capacidad para obtener y mantener las aprobaciones del gobierno

Nuestras operaciones de tarjetas de crédito y banca están sujetas a muchas normativas. Debemos cumplir con las leyes nacionales, estatales y municipales, y con los reglamentos, autorizaciones y permisos requeridos respecto de las actividades de tarjetas de crédito y banca. Invertimos en recursos financieros y administrativos para cumplir con estas leyes y los requisitos de permisos afines.

No cumplir con las leyes de tarjetas de créditos y bancarias y las exigencias de permisos afines podría dejarnos afectos a investigaciones, a acciones coercitivas, multas y sanciones. Por ejemplo, el 24 de abril de 2013, la Corte Suprema de Chile falló en el juicio colectivo entablado por el Servicio Nacional del Consumidor o “SERNAC”, una entidad gubernamental chilena, en favor del demandante y en este punto no cabe apelación alguna. En el fallo, la corte le ordenó a Cencosud Administradora de Tarjetas S.A., hoy CAT Administradora de Tarjetas S.A., (“CAT”) reembolsarle a ciertos titulares de tarjetas la comisión de mantenimiento mensual cobrada en exceso desde 2006 más reajustes por concepto de inflación e intereses. Hemos realizado todos los pagos requeridos durante el 2013 hasta el 2015 y no tenemos ninguna responsabilidad adicional en relación con este asunto después de nuestra venta de CAT en 2015.

Más recientemente, el “SERNAC” inició un proceso voluntario de mediación colectiva en relación con CAT respecto a un supuesto cambio en las políticas de comisiones de tarjetas de crédito, al que hemos sido invitados. Creemos que se ha cumplido con todos los requisitos legales y todos los términos del contrato, estamos colaborando activamente en el proceso para asegurar que nuestros clientes no se vean afectados y no esperamos ningún impacto material de este proceso de mediación.

Además, si las leyes y los reglamentos aplicables, o la interpretación o aplicación de los mismos se vuelve más estricto en el futuro, nuestros costos de capital o de operaciones podrían aumentar más allá de lo que actualmente está previsto y la obtención o renovación de permisos para nuestras actividades podría verse obstaculizada o incluso rechazada por las autoridades competentes. No podemos garantizar que las autoridades con potestad normativa no impondrán límites más restrictivos a las actividades de nuestras operaciones de tarjetas de crédito o bancarias a futuro que las que actualmente están vigentes. Cualquiera de tales cambios podría afectarnos materialmente.

Nuestro negocio minorista de venta de alimentos se abastece de productos frescos de productores locales y ciertas tiendas dependen en gran medida de las ventas de productos perecederos. Los cambios climáticos y las interrupciones en el suministro de productos pueden afectar su capacidad de vender estos productos, lo que puede tener un efecto adverso importante sobre nosotros.

Existen indicadores de un actual cambio climático en todo el mundo. Los cambios de las temperaturas y de los patrones de precipitaciones pueden afectar negativamente la capacidad de ciertas regiones de producir productos frescos tales como frutas y verduras frescas y productos lácteos.

Estamos muy enfocados en los productos perecibles. Las ventas de productos perecibles representaron aproximadamente el 37,9%, 38,4% y 35,8% del total de ventas en 2016, 2015 y 2014 respectivamente. Como compramos parte de nuestros productos frescos a productores locales, esos cambios climáticos podrían menoscabar o restringir nuestra posibilidad de adquirir esos productos afectando así nuestra capacidad de ofrecer todo el abanico de productos que ofrecemos normalmente. Cualquiera de tales interrupciones podría tener un efecto grave para nosotros.

Contamos con varios proveedores, así como proveedores para proporcionar y entregar nuestro inventario de productos de forma continua. Podríamos sufrir importantes pérdidas de inventario de productos perecederos en caso de pérdida de un importante proveedor o proveedor, interrupción de nuestra red de distribución, apagones prolongados, desastres naturales u otros eventos catastróficos. Por ejemplo, recientes reportes de carne brasileña contaminada han afectado a la cadena global de suministro de carne y perjudicaron la confianza del cliente en el producto en Brasil y en nuestros otros mercados que importan carne de Brasil, como Chile. A medida que más países suspendan las importaciones de carne de Brasil, se espera que el precio global de la carne de vacuno disponible aumente, lo que, junto con la percepción de los consumidores después del escándalo, podría afectar negativamente nuestras ventas en Brasil y Chile.

Hemos implementado ciertos sistemas para asegurar que nuestro pedido esté en línea con la demanda. Sin embargo, no podemos asegurarle que nuestros sistemas de pedidos siempre funcionarán de manera eficiente, en particular en relación con la apertura de nuevas tiendas, que no tienen, o tienen un limitado, historial de pedidos.

Si estuviéramos con exceso de inventario, podríamos sufrir pérdidas de inventario, lo que podría tener un efecto adverso material sobre nosotros.

Dependemos de personal clave

El desarrollo, funcionamiento y crecimiento nuestro y de nuestras filiales han dependido significativamente del esfuerzo y experiencia de nuestro directorio y alta gerencia. Si por cualquier motivo, incluso por jubilación, ya no dispusiéramos de los servicios de dichas personas, y no lográramos encontrar y mantener a reemplazantes adecuados para esas personas de manera oportuna, podría producirse un efecto negativo para nuestras operaciones.

Algunos de nuestros instrumentos de deuda imponen restricciones operativas y financieras importantes y en caso de un incumplimiento todos nuestros préstamos podrían inmediatamente vencer

Las condiciones de nuestro endeudamiento financiero imponen, y los términos de nuestras futuras deudas financieras pueden imponer, restricciones operativas y de otra índole significativas tanto a nosotros como a muchas de nuestras filiales. Los convenios que rigen nuestros créditos y emisiones de obligaciones corporativas contienen acuerdos restrictivos y exigen que cumplamos con cierta cantidad de acuerdos “de mantenimiento” de restricciones financieras, incluyendo índices de endeudamiento total sobre patrimonio, índices de activo líquido a pasivo total, razones de deuda financiera neta a patrimonio, así como niveles mínimos de activos totales y activos libres de gravamen.

Nuestra capacidad para cumplir con estos índices puede verse afectada por hechos fuera de nuestro control.

Estas restricciones y razones financieras podrían limitar nuestra capacidad de planificar o de reaccionar a condiciones de mercado, restringir de otra manera nuestras actividades o planes de negocios y podrían tener un efecto negativo grave para nosotros, incluyendo nuestra capacidad de financiar operaciones en curso o inversiones estratégicas o de dedicarnos a otras actividades comerciales.

Una porción importante de nuestra deuda financiera también está sujeta a disposiciones de incumplimiento recíproco. Nuestro incumplimiento de cualquiera de estos acuerdos restrictivos o nuestra incapacidad de cumplir con los índices de mantenimiento financiero provocaría un incumplimiento de otros instrumentos de deuda aplicables. De producirse cualquiera de tales incumplimientos, los acreedores pueden optar por declarar inmediatamente vencidos y pagaderos todos nuestros préstamos vigentes, junto con sus intereses devengados y otras comisiones. Si no podemos amortizar préstamos vigentes al vencimiento de estos, los acreedores estarán facultados para ejercer sus derechos y recursos en contra de nosotros y no podemos asegurar que nuestros activos serían suficientes para amortizar íntegramente nuestras obligaciones. Nuestra incapacidad de amortizar nuestras obligaciones podría tener un efecto grave para nosotros.

Una rebaja en nuestra calificación de solvencia podría afectar gravemente nuestras obligaciones en virtud de los compromisos crediticios existentes y líneas de crédito

Firmamos trece acuerdos de operaciones de derivados de cobertura con distintas instituciones financieras internacionales y locales. Cada acuerdo de apoyo crediticio establece obligaciones de garantía entre las contrapartes para mitigar el riesgo crediticio inherente a la operación. Si se rebaja nuestra calificación de solvencia, esto podría significar que tengamos que constituir garantías adicionales en relación con un "Margin Call" y que tengamos que pagar una garantía en efectivo u otra garantía elegible para cubrir el pasivo asumido en una determinada fecha de valoración. Al 31 de diciembre 2016, los montos nominales en derivados de cobertura con diferentes contrapartes alcanzaron aproximadamente USD\$ 2.500 millones.

Adicionalmente, algunos de nuestros créditos bancarios contienen una estructura de "rating grid". Bajo estas estructuras, los costos de nuestros créditos podrían ajustarse dependiendo de nuestra calificación de solvencia. Si una rebaja de nuestra calificación ocurre, podríamos ver un incremento en los costos de la deuda.

Una rebaja de nuestra calificación de solvencia podría afectar negativamente nuestro costo de y capacidad para acceder a capital

Nuestras calificaciones de solvencia son una parte importante de mantener nuestra liquidez. Cualquier rebaja en nuestra calificación crediticia podría potencialmente incrementar nuestros costos de endeudamiento o, dependiendo de la gravedad de la rebaja, restringir sustancialmente nuestro acceso a mercados de capital, exigirnos realizar pagos en efectivo o constituir garantías y permitir el término por contrapartes de ciertos contratos importantes.

Algunos factores que pueden afectar nuestra calificación de solvencia incluyen, entre otros, niveles de deuda, compras o ventas de activos planeadas, y oportunidades de crecimiento de corto y largo plazo. Factores tales como la liquidez, la calidad del activo, la estructura de costos, mix de productos y otros también son tomados en consideración por las agencias calificadoras. Una rebaja de la calificación podría afectar negativamente nuestra capacidad de acceder a mercados de deuda a futuro, aumentar el costo de futuras deudas y potencialmente obligarnos a abrir cartas de créditos para ciertas obligaciones.

Tenemos un pasivo financiero significativo vigente con instrumentos que vencen cada año

Como parte de nuestra estrategia financiera, financiamos nuestros activos combinando capital y deuda. Nuestro portafolio de pasivos financieros tiene vencimientos y amortizaciones cada año. Como dedicamos una parte importante de nuestro flujo de caja libre a financiar nuestros gastos de capital, debemos refinanciar estas obligaciones y por ello enfrentamos riesgos de refinanciamiento, sobretodo en tiempos de restricciones de liquidez en los mercados financieros.

Además, nuestro principal mercado para obtener financiamiento es Chile, incluyendo tanto el mercado de capitales de deuda como los bancos locales. Como estamos entre las empresas más grandes de Chile y entre los emisores locales más importantes, nos hemos convertido en una de las mayores inversiones (en términos de cartera de valores y deudas) en los portafolios de los inversionistas institucionales locales, lo que eventualmente podría limitar nuestra capacidad de otras emisiones en el mercado local.

Aunque creemos que tenemos una estrategia financiera sólida y que hemos estructurado nuestros vencimientos y amortizaciones de una manera que reduce las necesidades de refinanciamiento en un único año, no podemos garantizar que lograremos obtener financiamiento en el futuro para cumplir con nuestras obligaciones financieras. Si no logramos obtener ese financiamiento, necesitaremos reducir nuestros gastos de capital para dedicar una mayor parte de nuestro flujo de fondos libres a cubrir nuestras obligaciones financieras, reduciendo así nuestras posibilidades de crecimiento, y posiblemente enfrentar un eventual incumplimiento de nuestras obligaciones financieras.

De producirse cualquier incumplimiento de ese tipo, los acreedores podrán optar por declarar inmediatamente vencidos y pagaderos todos los préstamos vigentes, junto con todos los intereses devengados y otras comisiones. Si somos incapaces de amortizar nuestros préstamos vigentes al vencimiento de estos, los acreedores estarán facultados para ejercer sus derechos y recursos en contra de nosotros y no podemos asegurar que nuestros activos serían suficientes para amortizar íntegramente nuestras obligaciones. Nuestra incapacidad de amortizar nuestras obligaciones podría tener un efecto negativo grave para nosotros.

Estamos sujetos a riesgos asociados a las inversiones inmobiliarias

Nuestras inversiones inmobiliarias están sujetas a los riesgos comunes que afectan a propiedades comerciales y residenciales en general, muchos de los cuales escapan a nuestro control.

Por ejemplo, la rentabilidad de inversiones de capital en bienes raíces depende del nivel de ingresos por concepto de ventas o arriendos generados y gastos asumidos. Además, nuestra capacidad de generar suficientes ingresos de nuestras propiedades para atender el servicio de nuestras deudas y cubrir otros gastos puede verse gravemente afectada por los siguientes factores entre otros, algunos de cuales escapan a nuestro control:

- cambios desfavorables en el clima económico nacional, regional y local;
- cambios en las tasas de interés y disponibilidad de financiamiento;
- disturbios civiles, terremotos y otros desastres naturales o actos terroristas o actos bélicos que pueden provocar pérdidas no aseguradas o subaseguradas;
- cambios de nuestra capacidad o de la capacidad de nuestros arrendatarios de proporcionar un mantenimiento y seguro adecuados, lo que podría reducir la vida útil y los ingresos de la propiedad;
- reformas legales y normas gubernamentales (tales como aquellas que rigen los impuestos al uso, de zonificación y las contribuciones de bienes raíces).
- un exceso de oferta de espacio para comercios minoristas o una reducción de la demanda por espacio para comercios minoristas, lo que podría provocar menores precios de arriendos y menores ingresos para nosotros;
- una mayor competencia de otros operadores inmobiliarios lo que podría hacer caer nuestros precios y utilidades;
- mayores costos de explotación debido a la inflación u otros factores tales como gastos

de seguros, servicios canalizados, contribuciones de bienes raíces, impuestos estatales y locales y mayores gastos de seguridad y limpieza;

- la imposibilidad de cobrar los arriendos por quiebra o insolvencia de los arrendatarios u otro motivo;
- la necesidad de renovar, reparar y liberar espacios periódicamente, y los mayores costos de ello;
- la imposibilidad de revisar los términos comerciales de nuestros contratos de arriendo para dar cuenta de altos índices inflacionarios o de fluctuaciones cambiarias en mercados donde nuestros arriendos se basan en la moneda nominal local o en moneda extranjera;
- la quiebra de arrendatarios y la caída de las ventas en el centro comercial debido a un menor ingreso disponible;
- el ejercicio por nuestros arrendatarios de su derecho legal de ponerle término anticipado a sus arriendos; y
- la imposibilidad de encontrar nuevos arrendatarios cuando los arriendos de nuestras propiedades venzan o terminen anticipadamente.

Cualquier combinación de los factores antes enumerados podría disminuir significativamente los ingresos que percibimos por nuestras inversiones inmobiliarias, lo que a su vez podría tener un efecto negativo grave para nosotros.

Los trámites de desalojo en Chile, Argentina, Colombia y el Perú son difíciles y toman mucho tiempo, y por lo tanto podríamos no ser capaces de destituir arrendatarios incumplidores de nuestros centros comerciales

En nuestro negocio de los centros comerciales, mantenemos varios arriendos comerciales con terceros arrendatarios.

Aun cuando las leyes chilenas, argentinas y peruanas permiten un juicio abreviado para cobrar rentas impagas y un procedimiento especial para expulsar a los inquilinos, los juicios de desalojo en estos países son difíciles y demoran mucho tiempo. Un juicio de desalojo en general demora entre seis meses y dos años desde la fecha en que se entable el juicio hasta la fecha del desalojo real, dado que la sobrecarga de trabajo de los tribunales y los numerosos procedimientos requeridos generalmente han demorado los esfuerzos de los arrendadores, incluyendo los nuestros, para desalojar arrendatarios. Históricamente, la morosidad en el pago del canon de arrendamiento de nuestras oficinas ha sido bajo, y generalmente hemos tratado de negociar el término de contratos de arriendo con arrendatarios incumplidores después de los primeros meses de no pago para evitar juicios.

No podemos asegurarles, sin embargo, que las tasas de morosidad en el futuro no aumentarán significativamente o que nuestras negociaciones con los arrendatarios resultarán tan exitosas como lo han sido en el pasado, lo que podría afectarnos negativamente.

Cualquier interrupción en las operaciones de nuestros centros de distribución puede afectarnos grave y negativamente

Una parte importante de los productos que vendemos en nuestras tiendas se distribuyen a través de nuestros centros de distribución.

Si cualquiera de estos centros de distribución sufriera una interrupción de sus operaciones, podemos no ser capaces de distribuir eficientemente los productos que vendemos, lo que puede afectarnos gravemente. Además, nuestra estrategia de crecimiento contempla la apertura de nuevas tiendas en los países en los que operamos, lo que puede requerir un aumento de la capacidad de nuestros centros de distribución, su reorganización y la creación de nuevos centros de distribución. Si no lográramos ubicar propiedades adecuadas para nuevas construcciones y no lográramos integrar efectivamente nuevos centros de distribución o ampliar los existentes, podemos no ser capaces de entregar oportunamente mercadería a nuestras tiendas, pudiendo afectarnos negativamente.

Un aumento de los aranceles y los controles de las exportaciones o importaciones puede tener un efecto negativo grave para nosotros

Nuestro futuro éxito depende de nuestra capacidad para escoger y comprar mercaderías de calidad a precios atractivos. Si bien históricamente hemos sido capaces de ubicar y comprar mercaderías de calidad a buenos precios, esas mercaderías pueden ser objeto de impuestos a las importaciones más altos que los que se aplican actualmente.

Además, las política de comercio exterior, los aranceles y otras imposiciones y requisitos que afectan a las mercaderías importadas, que pueden depender del lugar de origen de los productos o de la naturaleza y especificaciones de estos, así como otros factores relacionados con el comercio exterior de los países en los que operamos están fuera de nuestro control y podrían provocar dificultades para obtener mercaderías de calidad y de bajo costo de estos países y, por lo tanto, podrían afectarnos grave y negativamente.

Las relaciones laborales pueden tener un efecto negativo grave para nosotros

Al 31 de diciembre de 2016, aproximadamente 43,2% de nuestros empleados estaban sindicalizados en virtud de distintos convenios de negociación colectiva.

Aunque actualmente tenemos buenas relaciones con nuestros empleados y sus sindicatos, hemos tenido huelgas laborales en el pasado y no podemos asegurarles que las relaciones laborales seguirán positivas y que un eventual deterioro de las relaciones laborales no tendrá un efecto negativo grave para nosotros.

Podríamos vernos perjudicados por una falla o interrupción de nuestros sistemas de tecnologías de información o administrativos

Dependemos de nuestros sistemas informáticos y administrativos para administrar de manera eficiente nuestros datos comerciales, las comunicaciones, la cadena de abastecimiento, los precios, los ingresos de pedidos y cumplimiento de los mismos y otros procesos comerciales. Utilizamos distintas plataformas informáticas de clase mundial en nuestros segmentos de servicios minoristas y financieros en todos los países en los que operamos. No obstante, hasta los sistemas tecnológicos más avanzados están sujetos a defectos, interrupciones y fallas. Si nuestros sistemas informáticos o administrativos no funcionan como lo esperamos, podrían interrumpir nuestros negocios y provocar errores en las operaciones e ineficiencias en el procesamiento y la pérdida de ventas y clientes, lo que a su vez podría provocar una caída de los ingresos, mayores gastos fijos y niveles demasiado altos de existencias o existencias agotadas lo que podría afectarnos negativamente.

Además, nuestros sistemas informáticos y administrativos pueden ser vulnerables a daños o interrupciones debidos a circunstancias que escapan a nuestro control, incluyendo incendios, desastres naturales, fallas de sistema, virus y violaciones de la seguridad, incluyendo violaciones de nuestros sistemas de procesamiento de las operaciones u otros sistemas que pudieran comprometer la confidencialidad de datos de clientes. Cualquiera de tales daños o interrupciones podría tener un efecto grave para nosotros, incluso exponernos a multas importantes, obligaciones de notificación de los clientes o costosos litigios, dañando nuestra reputación ante nuestros clientes o exigiéndonos invertir una cantidad de tiempo significativa y asumir gastos importantes desarrollando, manteniendo o mejorando nuestros sistemas informáticos o administrativos, o impidiéndonos pagar a nuestros proveedores o empleados, recibir pagos de nuestros clientes o prestar otros servicios informáticos o administrativos oportunamente.

Aunque todos nuestros centros de distribución tienen un enlace de red de respaldo, fuente de alimentación ininterrumpida y sistemas de energía de emergencia, no podemos garantizar que nuestros sistemas y procedimientos actuales de respaldo funcionarán satisfactoriamente en caso de una emergencia regional. Cualquier falla sustancial de nuestros sistemas de respaldo para responder de manera efectiva u oportuna podría tener un efecto material y adverso sobre nosotros.

Si se viola la seguridad de los datos y se divulga información confidencial de clientes podemos vernos sujetos a multas y a una publicidad negativa que podría afectar nuestra relación con los clientes y afectarnos gravemente

Nosotros y nuestros clientes podríamos vernos perjudicados si terceros, por alguna falla de nuestros sistemas de seguridad, acceden a información de los clientes. La recopilación de datos y el procesamiento de las operaciones nos exigen recibir y almacenar una gran cantidad de información personalmente identificable.

Este tipo de datos están sujetos a leyes y reglamentos en distintas jurisdicciones. Recientemente, la violación de la seguridad de datos experimentada por empresas e instituciones bien conocidas ha llamado la atención de una gran cantidad de medios, urgiendo propuestas legislativas tanto estatales como federales en los Estados Unidos para abordar la privacidad y la seguridad de los datos. Si los países en los que operamos adoptan proyectos similares, podríamos tener que cumplir con mayores requisitos para proteger la información de los clientes que procesamos para la compra de nuestros productos.

Podemos quedar expuestos a posibles responsabilidades civiles por los datos que recopilamos, manejamos y procesamos, debiendo asumir costos legales si nuestras políticas y sistemas de seguridad de la información no son efectivos o si debemos defender nuestros métodos de recopilación, procesamiento y almacenamiento de datos personales. Investigaciones futuras, juicios o publicidad negativa respecto de nuestros métodos para manejar los datos personales podrían tener un efecto grave para nuestros negocios, los resultados de nuestras operaciones, nuestra situación financiera y flujos de fondos debido a los costos y a la reacción negativa del mercado respecto de estos hechos.

Desastres naturales podrían afectar nuestro negocio y resultados de operación. En particular Chile, Argentina, Perú y Colombia están ubicados en una región sísmica

Estamos expuestos a los desastres naturales en los países en los que operamos, como terremotos, erupciones volcánicas, inundaciones, tormentas tropicales y huracanes.

En el caso de un desastre natural, los planes de recuperación de esos desastres pueden resultar ineficaces, lo que podría tener un efecto adverso significativo sobre nuestra capacidad para llevar a cabo nuestro negocio, sobre todo si tal ocurrencia afecta computadoras de procesamiento de datos, transmisión, almacenamiento y recuperación de sistemas o destruye información de los clientes u otros datos u otros datos relevantes.

Además, si un número significativo de nuestros empleados y altos directivos no están disponibles debido a un desastre natural, nuestra capacidad para llevar a cabo nuestro negocio podría verse comprometida. Desastres naturales o eventos similares también podrían dar lugar a una volatilidad sustancial en nuestros resultados para cualquier trimestre o año fiscal.

Perú, en particular, está expuesto a inundaciones y deslizamientos de tierra como consecuencia de las fuertes lluvias asociadas al fenómeno de El Niño. El primer trimestre de 2017 hizo que Perú presenciara inusualmente fuertes lluvias no observadas en casi 20 años, causando daños a la infraestructura del país, causando escasez de alimentos y agua y el despliegue de las fuerzas armadas para mantener el orden. Si bien el impacto económico de este desastre aún no ha sido cuantificado, esperamos que afectará negativamente el crecimiento

económico en Perú y los resultados de nuestras operaciones en Perú.

Chile, Argentina, Perú y Colombia están propensos a terremotos debido a su proximidad de las principales fallas geográficas. Un terremoto importante, tal como los que afectaron a Chile en el 2010 y 2015, podría tener consecuencias negativas significativas para nuestras operaciones y para la infraestructura general en Chile o cualquiera de los otros países antes mencionados, tales como caminos, vías férreas y accesos a los bienes. Aun cuando tenemos pólizas de seguro tipo para esta industria con cobertura para terremotos, no podemos asegurarles que un sismo futuro no tendría un efecto grave para nosotros.

Malestar económico y social en los países en los que operamos y las medidas que el gobierno pueda tomar para hacer frente a ellas puede afectar negativamente a la economía de la región y por lo tanto podría tener un efecto material adverso en nosotros

A pesar de la recuperación económica y la relativa estabilización desde principios de 2000, las tensiones sociales y políticas, y los altos niveles de pobreza y desempleo continúan a lo largo de América Latina.

Si el crecimiento se desacelera en los países en los que operamos, esto podría dar lugar a tensiones y protestas políticas fuertes, similares a las recientes huelgas agrícolas en Colombia y, el malestar social en Brasil y Argentina. Si estas situaciones se convirtieran en medidas generalizadas y las medidas gubernamentales para reducir la desigualdad fallaran, podríamos tener un efecto adverso en nuestro negocio.

El desarrollo de nuestras capacidades de venta por Internet está sujeto a la tecnología y otros riesgos

Actualmente estamos en el proceso de hacer mejoras significativas a nuestras capacidades de venta por Internet, con el objetivo de consolidar las ventas por Internet como parte de nuestro negocio. Sin embargo, nos enfrentamos a la competencia de los minoristas de Internet existentes, muchos de los cuales tienen más experiencia en la distribución a través de Internet. Por otra parte, podemos experimentar interrupciones y retrasos que podrían hacer que nuestros sitios web y servicios disponibles o sean lentos para responder y nos impidan cumplir con pedidos de manera eficiente, lo que puede reducir nuestras ventas y el atractivo de nuestros productos.

El costo de mejorar nuestros sistemas y la infraestructura de red, y tomar otras medidas para mejorar la eficiencia de nuestros sistemas de venta al por menor de Internet, puede ser considerable, y este tipo de iniciativas puede desviar el tiempo y la atención de la administración.

Nuestros sistemas y operaciones informáticas y de comunicaciones podrían resultar dañados o interrumpidos por incendios, inundaciones, pérdida de energía, fallas de telecomunicaciones, terremotos, actos de guerra o terrorismo, desastres naturales, los virus informáticos, robos físicos o electrónicos, y eventos similares o interrupciones. Cualquiera de estos eventos podría causar la interrupción del sistema, el retraso, pérdida de datos importantes, y podrían impedir la aceptación y cumplimiento de pedidos de los clientes, lo que podría hacer que nuestra oferta de productos menos atractivos y nos sujete a responsabilidad. Cualquiera de estos eventos podría dañar nuestra

reputación, y, en consecuencia, pueden tener un efecto adverso en nuestras ventas y resultados de operación.

La reforma tributaria en Chile, aprobada en septiembre de 2014, introdujo cambios que entrarán en vigor en los próximos años y que podrían incrementar nuestros costos de operación y cumplimiento.

La tasa del impuesto corporativo en Chile ha aumentado gradualmente luego de la reforma tributaria. La tasa será de 25,5% para 2017 y 27% para 2018. Los efectos de esta reforma tributaria pueden incrementar nuestros costos de operación y cumplimiento, lo que podría afectar negativamente nuestros resultados financieros y nuestra capacidad para hacer crecer nuestro negocio.

La Ley de Reforma Tributaria fue modificada en febrero de 2016, pero los principales cambios e impactos de la reforma se mantuvieron.

Las devaluaciones de monedas y las fluctuaciones de tipo de cambio tuvieron y pueden tener un efecto adverso importante sobre nosotros

El peso chileno, el peso argentino, el real brasileño y el peso colombiano han estado sujetos a grandes devaluaciones y apreciaciones en el pasado y podrían estar sujetos a fluctuaciones significativas en el futuro. El principal motor de la volatilidad del tipo de cambio en los últimos años fue la devaluación significativa en otros países latinoamericanos, así como la incertidumbre general y los desequilibrios comerciales en los mercados globales. Más recientemente, la principal causa de la volatilidad cambiaria ha sido la sustancial depreciación de las monedas latinoamericanas, incluyendo el peso chileno, el peso argentino, el real brasileño, el sol peruano y el peso colombiano frente al dólar estadounidense.

El valor del peso chileno frente al dólar estadounidense puede seguir fluctuando significativamente en el futuro, como puede ser el mismo caso para el real brasileño y el peso colombiano.

Históricamente, una porción significativa de nuestro endeudamiento ha sido denominada en dólares estadounidenses, mientras que una parte sustancial de nuestros ingresos y gastos operativos ha sido denominada en pesos chilenos. Además, en febrero de 2015, la empresa accedió a los mercados internacionales de deuda a través de una emisión de bonos de doble tramo. Esta nueva emisión aumentó significativamente la exposición de Cencosud al dólar estadounidense.

Si el valor del peso chileno disminuye frente al dólar, necesitaremos más pesos chilenos para pagar la misma cantidad de deuda denominada en dólares. Como resultado, las fluctuaciones en el peso chileno frente al dólar estadounidense pueden afectarnos.

Al 31 de diciembre de 2016, después de contratos de intercambio de divisas y contratos de cambio a plazo que cubren totalmente la variación entre el peso chileno y el dólar estadounidense, 17% de nuestra deuda financiera neta (deudas y bonos bancarios) estaba denominada en dólares estadounidenses. El resto de nuestra deuda con intereses es principalmente denominada en UF o en pesos chilenos y, por lo tanto, no está sujeta al riesgo de tipo de cambio. No podemos asegurarle que nuestras políticas de cobertura evitarán pérdidas futuras relacionadas con las variaciones del tipo de cambio.

Cualquier devaluación significativa de la moneda o fluctuación cambiaria en el futuro puede afectar adversamente el desempeño de la economía chilena y tener un efecto adverso material sobre nosotros.

Los acontecimientos significativos derivados de las recientes elecciones presidenciales en los Estados Unidos podrían tener un efecto adverso importante para nosotros.

El 8 de noviembre de 2016, el Sr. Donald J. Trump fue elegido presidente de los Estados Unidos y asumió el cargo el 20 de enero de 2017. Como candidato, el presidente electo Trump expresó su antipatía hacia los acuerdos comerciales existentes y propusieron mayores restricciones Sobre el libre comercio en general y aumentos significativos de los aranceles sobre las mercancías importadas a los Estados Unidos.

Los cambios en las condiciones sociales, políticas, reglamentarias y económicas de los Estados Unidos, así como en las leyes y políticas que rigen el comercio exterior, la manufactura, el desarrollo y la inversión en los países en los que operamos, podrían afectar negativamente al crecimiento económico de esos países y, en consecuencia podría tener un efecto adverso sobre nuestro negocio.

Riesgos Relacionados con Chile

Nuestro crecimiento y nuestra rentabilidad dependen del nivel de la actividad económica en Chile y otros mercados

42,0%, 37,6% y 36,3% de nuestros ingresos ordinarios durante los ejercicios cerrados el 31 de diciembre de 2016, 2015 y 2014, respectivamente, provienen de nuestros ingresos obtenidos en Chile. Por lo tanto, nuestros resultados de operaciones y nuestra situación financiera dependen en gran medida del nivel de la actividad económica en Chile.

La economía chilena se ha visto influenciada en distintos grados por la situación económica de otros países de mercados emergentes.

No podemos garantizarles que la economía chilena siga creciendo a futuro o que futuros hechos en o que afecten a la economía chilena, incluso otras consecuencias de las dificultades económicas de Brasil, Argentina y otros mercados emergentes no nos afectarán materialmente.

En condiciones económicas difíciles, los consumidores pueden tratar de reducir el gasto discrecional al renunciar a las compras de algunos de nuestros productos, eligiendo utilizar menos servicios de mayor margen u obtener productos y servicios bajo programas de bajo costo ofrecidos por los competidores. Si ocurriera alguno de estos eventos, podría tener un efecto adverso material sobre nosotros.

A pesar del reciente crecimiento de la economía chilena, no podemos garantizarles que la economía chilena seguirá creciendo a futuro, así como tampoco podemos asegurarles que hechos futuros en o que afecten a la economía chilena no

menoscabarán nuestra posibilidad de seguir con nuestro plan de negocios o no tendrán un efecto negativo material para nosotros.

Problemas económicos y políticos de otros países pueden afectar la economía chilena y por lo tanto nuestros negocios y los resultados de nuestras operaciones así como el valor comercial de nuestros valores

Los precios de los valores emitidos por las empresas chilenas son influenciados en distintos niveles por consideraciones económicas y comerciales de otros países.

No podemos asegurarles que futuros hechos en o que afecten a la economía chilena, incluso consecuencias de dificultades económicas en otros mercados, no nos afectarán gravemente.

También estamos directamente expuestos a los riesgos relacionados con la fragilidad e inestabilidad de la situación económica y la política en Asia, Estados Unidos, Europa, Brasil, Argentina y otros países. Si las condiciones económicas de esos países se deterioran, la economía chilena, sea como vecino o como socio comercial de estos países, también podría verse afectada y experimentar un menor crecimiento que en los últimos años con el posible efecto negativo para nuestros clientes y proveedores. Las crisis e incertidumbres políticas de otros países latinoamericanos también podrían afectar negativamente la economía chilena y, por lo tanto, los resultados de nuestras operaciones y el valor comercial de nuestros valores.

Chile también está involucrado en un litigio en la Corte Internacional de la Haya con su país vecino Bolivia respecto a sus actuales fronteras y derechos de agua del Río Silala.

No podemos garantizarles que crisis e incertidumbres políticas de otros países latinoamericanos no afectarán negativamente a la economía chilena y por lo tanto, los resultados de nuestras operaciones y el valor comercial de nuestros valores.

Las industrias chilenas de los supermercados y Tiendas por Departamentos muestran señales de saturación lo que podría menoscabar nuestra capacidad de aumentar nuestra rentabilidad en Chile

Creemos que en Santiago, la industria chilena de los supermercados muestra ciertas señales de saturación.

Debido a ello, las tiendas recién abiertas canibalizan las ventas de las tiendas existentes en cierta medida. Nuestras proyecciones de crecimiento en el sector minorista de la venta de alimentos en Chile dependerán en gran medida del futuro crecimiento del PIB chileno o de las adquisiciones de otras cadenas de supermercados, y no podemos garantizarles que cualquiera de los anteriores ocurra realmente. Por ello, no podemos asegurarles que a futuro logremos un real crecimiento de las ventas comparables en Chile. Creemos que la industria chilena de las tiendas por departamentos también muestra señales de saturación debido al crecimiento agresivo en los últimos años de los principales participantes en la industria.

Además, es cada vez más difícil encontrar buenas ubicaciones, especialmente para nuestras tiendas de grandes superficies. Muchos de los principales minoristas han inmovilizado propiedades claves en los centros comerciales y controlan grandes terrenos de construcción que han adquirido para

inversión de largo plazo y por lo tanto tenemos dificultades en encontrar lugares aceptables para abrir supermercados de medianos a grandes. Podemos ser vulnerables a la expansión de pequeños supermercados tales como minimarkets, los que pueden encontrar más fácilmente propiedades adecuadas.

La inflación y las medidas del gobierno para detener la inflación pueden afectar gravemente a la economía chilena y afectarnos gravemente a nosotros

Chile ha tenido altos niveles de inflación en el pasado comparado con el objetivo inflacionario del Banco Central del país, incluyendo alzas en el índice de precios al consumidor chileno de 4,6% en 2014, inflación de 4,4% en 2015 e inflación de 2,7% en 2016 según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de Chile.

Las medidas adoptadas por el Banco Central de Chile para controlar la inflación a menudo han incluido mantener una estricta política monetaria con altas tasas de interés, restringiendo así la disponibilidad de crédito y retardando el crecimiento económico. La inflación, las medidas para combatir la inflación y la especulación pública sobre posibles medidas adicionales también han contribuido significativamente a la incertidumbre económica en Chile y a aumentar la inestabilidad de su mercado de valores. Períodos de mayor inflación también pueden hacer disminuir la tasa de crecimiento de la economía chilena, lo que podría provocar una menor demanda por nuestros productos y servicios y menores ventas.

También es probable que la inflación aumente algunos de nuestros costos y gastos, dado que la mayoría de nuestros contratos de abastecimiento están denominados en unidades de fomentos o se reajustan según el índice de precios al consumidor chileno, y podemos no ser capaces de traspasar íntegramente cualquiera de tales aumentos a nuestros clientes, lo que podría afectarnos gravemente. Adicionalmente, al 31 de diciembre 2016, aproximadamente el 19% de nuestra deuda vigente estaba denominada en UF. Por ello, fuertes aumentos de la inflación podrían afectar la economía chilena y podrían tener un efecto negativo grave para nosotros.

Chile tiene normas contables y de información de las sociedades distintas de aquellas que les son conocidas en los Estados Unidos. Los requisitos de entrega de información financiera y de valores en Chile difieren en ciertos aspectos significativos de los que se exigen en los Estados Unidos. También existen diferencias importantes entre las IFRS y los U.S. GAAP.

Por lo tanto, la información sobre Cencosud S.A. de la que ustedes podrán disponer no será la misma que la información de la que dispongan los titulares de acciones emitidas por una empresa estadounidense. Además, la Ley de Mercado de Valores chilena que rige a las sociedades abiertas o a las sociedades cuyas acciones se transan en la bolsa, como nosotros, impone requisitos información más limitados que los existen en los Estados Unidos en ciertos aspectos importantes. Además, aun cuando la legislación chilena impone restricciones a las operaciones, a la especulación aprovechando información privilegiada y manipulación de precios, las leyes chilenas aplicables son distintas a las que

existen en los Estados Unidos, y los mercados de valores chilenos no están tan normados y supervisados como los mercados de valores de los Estados Unidos.

Chile tiene normas de divulgación y contabilidad corporativas diferentes a las que puede estar familiarizado con los Estados Unidos.

Los informes financieros y los requerimientos de divulgación de valores en Chile difieren en ciertos aspectos significativamente de los requerimientos en Estados Unidos.

También hay diferencias significativas entre las NIIF y los US GAAP. Por lo tanto, la información sobre Cencosud S.A. disponible para usted no será la misma que la información disponible para los tenedores de acciones emitidas por una empresa estadounidense. Adicionalmente, la Ley del Mercado de Valores chilena, que rige a las sociedades anónimas, como nosotros, impone requisitos de divulgación que son más limitados que los de los Estados Unidos en ciertos aspectos importantes. Además, aunque la legislación chilena impone restricciones a las operaciones con información privilegiada y la manipulación de precios, las leyes chilenas aplicables son diferentes de las de los Estados Unidos y los mercados chilenos de valores no están tan regulados y supervisados como los mercados de valores de los Estados Unidos.

Las posibles modificaciones resultantes de una ley de reforma laboral propuesta en Chile pueden tener un efecto adverso en nuestras operaciones y resultados financieros

El 29 de diciembre de 2014, la rama ejecutiva del gobierno Chileno, liderado por la Presidenta Michelle Bachelet, firmó una ley de reforma laboral que fue enviada al Congreso Chileno para su trámite y aprobación parlamentaria. A la luz de la rama ejecutiva del gobierno, que tiene un apoyo mayoritario de Chile en las dos cámaras del Congreso de Chile, esperamos que el proyecto de ley sea aprobado en su redacción o bajo alguna forma modificada tras el debate del proyecto de ley en ambas cámaras.

Una versión revisada del proyecto de ley ha sido aprobada por el Senado, pero puede enfrentar desafíos constitucionales y debe conciliarse con la versión del proyecto de ley que fue aprobada en la Cámara Baja. Esta reforma laboral fue promulgada el 29 de agosto de 2016.

Dentro de las principales modificaciones, incluimos lo siguiente:

- Ampliación de la cobertura de la negociación colectiva de los trabajadores que trabajan en una obra o trabajo transitorio y, en una empresa, aquellos sujetos a un contrato de aprendizaje.
- Ampliación de las materias para negociar colectivamente, incluyendo todos los asuntos de interés común de las partes.
- Si existe un instrumento colectivo vigente, las disposiciones contenidas en él constituirán la base de las negociaciones entre los trabajadores y los empleadores. En ausencia de este instrumento, la respuesta del empleador constituirá la base de la negociación, que no podrá tener beneficios inferiores a los que se han otorgado regularmente a los trabajadores del sindicato.

- La modificación de la ley otorga autonomía a las empresas y organizaciones sindicales que acuerdan condiciones de trabajo especiales, como la distribución de horas de trabajo semanales y el caso de los trabajadores con responsabilidades familiares
- Regula el derecho a la información de las organizaciones sindicales, en cuanto a las condiciones financieras de la empresa y las remuneraciones de los trabajadores en puestos ejecutivos.
- Se reconoce la huelga efectiva, prohibiendo el reemplazo de los trabajadores en huelga como derecho de ejercicio colectivo.
- Garantizar la representación de las mujeres en los directorios de los sindicatos, cuyo cuerpo directivo debe estar integrado por un número de directoras no inferior al 30% del directorio.
- Creación del Consejo Superior del Trabajo, cuyas regulaciones establecerán mecanismos para asegurar que al menos un tercio de sus miembros sean mujeres.
- Reconocimiento de los sindicatos inter-empresariales. Para las micro y pequeñas empresas, será voluntario negociar con este tipo de sindicatos.

Durante el año 2016, la negociación colectiva con los sindicatos resultó en hasta 30 procesos que involucraron más del 35% de nuestro total de empleados en Chile. Durante este período no se registraron huelgas. A partir de abril de 2017, comenzará la implementación de la reforma laboral, aumentando el poder de negociación de los sindicatos, lo que podría resultar en un aumento de los costos laborales o una mayor probabilidad de interrupciones en nuestras operaciones, lo que podría tener un efecto adverso en nuestras operaciones.

Riesgos Relacionados con Argentina

Del 1 de abril de 1991 hasta finales de 2001, la Ley de Convertibilidad N° 23.928 y Decreto Reglamentario N° 529/91 (en conjunto, "Ley de Convertibilidad") estableció un tipo de cambio fijo en que el Banco Central de Argentina estaba obligado a vender dólares a una tasa fija de un peso argentino por dólar. El 6 de enero de 2002, el Congreso argentino promulgó la Ley de Emergencia, que suspendió algunas disposiciones de la Ley de Convertibilidad, incluyendo el tipo de cambio fijo de ARS 1,00 a USD 1,00, y le concedió a la rama ejecutiva del gobierno argentino el poder de fijar el tipo de cambio entre el peso argentino y las divisas extranjeras, para emitir reglamentos relacionados con el mercado de divisas. Después de un breve período durante el cual el gobierno argentino estableció un sistema de tipo de cambio dual temporal, de conformidad con la Ley de Emergencia Pública, el peso argentino ha estado sujeto a libre flotación frente a otras monedas desde febrero de 2002. En los últimos años, el gobierno argentino ha mantenido una política de intervención en los mercados de divisas, la realización de transacciones periódicas para la compra y venta de dólares estadounidenses. Esta tendencia ha cambiado con la actual administración, que muestra una orientación más favorable al mercado.

En diciembre de 2015, el Banco Central volvió a una política de tipo de cambio libre con intervenciones diseñadas para mejorar el funcionamiento del mercado de divisas. Sin embargo, inmediatamente después de que una parte significativa de los controles de divisas fueran levantados, el peso se devaluó en aproximadamente 40%. El tipo de cambio del dólar alcanzó ARS. 13,76 a US \$ 1,00 el 17 de diciembre de 2015.

El peso desde entonces ha flotado libremente con limitada intervención del Banco Central y el tipo de cambio nominal experimentó variaciones moderadas. Aunque las condiciones económicas generales en Argentina se han recuperado significativamente después de la crisis de 2002, existe incertidumbre en cuanto a si este crecimiento es sostenible, especialmente teniendo en cuenta las tasas de crecimiento más bajas de los últimos años, y el déficit fiscal público actual. Esto debido principalmente a que el crecimiento económico dependió inicialmente de una importante devaluación del peso argentino y una alta capacidad de producción en exceso derivada de un largo período de profunda recesión, y se vio favorecido por los altos precios de las materias primas. La crisis económica mundial de 2008 ha dado lugar a una desaceleración brusca de la economía, acompañada de agitación política y social, presiones inflacionarias, la depreciación del peso argentino, falta de confianza de los consumidores y de los inversores. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Instituto Nacional de Estadísticas de Argentina y Censos, o "INDEC"), el producto interno bruto de Argentina, en términos reales, creció un 0,1% en 2009, 9,4% en 2010 y se estima que creció 8,5%, 0,9% y 2,9% en 2011, 2012 y 2013, respectivamente, mientras que la expansión de 2014 fue de 0,5%. En 2015, el PIB real aumentó un 2,4% en comparación con 2014. En marzo de 2017, el INDEC informó que el PIB real disminuyó un 2,3% durante el año 2016 en comparación con 2015. No podemos asegurar que el PIB aumentará o permanecerá estable en el futuro. El crecimiento económico en Argentina podría enfrentar desafíos relacionados con su balanza de pagos y los niveles de reservas. Tras los informes del FMI respecto a los datos elaborados por el INDEC en 2014 que, publicó

el IPCNu, un índice que mide los precios de las mercancías en todo el país en sustitución del índice anterior que sólo mide la inflación en la zona urbana de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El gobierno de Macri designó nuevas autoridades en el INDEC, para implementar los cambios metodológicos y ajustar las estadísticas sobre la base de estas reformas. En enero de 2016, las nuevas autoridades del INDEC anunciaron la suspensión de la metodología utilizada por la administración anterior y declaró el estado de emergencia estadística, a través del cual se suspendió la publicación de los índices de forma indefinida hasta que el INDEC sea capaz de calcular los datos oficiales precisos. Argentina ha llegado a un acuerdo con una parte significativa de los acreedores de su deuda externa discutida en los tribunales de Nueva York, la cual fue aprobada por el Congreso Argentino el 31 de marzo de 2016. El Congreso argentino aprobó la Ley de autorización de la deuda, con lo que se derogaron los obstáculos legislativos al acuerdo y se aprobó la propuesta de acuerdo con los acreedores retenidos. El 22 de abril de 2016, Argentina emitió US \$ 16.500 millones de nuevos títulos de deuda en los mercados internacionales de capital y aplicó US \$ 9.300 millones de los ingresos netos para satisfacer los pagos de liquidación de acuerdos con tenedores de aproximadamente US \$ 4.2 mil millones. Tras la confirmación de que se habían cumplido las condiciones establecidas en su orden de 2 de marzo de 2016, el tribunal de Nueva York, el 22 de abril de 2016, ordenó la "vacatur" (anulación) de todos los requerimientos pari passu ("en igualdad de condiciones"). A partir de enero de 2017, se han firmado acuerdos, en principio con titulares de aproximadamente el 83% del monto principal de deuda sin cobrar (pendiente de pago al 31 de diciembre de 2015).

El impacto que las medidas adoptadas por la nueva administración tendrán sobre la economía argentina en su conjunto y el sector financiero, en particular, no se puede predecir.

Además, existe incertidumbre en cuanto a qué medidas anunciadas durante la campaña electoral se llevarán a cabo por la administración de Macri y cuándo. En particular, no podemos predecir cómo el gobierno de Macri abordará ciertas cuestiones políticas y económicas que fueron fundamentales durante la campaña electoral, tales como la financiación de los gastos públicos, subsidios de servicios públicos y las reformas fiscales, o el impacto que tales medidas tendrán sobre la economía argentina en su conjunto. Además, en las últimas elecciones, los partidos políticos de oposición a la administración Macri conservaron la mayoría de los escaños en el Congreso Argentino, lo que requerirá que la administración de Macri busque el apoyo político de la oposición para sus propuestas económicas. Esto crea más incertidumbre en la capacidad de la administración de Macri para aprobar cualquier medida. La incapacidad de la administración de Macri para poner en práctica las medidas proyectadas como resultado de la falta de apoyo político puede afectar negativamente a la economía argentina y la situación financiera y, como consecuencia, nuestra situación financiera.

Cambios en las cifras estadísticas publicadas por el INDEC

En enero de 2007, el INDEC modificó la metodología que usaba para calcular el índice de precios al consumidor. Al mismo tiempo el gobierno argentino reemplazó a algunos de los integrantes claves del personal del INDEC, suscitando quejas de interferencia del gobierno por parte del personal técnico del INDEC.

Además, el FMI le pidió al gobierno que aclarara sus tasas de inflación. En junio de 2008, el INDEC publicó un nuevo índice de precios al consumidor que eliminó casi la mitad de los artículos incluidos en los estudios anteriores e introdujo ponderaciones ajustables para la fruta, verduras y vestuario, que tienen variaciones de costos estacionales.

El nuevo índice ha sido criticado por economistas e inversionistas después que su informe inicial señaló aumentos de precios muy por debajo de los esperados. Estos hechos han afectado la credibilidad del índice de precios al consumidor publicado por el INDEC, así como otro índice publicado por el INDEC que usa el índice de precios al consumidor en sus cálculos, incluyendo el índice de pobreza, el índice de desempleo y el PIB real. El 1º de febrero de 2013, la Argentina pasó a ser el primer país miembro del FMI censurado debido a dudas de que puede estar aminorando las cifras de inflación y del PIB informadas. El FMI le dio a la Argentina como último plazo el 29 de septiembre de 2013 para adoptar “medidas correctivas” para mejorar la exactitud de la información entregada. En enero de 2014, el gobierno argentino reveló un nuevo índice de inflación sobre la base de una nueva metodología de cálculo. En 2014 y 2015 el FMI reaccionó con cautela al índice, indicando que seguiría examinando el progreso realizados por la República de Argentina en la revisión de la inflación y las estadísticas del producto interno bruto hacia 2016. El gobierno de Macri reemplazó a las autoridades del INDEC. El nuevo Director del INDEC, Sr. Jorge Todesca, introdujo cambios sustanciales en los métodos del Instituto y, desde entonces se han producido estadísticas y datos más fiables. Durante los primeros seis meses de este período de reorganización, el INDEC publicó las cifras oficiales

del Índice de Precios al Consumidor ("IPC") publicadas por la Ciudad de Buenos Aires y la Provincia de San Luis como referencia.

El INDEC publicó ciertos datos revisados sobre el comercio exterior, la balanza de pagos y el PIB para los años 2011 a 2015 y el IPC para mayo, junio y julio de 2016, después de que se declarara el estado de emergencia administrativa el 8 de enero de 2016. En octubre de 2016, el INDEC informó que el PIB real disminuyó un 2,4% en los primeros nueve meses de 2016 comparado con el mismo período de 2015. El 15 de junio de 2016, el INDEC volvió a publicar tasas de inflación, reportando un aumento de 1,1% para septiembre de 2016, 2,4% para octubre de 2016, 1,6% para noviembre de 2016 y 1,2% para diciembre de 2016 utilizando su nueva metodología para calcular el IPC. Esperamos que el INDEC continúe en esta tendencia.

La intervención del gobierno argentino en la economía argentina ha disminuido, pero ciertas políticas del gobierno anterior continúan vigentes

El gobierno argentino ha fijado en el pasado ciertas condiciones y precios del mercado de la industria. En marzo de 2002, el Gobierno argentino fijó el precio de la leche tras un conflicto entre productores. Otras intervenciones del gobierno en la economía podrían tener un efecto adverso sobre los niveles de la inversión extranjera en la Argentina, el acceso de empresas argentinas a los mercados de capitales internacionales y las relaciones comerciales y diplomáticas entre Argentina y otros países, lo que a su vez podría tener un efecto negativo grave sobre la economía argentina y por lo tanto, sobre nuestros negocios, capacidad de financiamiento, resultados de las operaciones y situación financiera.

No podemos asegurarles que el gobierno argentino no interferirá en otras áreas de la industria minorista en la operamos fijando los precios o regulando otras condiciones de mercado.

Por lo tanto, no podemos asegurarles que los precios y otras condiciones de mercado que el gobierno argentino podría imponer nos permitirán negociar libremente los precios de nuestros productos, todo lo cual podría afectarnos gravemente.

Actualmente los controles de precios en la República Argentina se aplican bajo el programa "Precios Cuidados", un acuerdo entre el gobierno y los minoristas. Este programa refleja la canasta básica de productos para la población del país a partir de marzo de 2016, compuesto por más de 500 productos de supermercados y de la industria de mejoramiento del hogar. Recientemente, la Secretaría de Comercio (Secretaría de Comercio Interior) ha extendido la duración de este programa hasta mayo de 2017. Si estos programas fueran expandidos, podrían tener un efecto materialmente adverso en nosotros.

En diciembre de 2015, el Presidente Macri promulgó dos decretos en un esfuerzo por promover la entrada de divisas en Argentina y limitar los derechos de exportación (i) el Decreto 133/2015, que eliminó los impuestos a las exportaciones de trigo y maíz, Impuesto sobre las exportaciones de soja; y (ii) el Decreto 160/2015 eliminando casi todos los derechos sobre las exportaciones industriales. La administración de Macri también eliminó la restricción cambiaria a los pagos de importaciones.

Riesgo relacionado con el reciente aumento de tarifas de servicios públicos y de transporte podrían tener un efecto negativo sobre nuestras operaciones

Las Políticas Económicas aplicadas por la Administración de Macri pretenden reducir el déficit estatal mediante, entre otras cosas, elevar las tarifas y precios del transporte y de los servicios públicos. Estos aumentos habían sido impugnados en los tribunales debido a un aumento excesivo grado de aumento los cuales, en determinados casos, como las tarifas para el transporte público y los precios del gas y la electricidad, se propone aumentar en aproximadamente el 500%. Si bien se espera que estos aumentos se produzcan gradualmente, pueden resultar en una disminución en el consumo por parte de los consumidores y, en consecuencia, pueden tener un efecto adverso en nuestro negocio.

Riesgos Relacionados con Brasil

Las condiciones económicas y políticas brasileras y las percepciones de estas condiciones en los mercados internacionales tienen un efecto directo sobre nuestros negocios y nuestro acceso a capitales y los mercados de deuda internacionales lo que podría afectarnos gravemente

En los ejercicios cerrados el 31 de diciembre de 2014, 2015 y 2016, nuestras operaciones en Brasil representaron un 20,1%, 15,3% y 15,4% de nuestros ingresos ordinarios consolidados para esos períodos, respectivamente. Por lo tanto, nuestra situación financiera y resultados de operaciones dependen de las condiciones económicas vigentes en Brasil. La economía brasileras ha experimentado una inestabilidad importante en las últimas décadas, caracterizada por períodos de bajo crecimiento o crecimiento negativo, niveles de inflación altos y variables y la devaluación de la moneda, baja en la clasificación crediticia y altos niveles de desempleo. Brasil actualmente está pasando por una gran recesión. En 2015 y 2016, el valor del Real se apreció aproximadamente un 18,3% y se devaluó 49,8% respecto al dólar estadounidense, respectivamente. El producto interno bruto de Brasil, en términos reales creció 1,9% en 2012 y 3,0% en 2013 y 0,5% en 2014, disminuyó 3,8% en 2015 y -3,6% en 2016. No podemos garantizarle que el PIB seguirá creciendo o estable en el futuro. Acontecimientos en la economía brasileras pueden afectar las tasas de crecimiento de Brasil y, por lo tanto, el consumo de nuestros productos. Por lo tanto, estos hechos podrían afectarnos gravemente.

Históricamente, la situación política de Brasil ha influenciado el desempeño de la economía brasileras, y las crisis políticas han afectado la confianza de los

inversionistas y del público en general, lo que ha provocado una desaceleración económica y aumentando la volatilidad de los valores emitidos en el extranjero por empresas brasileñas.

Futuros acontecimientos en las políticas del gobierno brasileño y/o la incertidumbre de si y cuando pueden implementarse esas políticas y normas, todo lo cual está fuera de nuestro control, podrían tener un efecto negativo importante para nosotros.

En la actualidad, los mercados brasileños están experimentando una mayor volatilidad debido a las incertidumbres derivadas de la investigación Lava Jato que está llevando a cabo la Fiscalía Federal Brasileña y su impacto en la economía y el ambiente político brasileño. Miembros del gobierno federal brasileño y del Poder Legislativo, así como altos funcionarios de grandes empresas estatales, y empresas privadas, han enfrentado acusaciones de corrupción política, ya que supuestamente han aceptado sobornos mediante contratos adjudicados por el gobierno a varias empresas de infraestructura, petróleo y gas y construcción. Las ganancias de estos cohetes supuestamente financiaron las campañas políticas de los partidos políticos de la actual coalición del gobierno federal que fueron desaparecidas o no se revelaron públicamente y enriquecieron personalmente a los receptores de sobornos bajo este esquema. El resultado potencial de estas investigaciones es incierto, pero ya han tenido un impacto negativo en la imagen y reputación de las empresas implicadas y en la percepción general del mercado de la economía brasileña. Más recientemente, el presidente brasileño fue removido por el senado en relación con tales investigaciones.

Además, algunos estados en Brasil, en particular Río de Janeiro, han estado experimentando problemas financieros significativos. En junio de 2016, Río de Janeiro declaró un estado de "desastre financiero" para cambiar las prioridades presupuestarias mientras se mantenía en cumplimiento con las leyes fiscales de Brasil. Las condiciones económicas allí han seguido empeorando, con muchos funcionarios estatales que no reciben sus salarios. Esta turbulencia ha llevado a un aumento del desempleo, afectado el crecimiento del PIB, y afectado negativamente las condiciones económicas generales en Brasil.

La inestabilidad fiscal, investigaciones en curso sobre las denuncias de corrupción en las empresas controladas por el Estado y el escenario político inestable que ha frenado el ritmo del ajuste fiscal fueron factores que pudieron haber contribuido a la disminución de la confianza de los inversores y del público en general. Las crisis políticas y económicas a las que se enfrenta el país han contribuido a socavar la confianza de los consumidores y los inversores. El escenario político inestable también puede tener un impacto adverso en nuestro negocio, situación financiera, resultados de operaciones y el precio de mercado de nuestras acciones preferentes y ADSs.

Cambio en las leyes tributarias brasileñas podrían aumentar nuestra carga tributaria.

El gobierno brasileño con frecuencia implementa cambios en los regímenes impositivos que pueden afectar a nosotros y a nuestros clientes. Estos cambios incluyen cambios en las tasas impositivas vigentes y, ocasionalmente, promulgación de impuestos temporales, cuyo producto se destina a fines gubernamentales designados.

Algunos de estos cambios pueden resultar en aumentos en nuestros pagos de impuestos, que podrían afectar negativamente la rentabilidad de la industria y aumentar los precios de nuestros productos, restringir nuestra capacidad de hacer negocios en nuestros mercados existentes y de destino y tener un efecto adverso material sobre nosotros. No podemos asegurarle que podremos mantener nuestro flujo de caja y rentabilidad proyectados después de cualquier aumento en los impuestos brasileños aplicables a nosotros.

El gobierno brasileño ha ejercido y continúa ejerciendo una influencia significativa sobre la economía brasileña.

El gobierno brasileño frecuentemente interviene en la economía del país y ocasionalmente hace cambios significativos en las políticas y regulaciones. Las acciones del gobierno brasileño para controlar la inflación y otras políticas y regulaciones han involucrado, entre otras medidas, aumentos en las tasas de interés, cambios en las políticas fiscales, controles de precios, devaluaciones monetarias, controles de capital y límites a las exportaciones e importaciones. Podemos vernos afectados de manera importante y adversa por cambios en las políticas o reglamentos que afectan factores tales como:

- Tasas de interés
- Política Monetaria
- Controles de cambio y restricciones de remesas en el extranjero
- Fluctuaciones monetarias
- Inflación
- Liquidez del capital nacional y de los mercados financieros
- Política Fiscal y,
- Otras políticas, políticas sociales y económicas en o que afectan Brasil.

La incertidumbre sobre si el gobierno brasileño implementará cambios en las políticas o regulaciones que afectan estos u otros factores en el futuro puede contribuir a la incertidumbre económica en Brasil. Como resultado, estas incertidumbres y otros desarrollos futuros en la economía brasileña pueden tener un efecto adverso material sobre nosotros.

La inflación y las medidas del gobierno brasileño para combatir la inflación pueden generar incertidumbre económica en Brasil

Brasil ha experimentado históricamente altas tasas de inflación. En el pasado reciente, la inflación, así como los esfuerzos gubernamentales para combatirla, han tenido efectos negativos significativos en la economía brasileña y contribuyeron a una mayor volatilidad en el mercado de valores brasileño. En 2016, la inflación medida por el Índice de Precios al Consumidor (IPCA) cayó notablemente después de terminar el 2015 en 10.67%, por encima del límite máximo de 6,5% establecido por el Consejo Monetario Brasileño. Como resultado de la disminución, la inflación está ahora dentro de la brecha objetivo del Banco Central de 2,5% a 6,5%, cerrando 2016 en 6,3%.

La meta de inflación para 2017 se establece en 4,5%, lo que permite un rango de dos puntos porcentuales por debajo o por encima de este objetivo. En 2017, los factores que pueden afectar negativamente la inflación al consumidor son, entre otros, (i) la depreciación del Real frente a las monedas globales de referencia, (ii) una posible decisión del gobierno federal brasileño de aumentar los precios de los servicios públicos, (iii) aumentos potenciales de impuestos.

El pronóstico del consenso del mercado prevé que la inflación se cerrará en el 4,9% para 2017. El mercado espera una inflación del 4,7% para 2018.

Las medidas del gobierno brasileño para controlar la inflación han incluido a menudo mantener una política monetaria restrictiva con altas tasas de interés, restringiendo así la disponibilidad de crédito y reduciendo el crecimiento económico. Como resultado, las tasas de interés han fluctuado significativamente.

El Sistema Especial de Liquidación y Custodia en Brasil al 31 de diciembre fue de 10,0% en 2013, 14,25% en 2014, 13,25% en 2015 y 13,00% en 2016, según se determinó por el Comité de Política Monetaria del Banco Central de Brasil (Comité de Política Monetaria del Banco Central)

El Gobierno ha propuesto un conjunto de medidas de ajuste macroeconómico y está preparando el terreno para las reformas estructurales. La propuesta se basa en un ambicioso plan de consolidación fiscal, para reducir las expectativas de inflación y permitir una caída del tipo de cambio real, para impulsar la competitividad, la productividad y las inversiones. Sin embargo, la implementación del programa de reformas ha resultado difícil debido a los desafíos para lograr un consenso en el Congreso.

Las acciones del gobierno brasileño, incluyendo los cambios en las tasas de interés, la intervención en el mercado de divisas, la expansión de la política fiscal y las acciones para ajustar o fijar el valor del Real pueden desencadenar aumentos en la inflación. Si Brasil experimenta inflación sustancial en el futuro, las consecuencias pueden incluir una mayor incertidumbre económica y mayores costos para nosotros, lo cual puede tener un efecto adverso material sobre nosotros.

La inestabilidad cambiaria puede afectar negativamente a la economía brasileña y a nosotros.

La moneda brasileña ha sufrido históricamente fluctuaciones frecuentes. En el pasado, el gobierno brasileño implementó varios planes económicos y adoptó una serie de políticas cambiarias, incluyendo devaluaciones repentinas, mini-devaluaciones periódicas (durante las cuales la frecuencia de los ajustes ha variado de diario a mensual) Controles y mercados de tipo de cambio dual. A menudo ha habido fluctuaciones significativas en el tipo de cambio entre la moneda brasileña, el dólar estadounidense, el euro y otras monedas. Esta volatilidad puede afectar a nuestros estados financieros consolidados, debido a la creciente importancia de nuestras operaciones brasileñas en nuestra cartera de negocios, lo que podría tener un efecto adverso importante para nosotros.

Nuestro negocio en Brasil está sujeto a la regulación gubernamental

Nuestras operaciones en Brasil están sujetas a una variedad de leyes y regulaciones nacionales, estatales y locales, incluyendo leyes ambientales, agrícolas, de salud y seguridad y laborales.

Invertimos recursos financieros y administrativos para cumplir con estas leyes y los requisitos de permisos relacionados. Nuestra falta de hacerlo podría someternos a multas o sanciones, acciones de ejecución, reclamaciones por lesiones personales o daños a la propiedad, u obligaciones de investigar y/o reparar daños o lesiones. Además, si las leyes y reglamentos aplicables, o la interpretación o aplicación de los mismos, se vuelven más rigurosos en el futuro, nuestros costos de capital o de operación podrían aumentar más allá de lo que

actualmente anticipamos y el proceso de obtener o renovar licencias para nuestras actividades podría ser obstaculizado o incluso contar con la oposición de las autoridades competentes.

El funcionamiento regular de nuestras tiendas y centros de distribución depende de los servicios públicos, incluida la electricidad, y la aplicación de aumentos en los precios de la energía, planes amplios de conservación de electricidad como consecuencia de factores hidrológicos o de otros factores desfavorables. Un efecto adverso sustancial en nuestras operaciones y gestión de inventario.

El sector de generación de energía en Brasil se basa, entre otras, en centrales hidroeléctricas, cuyos niveles de generación se ven afectados por las condiciones hidrológicas predominantes, que dependen de los niveles de lluvia y de calor. Si las condiciones hidrológicas resultan en un bajo suministro de electricidad en Brasil, esto podría causar, entre otras cosas, la implementación de programas amplios de conservación de electricidad, incluyendo reducciones obligatorias en la generación o consumo de electricidad. Las condiciones hidrológicas a finales de 2007 y principios de 2008 han sido deficientes, afectando especialmente los niveles de los embalses en las regiones nororiental y suroriental de Brasil. Más recientemente, Brasil registró niveles de calor récord en enero de 2014 que, unidos a una prolongada falta de lluvia, han dejado los embalses hidroeléctricos en niveles bajos. En 2015, Brasil aumentó los precios de la energía hasta en un 50% en ciertas partes del país, lo que llevó a un aumento en nuestros costos de energía.

La reaparición en el futuro de condiciones hidrológicas desfavorables podría conducir a la aplicación de programas amplios de conservación de la electricidad o nuevos aumentos de los precios de la energía.

En caso de escasez de electricidad, nuestras operaciones y gestión de inventarios podrían verse afectados de manera importante y adversa. Esto a su vez puede afectar adversamente nuestras condiciones financieras y los resultados de las operaciones.

Riesgos relacionados con Perú

Los acontecimientos económicos, sociales y políticos en Perú, incluyendo la inestabilidad política, la inflación y el desempleo, podrían tener un efecto adverso significativo sobre nosotros

Nuestras operaciones en Perú representaron un 8,7%, un 9,1% y un 9,6% en 2014, 2015 y 2016, respectivamente, de nuestros ingresos ordinarios consolidados. Nuestros resultados de operación y situación financiera pueden verse afectados por cambios en las políticas económicas y de otra índole del gobierno peruano.

En los años ochenta, Perú sufrió períodos de alta inflación, lo que materialmente minó la economía peruana y la capacidad del gobierno para crear condiciones que apoyen el crecimiento económico. Sin embargo, el modelo económico ha permanecido sólido y consistente por más de 20 años, lo que ha permitido a inversionistas extranjeros y locales invertir libremente en Perú. Además, pueden confiar en la protección constitucional de sus inversiones.

En junio de 2016, después de una elección presidencial democrática y participativa en la que Pedro Pablo Kuczynski funcionó en una plataforma pro-inversión y de mercado abierto, el Sr. Kuczynski fue elegido como Presidente (con el 50,1% de los votos) para el período 2016-2021.

La elección de Kuczynski como nuevo presidente probablemente genere un mercado doméstico más predecible y próspero, lo que a su vez generará un mercado más atractivo para los inversionistas.

Sin embargo, el presidente probablemente enfrentará oposición, ya que su partido tiene una pequeña presencia en el Congreso (18 de 130 escaños) y tendrá que forjar alianzas con otros

partidos, en particular con la Fuerza Popular (pro Fujimori) mayoría de los escaños del Congreso (73 de los 130 escaños).

En enero de 2017, Perú resolvió un contrato con un consorcio liderado por Odebrecht SA para construir un gasoducto de US \$ 7.000 millones, debido a que Odebrecht SA no consiguió financiamiento oportuno, lo cual fue precipitado por acusaciones de soborno y corrupción con respecto al proceso de Entre otros proyectos dentro y fuera del Perú. Se espera que la cancelación de este y otros proyectos tenga un impacto negativo en el crecimiento económico de entre el 0,5% y el 1,0% debido al retraso de las obras de infraestructura que afectan la inversión privada y el consumo. Si bien el gobierno peruano ha introducido un paquete de medidas económicas denominado "Plan 150 Mil" cuyo objetivo es lograr una tasa de crecimiento económico del 4,0%, no puede garantizarse que estas medidas económicas se implementarán como se esperaba o que tendrán éxito. En impulsar el crecimiento económico en Perú. En la medida en que el consumo en el Perú se estancara, podría tener un efecto adverso en nuestro negocio.

También estamos actualmente en proceso de mediación con respecto a un contrato de arrendamiento de tierras que hemos firmado con el ejército peruano donde se encuentra nuestra propiedad. Aunque creemos que hemos cumplido con todos los requisitos legales y con los términos del contrato de arrendamiento, el resultado de los procedimientos de mediación es desconocido. Sin embargo, no esperamos que ningún costo o penalidad monetaria que pudiera resultar de ello tuviera algún impacto material en nuestro negocio y operaciones.

Una devaluación de la moneda peruana o cambios inesperados en los controles cambiarios podrían tener un efecto adverso sustancial sobre nosotros

La moneda peruana ha experimentado históricamente un número significativo de devaluaciones y, como resultado, el gobierno peruano ha adoptado y operado bajo diversas prácticas de control de tasas de cambio y políticas de determinación, desde el control estricto hasta la determinación del mercado de los tipos de cambio. Más recientemente, el Nuevo Sol se apreció frente al dólar en un 5,4% en 2012 y se depreció frente al dólar en un 9,6% en 2013, un 6,7% en 2014 y un 14,3% en 2015 y un 1,6% en 2016. Parcialmente dolarizada, la devaluación del Nuevo Sol frente al dólar estadounidense podría tener un impacto negativo en la economía. Por lo tanto, cualquier devaluación significativa del Nuevo Sol frente al dólar estadounidense podría tener un efecto adverso sustancial sobre nosotros.

El fuerte desempeño macroeconómico del Perú, la dependencia de las exportaciones de minerales y metales y los alimentos importados hacen que la economía sea vulnerable a las fluctuaciones de los precios mundiales.

Sin embargo, Perú sigue siendo una economía de alto desempeño con algunas de las tasas de crecimiento más altas de América Latina y el mundo.

Las medidas respecto a la Reforma Tributaria en Perú, pueden afectar nuestros resultados operacionales

Las recientes reformas tributarias en Perú han dado lugar a un aumento gradual de la tasa de impuesto sobre la renta corporativa. Para el año 2017, la tasa de impuesto sobre la renta corporativa está aumentando de 28,5% a 29,5%.

Si bien esto se sumó a una disminución en el impuesto a los dividendos del 6,8% al 5% (aplicable a las distribuciones de beneficios que se originaron a partir de 2017), estas reformas podrían tener un efecto adverso en nuestros resultados operacionales en Perú.

Riesgos relacionados con Colombia

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

Como resultado de nuestra adquisición del negocio de supermercados en Colombia, el mercado colombiano se ha convertido en una parte significativa de nuestro negocio de supermercados y resultados de operaciones relacionados. Colombia ha sufrido períodos de inestabilidad económica y política en el pasado. Colombia representó el 10,2%, el 8,3% y el 8,6% del total de ingresos consolidados para 2014, 2015 y 2016, respectivamente.

Nuestros ingresos obtenidos de nuestras operaciones en Colombia dependen en gran medida de las condiciones macroeconómicas y políticas en ese país. Disminuciones en la tasa de crecimiento, períodos de crecimiento negativo, cambios en la ley, aumentos de la inflación, cambios en la regulación o política, o futuras decisiones judiciales e interpretaciones de políticas que impliquen controles de cambio y otros asuntos, como (pero no limitado a) las tasas de interés, la inflación, los impuestos, las leyes y reglamentos bancarios y otros acontecimientos políticos o económicos que afectan a Colombia pueden afectar el entorno empresarial general y, a su vez, podrían afectar nuestra situación financiera y los resultados de nuestras operaciones.

El déficit fiscal de Colombia y la creciente deuda pública podrían afectar negativamente a la economía colombiana. El déficit fiscal colombiano fue 2,2% del PIB en 2013, 2,6% en 2014, 3,2% en 2015 y las últimas estimaciones disponibles sitúan el déficit fiscal en 3,9% del PIB en 2016.

A pesar de la recuperación de la economía colombiana en los últimos años, no podemos asegurar que se sostenga tal crecimiento y estabilidad relativa. Si la situación de la economía colombiana se deteriorara, probablemente seríamos afectados negativamente.

El gobierno colombiano interviene frecuentemente en la economía del país y de vez en cuando realiza cambios significativos en la política monetaria, fiscal y regulatoria.

Nuestros negocios y resultados de operaciones y situación financiera pueden verse afectados negativamente por cambios en las políticas gubernamentales o fiscales y otras políticas, diplomáticas, sociales y económicas, y medidas que puedan afectar a Colombia. No podemos predecir qué políticas serán adoptadas por el gobierno colombiano y si esas tendrán un impacto negativo en la economía de ese país o en nuestros negocios y desempeño financiero.

El gobierno colombiano y el Banco Central de Colombia podrían intentar implementar nuevas políticas tendientes a controlar la mayor fluctuación del peso colombiano frente al dólar estadounidense y fomentar la estabilidad de los precios internos. El Banco Central de Colombia puede imponer ciertos requisitos de depósito obligatorio en relación con préstamos en moneda extranjera obtenidos por residentes colombianos, incluidos nosotros.

Aunque no existe un requisito de depósito obligatorio, el requisito de depósito obligatorio se fijó en un 40% en 2008, luego de que el peso colombiano se apreciara frente a las monedas extranjeras.

No podemos predecir ni controlar acciones futuras por parte del Banco Central de Colombia con respecto a tales requerimientos de depósito, lo que puede implicar el establecimiento de un porcentaje de depósito obligatorio diferente. El uso de tales medidas por el Banco Central de Colombia puede ser un desincentivo para que obtengamos préstamos denominados en moneda extranjera. No podemos predecir los efectos que tales políticas tendrán en la economía colombiana. Además, no podemos asegurarle que el peso colombiano no se depreciará o apreciará en relación con otras monedas en el futuro.

Nuestros activos ubicados en Colombia están sujetos a diversos riesgos asociados con países emergentes, como Colombia

La propiedad de activos en Colombia, como ocurre en otros países de mercados emergentes, está sujeta a incertidumbres políticas, económicas y de otra índole, como expropiación, nacionalización, renegociación o anulación de contratos existentes, restricciones cambiarias y fluctuaciones monetarias internacionales. No podemos asegurarle que nuestros resultados operativos no se verán afectados por la ocurrencia de tales eventos.

Las políticas del gobierno colombiano probablemente afectarán significativamente la economía y, como resultado, nuestros negocios y operaciones en Colombia.

Históricamente, el gobierno colombiano ha ejercido una influencia sustancial sobre la economía del país, y es probable que sus políticas continúen teniendo un efecto importante en nuestras operaciones en Colombia. Nuestro negocio en Colombia podría verse afectado negativamente por cambios en la política, o futuras interpretaciones judiciales de tales políticas, que impliquen controles cambiarios y otros asuntos tales como devaluación monetaria, inflación, tasas de interés, impuestos, regulaciones y otros desarrollos políticos o económicos en o que afectan a Colombia.

A pesar de que Colombia ha mantenido un crecimiento económico estable desde 2003 y una tasa de inflación inferior al 8% en los últimos 10 años, el crecimiento económico se ha visto afectado negativamente por la menor inversión extranjera directa y las altas tasas de inflación y la percepción de inestabilidad política. No podemos asegurarles que el crecimiento de la economía colombiana en los últimos años, continuará en los próximos períodos. Si la percepción de mejora de la estabilidad general en Colombia se deteriora o si la inversión extranjera directa disminuye, la economía colombiana podría enfrentar una caída, lo que podría afectar negativamente nuestros resultados de operaciones.

La economía colombiana sigue siendo vulnerable a los shocks externos que podrían ser causados por sus principales socios comerciales regionales que experimentan importantes dificultades económicas o por efectos más generales de "contagio", que podrían tener un efecto adverso sustancial sobre el crecimiento económico de Colombia y su capacidad para pagar su deuda.

El gobierno colombiano ha señalado que el endurecimiento de las condiciones crediticias en los mercados financieros podría tener un potencial, aunque limitado, impacto negativo en la economía colombiana, principalmente a través de menores flujos de inversión extranjera directa.

Una disminución significativa del crecimiento económico de cualquiera de los principales socios comerciales de Colombia, como Estados Unidos y China, podría tener un impacto adverso sustancial en la balanza comercial de Colombia y afectar negativamente al crecimiento económico de Colombia.

Según el Ministerio de Comercio de Colombia, Estados Unidos es el mayor mercado de exportación de Colombia.

Según la Oficina del Representante Comercial de Estados Unidos, Colombia fue el 27º proveedor de importaciones de bienes de Estados Unidos en 2015. Las importaciones de bienes estadounidenses de Colombia totalizaron \$ 14 mil millones en 2015, un 23% menos (\$ 4.2 mil millones) a partir de 2014. Las importaciones estadounidenses de Colombia bajaron un 39,2% respecto de 2011 (antes del TLC). Una disminución de la demanda estadounidense podría tener un efecto adverso sustancial sobre las exportaciones colombianas y el crecimiento económico de Colombia, lo que a su vez podría tener resultados perjudiciales para nuestras actividades comerciales.

Colombia ha sufrido varios períodos de violencia e inestabilidad y tal inestabilidad podría afectar la economía y nuestras operaciones

Colombia ha experimentado varios períodos de violencia criminal en las últimas cuatro décadas, principalmente debido a las actividades de la guerrilla, los grupos paramilitares y los cárteles de la droga.

En las regiones remotas del país, donde la presencia gubernamental es mínima, estos grupos han ejercido influencia sobre la población local y han financiado sus actividades protegiendo y prestando servicios a los narcotraficantes. En respuesta, el gobierno colombiano ha implementado varias medidas de seguridad y ha fortalecido sus fuerzas militares y policiales, incluyendo la creación de unidades especializadas.

A pesar de estos esfuerzos, la delincuencia relacionada con las drogas y la actividad guerrillera y paramilitar continúa existiendo en Colombia.

Cualquier posible escalada en la violencia asociada con estas actividades puede tener un impacto negativo en la economía colombiana en el futuro. En el contexto de cualquier inestabilidad política, se han hecho denuncias contra miembros del gobierno colombiano acerca de posibles vínculos con grupos paramilitares. Estas acusaciones pueden tener un impacto negativo en la credibilidad del gobierno colombiano, lo que a su vez podría tener un impacto negativo en la economía colombiana o en nuestras operaciones en el futuro. En octubre de 2016, el Gobierno colombiano firmó un acuerdo de paz con la guerrilla de las FARC para buscar su desmovilización y el fin del conflicto armado. El acuerdo de paz fue presentado a los votantes colombianos a través de un referéndum en el que los votantes rechazaron el acuerdo de paz. En noviembre de 2016, el Gobierno colombiano firmó un nuevo acuerdo de paz con las FARC sin someter el acuerdo a la aprobación de los votantes.

El Gobierno colombiano está negociando un acuerdo de paz con el grupo guerrillero del ELN.

Las relaciones diplomáticas entre Colombia, Venezuela y Ecuador pueden afectar la economía colombiana y, en consecuencia, nuestros resultados de operaciones y situación financiera

Las relaciones diplomáticas con Venezuela y Ecuador, dos de los socios comerciales de Colombia, se han visto tensas y afectadas por acontecimientos que rodearon el conflicto armado con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) particularmente en las fronteras de Colombia con Venezuela y Ecuador. Cualquier nuevo deterioro de las relaciones de Colombia con Venezuela y Ecuador podría resultar en el cierre de fronteras, la imposición de barreras comerciales o el desmantelamiento de las relaciones diplomáticas, cualquiera de las cuales podría tener un efecto negativo en la balanza comercial, economía y seguridad nacional de Colombia, pudiendo adversamente nuestros resultados de operaciones.

Los desastres naturales en Colombia podrían perjudicar nuestro negocio y afectar nuestros resultados de operaciones en Colombia

Estamos expuestos a desastres naturales en Colombia, como terremotos, erupciones volcánicas, inundaciones, tormentas tropicales y huracanes. En caso de un desastre natural, nuestros planes de recuperación de desastres pueden resultar ineficaces, lo que podría tener un efecto adverso sustancial en nuestra capacidad para llevar a cabo nuestro negocio en Colombia, particularmente si tal ocurrencia afecta el procesamiento de datos, la transmisión, el almacenamiento y los sistemas de recuperación o destruye datos de clientes u otros.

Además, si un número significativo de nuestros empleados y altos directivos no estuviera disponible debido a un desastre natural, nuestra capacidad para llevar a cabo nuestro negocio podría verse comprometida. Desastres naturales o eventos similares también podrían resultar en una volatilidad sustancial en nuestros resultados de nuestras operaciones en Colombia para cualquier trimestre o año fiscal.

Nuestras operaciones están sujetas a regulaciones

El negocio de los supermercados y la actividad comercial en general en Colombia está regulada principalmente por la Oficina Colombiana de Protección al Consumidor y el mercado libre.

Sin embargo, la Superintendencia de Industria y Comercio (Superintendencia de Industria y Comercio) actúa como la agencia supervisora para el cumplimiento de los reglamentos emitidos por la Oficina Colombiana de Protección al Consumidor. El Ministerio de Industria y Turismo de Colombia también desempeña un papel de importancia en la industria, ya que tiene dentro de su alcance la capacidad de tomar cualquier medida necesaria para asegurar la protección del mercado local para la industria nacional.

En el pasado, el ministerio se ha basado en una amplia gama de medidas para lograr este objetivo, que han incluido la creación de derechos específicos de productos o controles de precios.

Además, todas las corporaciones están reguladas por la Superintendencia de Sociedades de Colombia. Este organismo gubernamental supervisa y aprueba eventos corporativos tales como fusiones, adquisiciones y quiebras. Todas las corporaciones bajo el alcance de este organismo en Colombia deben presentar estados financieros anuales con el mismo.

La reciente reforma tributaria en Colombia puede tener un efecto adverso en nuestras ventas

A partir de enero de 2017, la tasa de IVA en Colombia aumentó del 16% al 19%. Este aumento resultará en un aumento en el precio efectivo que nuestros clientes pagarán por nuestros productos, lo cual puede tener un efecto adverso en nuestras ventas y resultados de operaciones en Colombia.

Además, a partir de marzo de 2017, entrará en vigencia un aumento de las tasas de impuesto sobre la renta en Colombia. La consiguiente disminución en el ingreso disponible podría tener un efecto adverso en nuestras ventas y resultados de operaciones.

Los impuestos nuevos o más altos resultantes de cambios en las leyes y regulaciones tributarias en Colombia o su interpretación podrían afectar adversamente nuestros resultados de operaciones en Colombia.

La promulgación de nuevas leyes y reglamentos tributarios y las incertidumbres con respecto a la aplicación o interpretación de políticas fiscales futuras plantean riesgos para nosotros. En los últimos años, las autoridades fiscales colombianas han establecido impuestos adicionales en una variedad de áreas, tales como impuestos sobre las transacciones financieras y otros sobre el patrimonio, han modificado las tasas de retención del impuesto sobre la renta y han eliminado ciertos beneficios fiscales. La última reforma fiscal estructural impuso un aumento del tipo general del IVA del 16% al 19% en 2017.

El gobierno colombiano podría confiscar o expropiar nuestros bienes bajo ciertas circunstancias.

De conformidad con el artículo 58 de la Constitución colombiana, el gobierno colombiano podrá ejercer sus poderes de dominio eminentes respecto de nuestros bienes en caso de que se requiera tal acción para proteger el interés público. De acuerdo con la Ley 388 de 1997, el poder eminente del dominio puede ejercerse a través de: (i) una expropiación ordinaria (expropiación ordinaria), (ii) una expropiación administrativa (expropiación administrativa) o (iii) una expropiación por razones de guerra, en caso de existir alguna. En todos los casos, tendríamos derecho a una indemnización justa por los bienes expropiados como se describe a continuación. Además, como regla general, la indemnización debe ser pagada antes de que el activo sea expropiado efectivamente.

Bajo un procedimiento ordinario de expropiación, el gobierno colombiano puede expropiar cualquier activo. Antes de la expropiación, el gobierno colombiano debe ofrecer comprar el activo a su propietario a valor de mercado, según lo determine un tasador independiente. Si no se llega a un acuerdo por parte de las partes después de 30 días de dicha oferta, el gobierno colombiano puede iniciar un procedimiento judicial. Con arreglo al procedimiento, el tribunal competente decidiría la validez de la expropiación y el importe de la indemnización.

Un procedimiento de expropiación administrativa puede ocurrir cuando los factores que apoyan la expropiación representan un riesgo inminente que afecta al interés público. Antes de llevar a cabo una expropiación administrativa, el gobierno colombiano debe ofrecer comprar el activo de su propietario a valor de mercado según lo determinado por un tasador independiente.

Si no se llega a un acuerdo las partes después de 30 días de tal oferta, el gobierno colombiano puede expropiar el activo directamente (es decir, sin tener que llevar a cabo un procedimiento judicial) y establecer el monto de indemnización basado en el valor de mercado del activo.

Después de la expropiación, las partes pueden impugnar la validez de la expropiación y el monto de la indemnización otorgada a través de un proceso judicial.

En una expropiación por razón de guerra, el gobierno colombiano puede expropiar bienes personales sin necesidad de pagar ninguna indemnización antes de la expropiación y ocupar temporalmente bienes raíces durante el tiempo que las cuestiones de seguridad nacional lo requieran. La posesión de bienes inmuebles expropiados debe ser devuelta a su propietario original una vez que la necesidad de expropiación por razón de guerra deja de existir.

Las fluctuaciones de los tipos de cambio podrían afectar negativamente a la economía colombiana y, por lo tanto, a nosotros.

El peso colombiano es una moneda altamente volátil que ha estado sujeto a devaluaciones y apreciaciones significativas en el pasado y puede estar sujeto a fluctuaciones similares en el futuro. Una devaluación o apreciación significativa del peso colombiano en relación con el dólar estadounidense podría afectar negativamente a la economía colombiana y, en consecuencia, a nuestros resultados operativos.

Las altas tasas de inflación pueden tener un impacto adverso en nosotros.

Las tasas de inflación en Colombia han sido históricamente altas, y no podemos asegurar que la inflación no volverá a niveles altos. Las tasas de inflación fueron de 1,9% para 2013, 3,66% para 2014, 6,77% para 2015 y 5,75% para 2016. Las presiones inflacionarias pueden, entre otras cosas, reducir el poder adquisitivo de los consumidores y no podemos asegurarles que las medidas tomadas por el gobierno colombiano y el Banco Central Colombiano serán suficientes para frenar la inflación. Un retorno a la alta inflación en Colombia puede dañar nuestros resultados de operaciones.

Riesgos relacionados con nuestras acciones y los ADSs

La volatilidad del mercado puede afectar el precio de la acción y el valor de sus inversiones

El precio de mercado de nuestros ADSs puede ser volátil y puede estar influenciado por muchos factores, algunos de los cuales están fuera de nuestro control, incluyendo:

- el fracaso de los analistas financieros para cubrir los ADSs o nuestras acciones ordinarias o cambios en las estimaciones financieras por parte de los analistas;
- variaciones reales o anticipadas de nuestros resultados operativos o de los resultados operativos de nuestros competidores;
- cambios en las estimaciones financieras por parte de analistas financieros, o cualquier falla por parte de nosotros para cumplir o exceder tales estimaciones, o cambios en las recomendaciones de cualquier analista financiero que elija seguir los ADSs o acciones ordinarias o acciones ordinarias de nuestros competidores;
- anuncios por parte de nosotros o de nuestros competidores de contratos o adquisiciones significativos;

- ventas futuras de ADSs y acciones ordinarias, incluyendo ventas por parte de nuestro accionista controlador;
- las percepciones de los inversores sobre nosotros y las industrias en las que operamos;
- el fracaso de cualquiera de nuestras iniciativas para lograr el éxito comercial;
- fluctuaciones en los precios bursátiles y volúmenes de negociación de valores de empresas similares;
- condiciones generales del mercado y fluctuaciones generales en los mercados de renta variable estadounidenses;
- cambios en nuestra orientación financiera para inversionistas y analistas;
- retrasos en el cumplimiento o no de la prestación de asesoramiento financiero;
- adiciones o salidas de cualquiera de nuestro personal clave;
- cambios en los principios o metodologías contables;
- cambios en la evolución legal o regulatoria en los Estados Unidos y otros países, incluyendo los países en los que operamos; y
- la discusión de nosotros o de nuestro precio de las acciones por la prensa financiera y en las comunidades de inversionistas en línea.

Además, el mercado de valores en general ha experimentado fluctuaciones sustanciales de precios y volúmenes que no guardan relación con el rendimiento operativo de determinadas empresas afectadas. Estos factores generales del mercado y de la industria pueden dañar sustancialmente el precio de mercado de los ADS y las acciones ordinarias, independientemente de nuestro desempeño operativo.

En el pasado, después de períodos de volatilidad en el precio de mercado de los valores de ciertas empresas, se han iniciado litigios colectivos de valores contra estas empresas. Dichos litigios, si se inician contra nosotros, podrían resultar en gastos sustanciales y la desviación de la atención de nuestra gerencia de nuestro negocio, y podrían tener un efecto adverso material en nosotros.

Puede haber una falta de liquidez y mercado para nuestras acciones ordinarias y para los ADSs en Chile

Nuestras acciones ordinarias se cotizan en la Bolsa de Comercio de Santiago y en la Bolsa de Valores de Chile, que denominamos colectivamente las "Bolsas Chilenas". Aunque los tenedores de ADS tienen derecho a retirar acciones ordinarias Subyacentes a los ADSs del Banco de Nueva York Mellon (el "Depositario") en cualquier momento, las Bolsas de Valores chilenas son sustancialmente más pequeñas, menos líquidas y más volátiles que los principales mercados de valores de Estados Unidos. Aunque nuestras acciones ordinarias se negocian en las Bolsas de Valores chilenas, no puede garantizarse que seguirá existiendo un mercado de operaciones líquido para nuestras acciones ordinarias.

A la fecha de este informe anual, nuestros accionistas no controladores poseen aproximadamente el 46,2% de nuestras acciones ordinarias en circulación. Un mercado de negociación limitado en general y nuestra propiedad concentrada en particular pueden afectar la capacidad de un tenedor de ADS para vender en el mercado chileno las acciones ordinarias obtenidas al retirar dichas acciones de la facilidad ADS en la cantidad y al precio y tiempo, así tal titular desea, y podría aumentar la volatilidad del precio de los ADSs.

Los tenedores de ADSs pueden tener dificultades para ejercer el derecho de voto en nuestras juntas de accionistas.

Los tenedores de ADSs no serán accionistas directos de nuestra compañía y no podrán hacer valer directamente los derechos de los accionistas bajo nuestros estatutos y las leyes de Chile. Los tenedores de ADSs pueden ejercer derechos de voto con respecto a las acciones comunes representadas por ADSs únicamente de acuerdo con el contrato de depósito que rige las ADS. Los tenedores de ADSs enfrentarán limitaciones prácticas en el ejercicio de sus derechos de voto debido a los pasos adicionales involucrados en nuestras comunicaciones con los tenedores de ADS. Los tenedores de nuestras acciones ordinarias podrán ejercer sus derechos de voto asistiendo a una asamblea de accionistas en persona o votando por poder. Por el contrario, los tenedores de ADSs recibirán notificación de una junta de accionistas por correo del Depositario después de que este reciba nuestra notificación, donde solicitamos que notifique a los tenedores en su calidad de Depositario.

Para ejercer sus derechos de voto, los tenedores de ADS deben instruir al Depositario en forma oportuna sobre la forma en que desean votar. Este proceso de votación necesariamente tomará más tiempo para los tenedores de ADS que para los tenedores de nuestras acciones ordinarias. Si el Depositario no recibe instrucciones de votación oportunas para la totalidad o parte de las ADSs, el Depositario asumirá que los tenedores de dichas ADS le están instruyendo a dar una representación discrecional a una persona designada por nosotros para votar con respecto a sus ADSs, excepto en circunstancias limitadas.

Los tenedores de ADSs también pueden no recibir los materiales de votación a tiempo para instruir al Depositario a votar las acciones comunes subyacentes a sus ADSs. Además, el Depositario y sus agentes no son responsables de no llevar a cabo instrucciones de voto de los tenedores de ADSs ni de la forma de llevar a cabo esas instrucciones de voto. En consecuencia, los tenedores de ADSs pueden no ser capaces de ejercer derechos de voto, y tendrán poco o ningún recurso si las acciones de acciones ordinarias subyacentes a sus ADSs no se votan según lo solicitado.

El control significativo sobre la mayoría de nuestras acciones por nuestro accionista fundador puede tener un efecto material adverso en el precio de mercado futuro de los ADSs y nuestras acciones ordinarias.

Actualmente somos controlados por nuestro fundador, el Sr. Horst Paulmann, que es propietario y controla aproximadamente el 51,7% de nuestras acciones, a través de Inversiones Quinchamali Ltda., Inversiones Latadía Ltda. e Inversiones Tano Ltda., a la fecha de este informe anual. La disposición por parte de nuestro accionista mayoritario de un número significativo de nuestras acciones, o la percepción de que tal disposición podría ocurrir, podría afectar de manera importante y adversa el precio de nuestras acciones ordinarias en la Bolsa de Comercio de Santiago así como el precio de mercado de los ADSs en la Bolsa de Nueva York.

Nuestro accionista de control es capaz de ejercer un control significativo sobre nuestra compañía y también controla una participación minoritaria significativa en muchas de nuestras subsidiarias internacionales, lo que podría resultar en conflictos de interés.

Nuestro accionista de control está en condiciones de dirigir nuestra administración y determinar el resultado de sustancialmente todos los asuntos que se decidan por mayoría de votos de nuestros accionistas, incluyendo la elección de la mayoría de los miembros de nuestro consejo de administración, determinando el monto de los dividendos (Sujeto al mínimo legalmente obligatorio del 30% de la utilidad neta distribuable), adoptando ciertas enmiendas a nuestros Estatutos, incluyendo la emisión de nuevas acciones, haciendo cumplir o renunciando a nuestros derechos bajo acuerdos existentes, contratos de arrendamiento y arreglos contractuales y celebrando acuerdos con entidades afiliadas a nosotros. En consecuencia, pueden darse circunstancias en las que los intereses de nuestros accionistas controladores podrían estar en conflicto con sus intereses como tenedores de los ADS. Nuestro accionista de control puede tener intereses en perseguir o prevenir adquisiciones, desinversiones u otras transacciones donde, a su juicio, tal acción sería en nuestro mejor interés, aunque tal acción no sea en el mejor interés de nuestros accionistas minoritarios.

Nuestra condición de emisor privado extranjero nos exige de algunos de los estándares de gobierno corporativo de NYSE, limitando las protecciones otorgadas a los inversionistas.

Somos un "emisor privado extranjero" dentro del significado de los estándares de gobierno corporativo de NYSE. Bajo las reglas de cotización de la NYSE, un emisor privado extranjero puede elegir cumplir con la práctica de su país de origen y no cumplir con ciertos requisitos de gobierno corporativo de la NYSE, incluyendo los requisitos de que (1) la mayoría del consejo de administración consista en directores independientes, (2) se

establezca un comité de nominación y gobierno corporativo que esté compuesto totalmente por directores independientes y que tenga una carta escrita dirigida al propósito y responsabilidades del comité, (3) se establezca un comité de compensación que esté compuesto por directores independientes (4) se lleve a cabo una evaluación anual del desempeño de los comités de nominación y gobierno corporativo y de remuneración. Por lo tanto, no tendrá las mismas protecciones otorgadas a los accionistas de las compañías que están sujetas a todos los requisitos de gobierno corporativo de NYSE.

Por ejemplo, dependiendo de la exención del emisor privado extranjero a las normas de cotización de la NYSE, la mayoría de nuestro consejo de administración no puede estar formado por directores independientes; El enfoque de nuestra junta directiva puede ser diferente del de un consejo con una mayoría de consejeros independientes, y como resultado, la supervisión de la administración de nuestra Compañía puede ser más limitada que si estuviéramos sujetos a las reglas de cotización de NYSE.

Las leyes de valores de los Estados Unidos no nos obligan a revelar tanta información a los inversionistas como se requiere que un emisor estadounidense divulgue, y usted puede recibir menos información sobre nosotros de lo que de otra manera podría recibir de una compañía estadounidense comparable

Los requisitos de divulgación corporativa aplicables a nosotros pueden no ser equivalentes a los requisitos aplicables a una compañía de los Estados Unidos y, como resultado, usted puede recibir menos información sobre nosotros de lo que de otra manera podría recibir en relación con una compañía

estadounidense comparable. Estamos sujetos a los requisitos de información periódica de la *Exchange Act* de 1934, según enmendada (la "Exchange Act") que se aplican a "emisores privados extranjeros". La divulgación periódica requerida de emisores privados extranjeros bajo la Exchange Act es más limitada que la Divulgación periódica requerida de los emisores estadounidenses. Por ejemplo, sólo tendremos que presentar un informe anual en el Formulario 20-F, pero no estamos obligados a presentar informes trimestrales. Un solicitante de registro estadounidense debe presentar un informe anual en el Formulario 10-K y tres informes trimestrales en el Formulario 10-Q. Además, se requerirá que presentemos los informes actuales en el Formulario 6-K, pero la información que debemos revelar en esos informes se rige principalmente por los requisitos de divulgación de la legislación chilena y puede diferir de los requisitos de información actuales de Formulario 8-K impuestos a un editor. Finalmente, no estamos sujetos a los requisitos de representación de la Sección 14 de la Ley de Intercambio y nuestros funcionarios, directores y accionistas principales no están sujetos a los requisitos de presentación y recuperación de información privilegiada de la Sección 16 de la Exchange Act.

La legislación chilena prevé menos y menos definidos derechos de los accionistas.

Nuestros asuntos corporativos se rigen por nuestros Estatutos (que cumplen la función combinada de los estatutos y los estatutos de una corporación estadounidense) y las leyes de Chile. Bajo tales leyes y nuestros Estatutos, nuestros accionistas pueden tener derechos menos o menos bien definidos que los que podrían tener como accionistas de una corporación incorporada en una jurisdicción de los Estados Unidos.

Por ejemplo, nuestros accionistas no tendrían derecho a los derechos de rescate en el caso de una fusión u otra combinación de negocios realizada por nosotros. Las personas o entidades que procuren adquirir el control de una corporación chilena de propiedad pública a través de una oferta pública de adquisición de acciones, deben hacer una oferta a todos y cada uno de los accionistas de dicha compañía.

Chile impone controles sobre la inversión extranjera y la repatriación de inversiones que pueden afectar su inversión y ganancias de los ADSs, y puede imponer controles o restricciones adicionales en el futuro.

Las inversiones de capital en Chile desde el exterior están sujetas al requisito de que los inversores proporcionen al Banco Central de Chile información relacionada con dichas inversiones de capital y lleven a cabo operaciones relacionadas con la repatriación de inversiones y ganancias en el Mercado Cambiario Formal de Chile.

Los tenedores de ADSs tienen derecho a recibir dividendos sobre las acciones subyacentes en la misma medida que los tenedores de acciones. Los dividendos recibidos por los tenedores de ADSs serán convertidos en dólares estadounidenses y distribuidos netos de comisiones de cambio de moneda extranjera y gastos y honorarios del Depositario y estarán sujetos a la retención de impuestos chilena, actualmente impuesta a un tipo del 35%. Si por alguna razón, incluyendo cambios en las leyes o reglamentos chilenos, el Depositario no pudiera convertir pesos chilenos en dólares estadounidenses, los inversionistas podrán recibir dividendos y otras distribuciones, en su caso, en pesos chilenos. Las restricciones chilenas adicionales

aplicables a los 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 ciertos controles, restricciones u obligaciones a inversionistas extranjeros en Chile. Dichas restricciones podrían incluir, entre otras, la exigencia de obtener la aprobación previa del Banco Central de Chile para la repatriación del producto de la disposición de acciones subyacentes a los ADS o el pago de dividendos. No podemos aconsejarle sobre la duración o el impacto de tales restricciones si se imponen.

Las devaluaciones monetarias, las fluctuaciones cambiarias y los costos de conversión en moneda extranjera pueden tener un efecto material adverso en el precio de nuestras acciones y en el valor en dólares estadounidenses de las distribuciones en efectivo realizadas a los tenedores de ADS con respecto a las ADSs.

Dado que nuestras operaciones están denominadas en monedas locales (Peso Chileno, Real Brasileño, Sol Peruano, Peso Argentino y Peso Colombiano), los cambios en las paridades cambiarias pueden afectar nuestro reconocimiento de resultados. Además, como nuestras acciones se negocian principalmente en la Bolsa de Comercio de Santiago, nuestras acciones se cotizan en pesos chilenos. Por lo tanto, los cambios en el peso chileno frente a la paridad del dólar estadounidense pueden afectar el valor de su inversión cuando se mide en dólares estadounidenses.

Si el valor del peso chileno cae en relación con el dólar estadounidense, el valor de los ADS y cualquier distribución que se reciba del Depositario para los ADSs podría verse afectado de manera significativa y adversa. Las distribuciones en efectivo

realizadas con respecto a los ADSs son recibidas por el Depositario en pesos chilenos, luego son convertidas por el Depositario en dólares estadounidenses al tipo de cambio vigente y se distribuyen a los tenedores de ADSs. Además, el depositario incurrirá en costos de conversión de moneda extranjera (a cargo de los tenedores de ADSs) en relación con la conversión de moneda extranjera y posterior distribución de dividendos u otros pagos con respecto a ADSs.

Los tenedores de ADS pueden no ser capaces de efectuar servicio de proceso en, o hacer cumplir juicios o acciones originales contra nosotros, nuestros directores o nuestros ejecutivos, lo cual puede limitar la capacidad de los tenedores de ADSs de buscar alivio contra nosotros.

Somos una corporación chilena. Ninguno de nuestros directores son residentes de los Estados Unidos y la mayoría de nuestros funcionarios ejecutivos residen fuera de los Estados Unidos. Además, una parte sustancial de nuestros activos y los activos de nuestros directores y ejecutivos se encuentran fuera de los Estados Unidos. En consecuencia, puede ser difícil para los tenedores de ADS hacer servicio de proceso fuera de Chile a nosotros o a nuestros directores y ejecutivos o para entablar una acción contra nosotros o esas personas en los Estados Unidos o Chile para hacer cumplir obligaciones basadas en valores federales de EE.UU. y sus leyes. También puede ser difícil para los tenedores de ADS hacer cumplir en los Estados Unidos o en tribunales chilenos los juicios de dinero obtenidos en tribunales de los Estados Unidos contra nosotros o nuestros directores y ejecutivos basados en las disposiciones de responsabilidad civil de las leyes federales de valores de los Estados Unidos. Si un tribunal estadounidense otorga una

sentencia final de dinero en una acción basada en las disposiciones de responsabilidad civil de las leyes federales de valores de los Estados Unidos, la fuerza ejecutiva de este juicio de dinero en Chile estará sujeta a la obtención del exequátur correspondiente (es decir, reconocimiento y ejecución de la sentencia extranjera) de acuerdo con la ley de procedimiento civil chilena actualmente en vigor y, en consecuencia, sujeto a la satisfacción de ciertos factores. El más importante de estos factores es la existencia de reciprocidad, la ausencia de un juicio contradictorio por parte de un tribunal chileno respecto a las mismas partes y derivado de los mismos hechos y circunstancias y la determinación de los tribunales chilenos de que los tribunales estadounidenses tenían jurisdicción, Fue debidamente notificado al acusado y que la ejecución no violaría la política pública chilena. El incumplimiento de cualquiera de estos requisitos puede resultar en la no aplicación de sus derechos.

Los derechos de preferencia pueden no estar disponibles para tenedores de ADS o tenedores estadounidenses de acciones en ciertas circunstancias y, como resultado, los propietarios estadounidenses de acciones o ADSs estarían sujetos a dilución potencial.

La Ley de Sociedades Anónimas N° 18.046 y el Reglamento de Sociedades Anónimas, a los cuales nos referimos colectivamente como la "Ley de Sociedades Anónimas Chilenas", nos obligan, siempre que emitamos nuevas acciones a cambio de acciones y venta de acciones propias, otorgar derechos de preferencia A todos nuestros accionistas (incluyendo acciones representadas por ADSs), dándoles el derecho de comprar un número suficiente de acciones para mantener su porcentaje de propiedad existente. Es posible que, en relación

con futuras emisiones de acciones, no podamos ofrecer acciones a tenedores estadounidenses de acciones o ADSs de conformidad con los derechos de preferencia otorgados a nuestros accionistas y, como resultado, los tenedores estadounidenses de acciones o ADSs estar sujetos a una dilución potencial. No podremos ofrecer acciones a tenedores de ADS o tenedores estadounidenses de acciones de conformidad con los derechos de preferencia que otorgamos a nuestros accionistas en relación con cualquier emisión futura de acciones o venta de acciones propias, a menos que una declaración de registro bajo la Ley de Valores de 1933, Enmendada (la "Ley de Valores"), es efectiva con respecto a tales derechos y acciones, o una exención de los requisitos de registro de la Ley de Valores está disponible. Tal declaración de registro no puede ser presentada y una exención de los requisitos de registro de la Ley de Valores puede no estar disponible. Si los titulares de ADSs no pueden ejercer derechos de preferencia porque no se ha presentado una declaración de registro, el Depositario intentará vender los derechos de preferencia de dichos propietarios y distribuir los ingresos netos de la venta (netos de los honorarios y gastos del depositario) De los ADSs, siempre que exista un mercado secundario para tales derechos y una prima pueda ser reconocida sobre el costo de dicha venta. Es posible que un mercado secundario de derechos de preferencia no se desarrolle en relación con ninguna emisión futura de acciones o, si tal mercado se desarrolla, una prima puede no ser capaz de ser realizada en su venta.

Si los derechos de preferencia no pueden ser vendidos, expirarán y los tenedores de ADSs no obtendrán ningún valor de la concesión de dichos derechos de preferencia. En cualquier caso, la participación de los titulares de ADSs en nosotros se diluiría proporcionalmente.

Los tenedores de ADS no podrán ejercer los derechos de reembolso otorgados por la Ley de Sociedades de Chile a los accionistas registrados de las sociedades chilenas cotizadas en bolsa.

En virtud de la Ley de Sociedades Anónimas N° 18.046, según enmendada ("Ley de Sociedades Anónimas"), si alguno de los acuerdos siguientes es adoptado por nuestros accionistas en una asamblea extraordinaria de accionistas, los accionistas disidentes tienen derecho de redención y pueden exigir la recompra de sus acciones, sujeto al cumplimiento de ciertos términos y condiciones. Un accionista disidente es un accionista que o bien asiste a la asamblea de accionistas y vota contra una resolución que da como resultado un derecho de redención o, en caso de ausencia de la asamblea de accionistas, un accionista que notifica a la compañía por escrito dentro de los 30 días de la junta de accionistas de su oposición a la resolución y que está ejerciendo su derecho de redención.

Las resoluciones que dan lugar al derecho de rescate de un accionista son las siguientes:

- Nuestra transformación en un tipo diferente de entidad jurídica;
- nuestra fusión con o en otra compañía;
- la disposición del 50% o más de nuestros activos, independientemente de que dicha venta incluya o no nuestras obligaciones o la propuesta o enmienda de cualquier plan de negocios que implique la transferencia de más del 50% de nuestros activos; La venta de un 50% o más de los activos de una filial que represente al menos el 20% de los activos de la sociedad, así como cualquier venta de sus acciones que nos haga perder el control de dicha filial;

- la concesión de garantías o garantías personales para garantizar o garantizar las obligaciones de terceros que superen el 50% de nuestros activos, salvo en lo que respecta a garantías reales o personales, que se otorgan para garantizar obligaciones de nuestras subsidiarias;
- la creación de derechos preferentes para una clase de acciones o una enmienda a las ya existentes, en cuyo caso el derecho de reembolso sólo se devenga para los accionistas disidentes de la clase o clases de acciones afectadas negativamente;
- la modificación de nuestros Estatutos Sociales para corregir cualquier defecto formal en nuestra constitución, lo cual podría hacer que nuestros Estatutos sean nulos y sin efecto, o cualquier modificación de nuestros Estatutos que otorgue a un accionista un derecho de redención;
- la aprobación por nuestros accionistas de que dejemos de estar sujetos a las regulaciones aplicables a las corporaciones de capital público en caso de que ya no cumplamos con los requisitos de la ley chilena para calificar como tal corporación; y
- cualesquiera otras causas que puedan establecerse por la legislación chilena y nuestros Estatutos (actualmente nuestro Reglamento no establece ninguna instancia).

Además, los accionistas de una sociedad anónima tienen derecho de rescate si una persona adquiere dos tercios o más de las acciones con derecho a voto de la compañía y no hace una oferta pública de adquisición para las acciones restantes en un plazo de 30 días de esa adquisición a un precio no inferior al precio que pagarían los accionistas que ejercen sus derechos de reembolso. Sin embargo, el derecho de reembolso descrito en la oración anterior no se

aplica en caso de que la compañía reduzca su capital como resultado de no haber suscrito y haber pagado un aumento de capital dentro del plazo legal.

Por último, los accionistas de una sociedad anónima tienen derecho de reembolso dentro de los 30 días siguientes a la fecha en que el controlador adquiere más del 95% de las acciones de la compañía. Estos derechos de reembolso deben ejercerse en un plazo de 30 días. Los titulares de ADS poseen una participación beneficiosa en acciones que posee el Depositario y, en consecuencia, no son accionistas de la Compañía.

El depositario no ejercerá derechos de reembolso en nombre de los tenedores de ADS. En consecuencia, para asegurar un ejercicio válido de los derechos de rescate, un tenedor de ADS tendría que cancelar sus ADSs y convertirse en un accionista registrado de la Compañía a más tardar cinco días hábiles chilenos antes de la junta de accionistas en la cual el voto que daría lugar a los derechos de reembolso, o la fecha de registro aplicable para los derechos de reembolso que surjan aparte de como resultado de un voto de los accionistas. Los derechos de rescate deben entonces ejercerse de la manera prescrita en el aviso a los accionistas que se requiere que se envíe a los accionistas de las compañías públicas chilenas que aconsejan a tales titulares de su derecho de redención. Si ocurre un evento que da lugar a derechos de rescate, los tenedores de ADS tendrán un tiempo limitado para cancelar sus ADSs y convertirse en accionistas registrados de la Compañía antes de la fecha de registro para la junta de accionistas u otro evento que dé origen a dichos derechos de reembolso. Si un tenedor de ADS no se convierte en un accionista registrado de la Sociedad antes de dicha fecha de registro, no podrá ejercer los derechos de reembolso disponibles para los accionistas registrados.

PLAN DE INVERSIÓN 2017



1. De acuerdo al plan de inversiones anunciado por la compañía para 2017, se espera una aceleración progresiva en el crecimiento de ingresos alcanzando USD 16.500 millones¹ en el año, en razón de un mejor desempeño de los negocios, mayor crecimiento del negocio online, la apertura selectiva de tiendas y un mejor entorno económico regional, particularmente en Perú, Argentina y Brasil
2. Continuación del Plan de Fortalecimiento y Rentabilización implementado llevaría margen Ebitda Ajustado a un rango esperado de 7,3% a 7,6%.
3. Plan de Capex alcanza los USD 500 millones para 2017 y se estima en USD 2,500 millones para los próximos 4 años

Cencosud continuará profundizando su Plan de Fortalecimiento y Rentabilización de sus negocios, acelerando progresivamente el ritmo de crecimiento en ventas, gracias al fortalecimiento de su propuesta de valor, crecimiento del negocio online y crecimiento orgánico en mercados de mayor potencial. Lo anterior, también soportado por una mayor madurez alcanzada en los mercados en que opera, el haber recuperado su solidez financiera y la proyección de un contexto económico regional más favorable, particularmente en Perú, Argentina y Brasil. Se espera alcanzar Ingresos consolidados equivalentes a USD 16.500 millones¹ en el año (lo cual dependerá de las fluctuación de las monedas) y un Margen Ebitda Ajustado en un rango de 7,3% a 7,6%. La Compañía continuará avanzando sostenidamente en los ejes estratégicos definidos:

Fortalecimiento de la propuesta de valor, experiencia y fidelidad de Clientes

El plan de fortalecimiento de la Propuesta de Valor y competitividad de tiendas contempla un aumento en el ritmo de remodelación de locales, junto a una mayor estandarización de procesos operacionales y mejoras en capacidades logísticas.

Se dará un impulso estratégico a CRM y Fidelidad, a través de la implementación de una Plataforma de Customer Centricity, de clase mundial. Esta nueva herramienta en SAP HANA –cuyo primer paso se dará en Chile- otorgará una visión consolidada del cliente a través de todos los formatos y canales, permitiendo optimizar y gestionar en línea acciones comerciales, de marketing y de planificación, generando mayores eficiencias y aumentos en ventas y márgenes.

¹Asume los siguientes tipos de cambio promedio del año 2017:

Chile: 687	Argentina: 17	Brasil: 3,4	Colombia: 3.020	Perú: 3,4
------------	---------------	-------------	-----------------	-----------

Desarrollo Omnicanal, Innovación y liderazgo en nuevas tendencias

Supermercados: Se implementará una nueva plataforma de e-commerce para Chile, Colombia, Argentina y Perú, para obtener sinergia en el desarrollo y soporte de los sitios web en el área de alimentos y una mayor capacidad de adaptación a la demanda. En Chile, se ampliará a todas las capitales regionales la disponibilidad de Click & Collect y la opción de Retiro en Auto; se implementará Self Check Out en 13 locales Jumbo y Self Scanning en 43 locales Santa Isabel, además del 100% de migración a un nuevo sistema tecnológico de cajas. En Argentina se ampliará la cobertura de e-commerce al 100% de las ciudades donde se tenga presencia física y se implementará Retiro al Auto en 10 locales Disco y Jumbo. En Perú se implementará Click & Collect en 4 tiendas y Retiro en Auto en 2 locales; se ofrecerá en todos los locales Kioskos virtuales para las compras non-food y se lanzará el servicio web para compras online en Metro. En Colombia se alcanzará el 100% de cobertura de venta telefónica en ciudades donde se tiene presencia física, se ampliará la cobertura de venta e-commerce y Retiro en Auto de Jumbo en Bogotá, Medellín y Cali y de Click & Collect en Bogotá, y se iniciará la venta e-commerce de alimentos de Metro.

Tiendas por Departamento: En Chile se lanzará un nuevo sitio de e-commerce, para potenciar la tasa de conversión de visitas mediante aumentos de surtido y menor cantidad de pasos para el pago, además de permitir optimizar la operación logística y de back office; se ofrecerá Venta en Verde, mediante la integración tecnológica con proveedores, lo que permitirá ofrecer un mayor surtido con un menor nivel de inventario.

En Perú se iniciará la operación de e-commerce y se dará un salto relevante en la ampliación del surtido online.

Mejoramiento del Hogar: Entrará en operación el WMS (Software de Gestión de Almacenes) en el Centro de Distribución de Easy Chile, para automatizar los pedidos; se automatizará y potenciará las Ventas en Verde y servicio de Click & Collect y se habilitará un módulo especial de Venta Empresa en el sitio web de Chile.

Centros Comerciales: Se ampliará y potenciará el servicio de wifi en los principales Centros Comerciales al igual que el desarrollo de aplicaciones móviles.

También se profundizará el foco en Health & Wellness, cuidado del medio ambiente, aumento en penetración de marcas propias y exclusivas y la implementación de programas de sustentabilidad y RSE en toda la Región.

Eficiencia, productividad y disciplina financiera

Se continuará trabajando en la revisión de tiendas de bajo desempeño y en la búsqueda de eficiencias a través de la consolidación de negociaciones tanto comerciales como no comerciales (servicios, insumos, equipamiento, etc.) y por medio de la optimización y automatización de procesos de back office gestionados en el Centro de Servicios Compartidos.

En logística, se iniciará la construcción de un centro de distribución para Easy en Argentina y la instalación de un sorter automático en el centro de distribución de Buenos Aires. En Chile, se inicia la operación del centro de distribución de perecibles con sorter automático.

En Tiendas por Departamento se ampliará la mecanización del Centro de Distribución. En Colombia, se contempla el fortalecimiento de la red de distribución de perecibles a nivel nacional y en Perú, se implementará un upgrade en la plataforma ERP SAP.

En Brasil, se espera que cambios en procesos permitan asegurar niveles de disponibilidad de productos en sala de sobre 90%, se completará la automatización del sistema de ingresos de productos en SAP (Cadastro) y se implementarán colectores wifi para recepción de productos en tienda.

Cencosud continuará con el Plan de venta de activos y negocios no estratégicos y evaluando alternativas que permitan acelerar el desarrollo del potencial inmobiliario en la Región.

Si bien la Compañía cuenta con un sólido nivel de liquidez y un cómodo perfil de vencimientos, se continuará con la disciplina financiera enfocada en seguir fortaleciendo gradualmente los indicadores financieros y de endeudamiento.

Plan de Inversiones

Durante el 2016 se abrieron 15 nuevas Tiendas: 12 Supermercados, 2 Tiendas por Departamento y 1 Tienda de Mejoramiento del Hogar. Adicionalmente entró en operación 1 nuevo Centro de Distribución de perecederos en Chile, se inició la construcción de 2 Centros Comerciales; uno en La Molina, Perú y otro en Valdivia, Chile y la ampliación del Boulevard de Restaurants en Alto Las Condes. En paralelo se desarrollaron 38 proyectos de remodelación - distribuidos en los 5 países-, 27 de los cuales se completaron dentro del ejercicio.

Para 2017, el foco de inversiones continuará estando en el fortalecimiento de la Propuesta de Valor y competitividad de tiendas, innovación y mejoras en capacidades logísticas y tecnológicas, desarrollo Omnicanal y crecimiento en superficie de ventas a través de apertura selectiva de locales y la aceleración del Plan de Remodelaciones. Adicional a lo anterior, se dará inicio al desarrollo de nuevos Centros Comerciales en la Región y ampliación de Shoppings existentes.

El crecimiento orgánico para los próximos 4 años contempla inversiones por USD 2,500 millones, mientras que el Capex 2017 se estima en USD 500 millones, lo cual se financiará mayoritariamente con la generación de recursos propios.

Distribución de Capex 2017 por tipo de inversión





DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Los abajo firmantes se declaran responsables respecto de la veracidad de la información incorporada en la presente memoria anual 2016, en cumplimiento de la Norma de Carácter General N°30 emitida por la Superintendencia de Valores y Seguros.

Santiago, 31 de marzo de 2017.

NOMBRE Y RUT	CARGO	FIRMA
HORST PAULMANN KEMNA RUT: 3.294.888-K	PRESIDENTE	
HEIKE PAULMANN KOEPFER RUT: 8.953.510-7	DIRECTOR	
PETER PAULMANN KOEPFER RUT: 8.953.509-3	DIRECTOR	
RICHARD BÜCHI BUC RUT: 6.149.585-1	DIRECTOR	
ROBERTO OSCAR PHILIPPS RUT: 5.315.956-7	DIRECTOR	
DAVID GALLAGHER PATRICKSON RUT: 3.413.232-1	DIRECTOR	
CRISTIÁN EYZAGUIRRE JOHNSTON RUT: 4.773.765-6	DIRECTOR	
MARIO VALCARCE DURÁN RUT: 5.850.972-8	DIRECTOR	
JAIME SOLER BOTTINELLI RUT: 7.107.025-5	GERENTE GENERAL CORPORATIVO	

Declaración de Responsabilidad Memoria 2016, Cencosud S.A.

