Reporte Resultados

Segundo Trimestre 2012

"Crecimiento de las ventas impulsa el aumento de la primera línea"

- **Ingresos aumentaron 22% (CLP) año-a-año, impulsados en parte por la adquisición de Prezunic y Johnson**

- **Cencosud comenzó a transar en New York Stock Exchange (NYSE), el 21 de Junio 2012 bajo el ticker "CNCO"**

- **El 13 de Junio 2012 Cencosud inauguró Costanera Center, el mayor centro comercial de Latino América e ícono para la ciudad de Santiago, Chile, elevando la superficie total arrendable a 702,764 m^2 con la adición de 140,000 m^2 de Costanera**

- **Los ingresos de Paris aumentaron 8% año a año y el margen bruto mejoró a 30%. El margen EBITDA alcanzó 9% en el segundo trimestre alcanzando CLP 16.009 millones**

cencosud

Destacados 2T 2012

- Cencosud registró un incremento de 22% en ingresos año a año, principalmente debido a la consolidación de Prezunic y Johnson, a cifras de doble dígito en Same Store Sales (SSS) en Argentina y a la apertura de 82 nuevas tiendas versus 2T11.

- El Resultado Operacional[1] en 2T12 alcanzó CLP 116.960 millones, una disminución de 12% versus 2T11.

- La utilidad disminuyó en 43% versus 2T11, reflejando mayores gastos de administración y ventas y pérdidas no operacionales debido al incremento de los costos financieros y mayores pérdidas por variaciones de tipo de cambio.

- La Compañía obtuvo un EBITDA[2] de CLP 138.027 millones, una disminución de 10% a/a debido al efecto de la variación de la opción call de UBS (CLP -5.529 millones) y a menores resultados del segmento del retail financiero debido a la restructuración del Banco Paris (CLP -4.532 millones), ambos efectos no recurrentes, y en menor medida a un menor resultado de retail financiero en Brasil (CLP -692 millones).

- El margen EBITDA de Paris fue de 9% en 2Q12 y Johnson redujo su EBITDA negativo de CLP 4.790 millones en 1T12 a CLP 1.093 millones negativo en 2T12.

Contenido

Destacados 2T 2012 2

Principales Eventos 2T12 3

Comentario de la Industria de Retail 4

Resultados Financieros 5

Descripción General 2T 2012 6

Desempeño Consolidado 6

Análisis por Negocio y País 12

Capex 20

Resumen de Estado de Situación Financiera 21

Ratios Financieros 22

Referencias 24

Estados Financieros Consolidados 25

Reconciliación de medidas No-IFRS a (Utilidad/Pérdida) 31

[1] El 21 de marzo de 2012, la Superintendencia de Valores y Seguros, SVS, publicó un nuevo modelo de presentación de los estados financieros de 2012, agregando la línea de Resultado Operacional llamada "Ganancias (pérdidas) de actividades operacionales, que incluye el margen bruto, otros ingresos, costo de distribución, gastos de administración, otros gastos por función y otras ganancias (pérdidas).

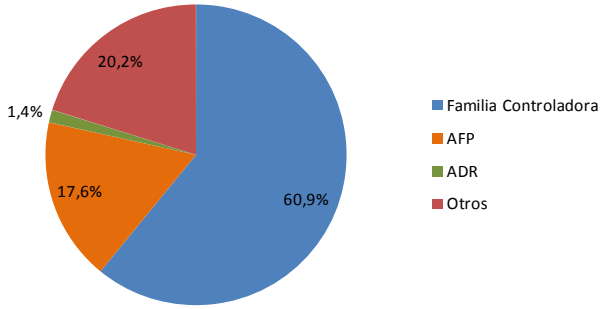
[2] Consulte la sección "Conciliación de medidas no IFRS". EBIT representa el beneficio atribuible a los accionistas controladores antes de gastos netos por intereses y los impuestos sobre la renta. El EBITDA se define como EBIT más depreciación y amortización.

Principales Eventos 2T12

- 2 de abril, 2012: Cencosud aprobó el pago de un dividendo definitivo de CLP $23,52339 por acción. Este fue puesto a disposición de los accionistas el 4 de mayo.
- 24 de abril, 2012: Cencosud llevó a cabo la Junta Ordinaria de Accionistas y eligió los miembros de su Directorio: Horst Paulmann, Heike Paulmann, Peter Paulmann, Sven Von Appen, Roberto Philipps*, Cristián Eyzaguirre*, Erasmo Wong, Julio Moura y David Gallagher *.
- 27 de abril, 2012: El Directorio eligió al Sr. Horst Paulmann como Presidente del Directorio, y a los Sres. Roberto Philipps y Cristian Eyzaguirre como Presidente y Secretario del Comité de Directores respectivamente.
- 22 de mayo, 2012: La Compañía anunció la designación del Sr. Juan Manuel Parada como Gerente Corporativo de Administración y Finanzas de Cencosud. El Sr. Parada se desempeña desde el año 2008 como Gerente General del negocio de Supermercados de la Compañía en Perú, es Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Blas Pascal de Córdova, Argentina y posee un MBA otorgado por el MIT Sloan School of Management.
- 13 de junio, 2012: Inauguración de Mall Costanera Center, un ícono para la ciudad de Santiago con un total de 140.000 m^2 de superficie arrendable. A agosto de 2012 hay un total de 297 locales abiertos (de un total de 326 locales incluyendo Jumbo, Paris e Easy), y record de visitas durante la primera semana. Hoy se encuentra en un nivel de ocupación de 91,1%.
- 21 de junio, 2012: La Compañía fijó el precio de 105 millones de acciones registradas, en la SEC para ser ofrecidas en forma de acciones y de ADSs.
- 22 de junio, 2012: La Compañía comenzó a transar ADSs en NYSE bajo el símbolo “CNCO”. La Compañía también comenzó su periodo de oferta preferente al precio de la oferta pública inicial de CLP 2.600 por acción y terminó el 20 de julio 2012. Los accionistas del grupo controlador renunciaron a sus derechos respecto a 105.000.000 acciones sujetas al periodo de oferta preferente.
- 29 de junio, 2012: Cencosud adquirió el capital remanente de su filial Jumbo Retail Argentina S.A. equivalente al 38,61%, pagando a UBS A.G. London Branch la suma de US$484 millones.

* Miembros del Comité de Directores.

- Al 31 de julio, 2012, la composición accionaria de la compañía es la siguiente:



- Agosto, 2012: La confianza y compromiso de nuestros colaboradores llevaron a Prezunic, nuestra cadena de supermercados en Rio de Janeiro Brasil, a estar dentro del ranking de los mejores lugares para trabajar en Brasil.

Comentario de la Industria de Retail[3]

El Mercado latino Americano de retail se vio caracterizado por un continuo crecimiento en el segundo trimestre, aun cuando muchas economías de la región se han desacelerado.

En Chile, el mercado más grande de Cencosud, la confianza del consumidor se mantuvo firme, con el índice de confianza del consumidor IPEC (Índice de Percepción de la Economía publicado por AdimarkGfK) alcanzando 50,4 puntos en Julio. Esta tendencia refleja la fortaleza de la economía chilena, la cual creció 5,5% en el segundo trimestre, y la demanda interna, que creció 7,1% de acuerdo a lo publicado por el Banco Central de Chile el 20 de agosto, 2012. Estas tendencias confirman el desempeño de Cencosud, en el sector de supermercados, donde las cifras de same store sales (sss) crecieron 5,5%, impulsadas por un crecimiento de 7,6% del tamaño del ticket promedio. Las ventas de supermercados en Chile, medido por el índice ISUP (Índice de Ventas de Supermercados), publicado mensualmente por el Instituto Nacional de Estadísticas, aumentó año con año en abril, mayo y junio un 4,8%, 5,3% y 12,3% respectivamente.

En Brasil, la economía más grande de latino América, ha mostrado una desaceleración de la actividad económica, lo que ha afectado el desempeño de los retailers. La confianza del consumidor disminuyó en mayo, junio y julio de acuerdo a una encuesta de un instituto de investigación privado, la Fundação Getúlio Vargas, publicado mensualmente y una encuesta del Banco Central hecha a 100 analistas publicada el 20 de agosto, muestra que se espera que la economía crezca 1,8% en 2012, comparado con 2,7% en 2011 y 7,5% en 2010. Si bien el crecimiento en el segundo semestre ha sido lento, la inflación del año se espera que llegue a 5,2%, de acuerdo a la encuesta del Banco Central publicada el 20 de agosto. Las cifras de sss de Cencosud reflejan esta desaceleración en la economía, con un 1,7% de crecimiento en el segundo trimestre, comparado con un incremento de 2,6% del primer trimestre. Por otro lado, las ventas de retail crecieron 1,5% en junio de acuerdo a lo publicado por el departamento de estadísticas del gobierno, IGBE (*Instituto Brasileiro de Geografía e Estadística*) el 16 de agosto, más de lo

[3] Referencias al final del documento.

esperado, y el ticket promedio de la compañía para sss creció 6,4%. Las perspectivas para el segundo semestre del año y el 2013 son más optimistas, de acuerdo al Ministro de Finanzas Guido Mantega quien dijo el 16 de agosto que la economía crecerá a una tasa anual del 4% a finales de este año.

La economía en Argentina está experimentando una desaceleración. Cifras económicas oficiales de parte del departamento de estadísticas del gobierno INDEC (*Instituto Nacional de Estadística y Censos*), publicada el 17 de agosto, dan un crecimiento de 12 meses al mes de junio de 5,3%, comparado con 8,9% en 2011. Las cifras de sss para el trimestre crecieron 19,2%. Un estudio de expectativas de inflación de la Universidad Torcuato di Tella publicado en el boletín de agosto 2012 muestra que los argentinos esperan una inflación de 30% en los próximos 12 meses, mientras que el índice de confianza del consumidor, ICC (*Índice de Confianza del Consumidor*) medido por la misma institución ha mostrado una disminución a contar de junio. Por otro lado, el volumen de ventas de supermercados ha aumentado 16,0%, 13,1% y 11,8% en los meses de abril, mayo y junio respectivamente, respecto al año previo de acuerdo a cifras del INDEC.

A pesar de las incertidumbres externas, la economía peruana mantiene su dinamismo, con una tasa de crecimiento del 6,1% en el segundo trimestre de 2012 comparado con el mismo periodo del año anterior, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (INEI). Este crecimiento fue impulsado principalmente por la demanda interna, siendo la construcción (17%), el comercio (6,4%), la agricultura (5,9%) y otros servicios (7,1%), las actividades económicas que impulsaron el crecimiento.

Resultados Financieros

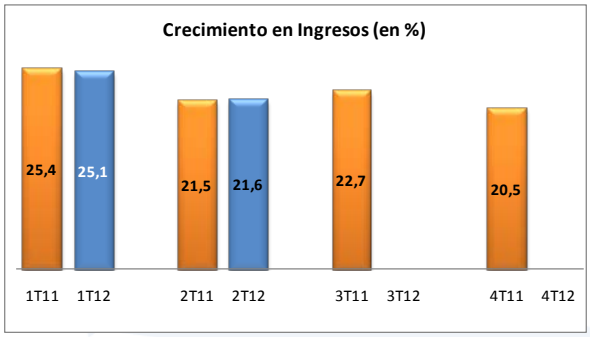
Todas las cifras se encuentran en pesos chilenos (CLP) a menos que se indique lo contrario, y de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS). Las variaciones corresponden a la comparación entre los periodos 2T2011 y 2T2012.

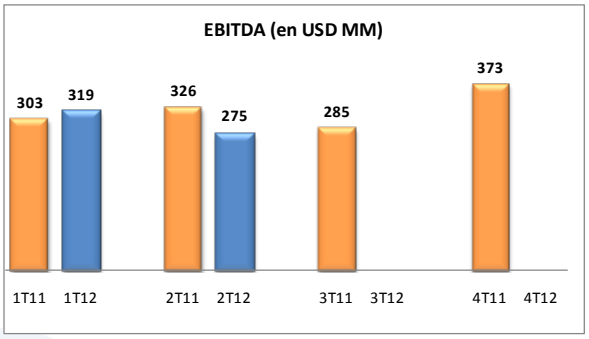
Las cifras y variaciones (%) expresadas en USD fueron convertidas desde pesos chilenos a tipo de cambio de cierre de 468,15 y 501,84 al 2T11 y 2T12 respectivamente.

Los tipos de cambio al cierre de los periodos junio 2011 y 2012, y diciembre 2011 son:

Fecha	30/06/2012	31/12/2011	30/06/2011	Variación Junio 2012 vs Junio 2011 (%)
CLP / USD	501,84	519,20	468,15	7,2%
CLP / Ar$	110,88	120,74	114,02	-2,8%
CLP / Colombiano$	0,28	0,27	0,26	7,7%
CLP / Nuevo Sol Peruano	188,45	193,27	170,30	10,7%
CLP / Real Brasilero	250,08	278,23	300,10	-16,7%

Descripción General 2T 2012





Cifras en USD MM	2T 2012	2T 2011	Variación en USD (%)	Variación en CLP (%)
Ingresos	4.379	3.860	13,4%	21,6%
Chile	1.739	1.631	6,6%	14,3%
Brasil	1.049	826	27,0%	36,1%
Argentina	1.222	1.077	13,4%	21,6%
Perú	349	307	13,9%	22,0%
Colombia	21	20	6,2%	13,8%
Resultado Operacional	233	283	-17,6%	-11,7%
Resultado Neto	73	138	-46,8%	-43,0%
Tiendas	920	773	19,0%	19,0%
Superficie de Ventas (m^2)	3.495.857	2.914.881	19,9%	19,9%
Empleados (jornada completa)	140.875	123.097	14,4%	14,4%

Desempeño Consolidado

Ingresos

	Segundo Trimestre					Seis Meses, terminados el 30 de Junio			
	USD MM	CLP MM al 30 de Junio			USD	CLP MM al 30 de Junio			USD
	2012	2012	2011	Δ %	Δ %	2012	2011	Δ %	Δ %
Ingresos	**4,379**	**2.197.784**	**1.807.214**	**21,6%**	**13,4%**	**4.366.693**	**3.545.848**	**23,1%**	**14,9%**
Supermercados	3,229	1.620.307	1.319.720	22,8%	**14,5%**	3.236.210	2.587.947	25,0%	**16,7%**
Mejoramiento del Hogar	507	254.414	215.816	17,9%	**10,0%**	513.734	442.990	16,0%	**8,2%**
Tiendas por Departamento	421	211.395	165.572	27,7%	**19,1%**	395.875	309.184	28,0%	**19,4%**
Centros Comerciales	73	36.731	30.912	18,8%	**10,8%**	69.543	60.470	15,0%	**7,3%**
Servicios Financieros	143	71.672	72.243	-0,8%	**-7,5%**	144.122	138.213	4,3%	**-2,7%**
Otros	7	3.265	2.951	10,6%	**3,2%**	7.210	7.045	2,3%	**-4,5%**

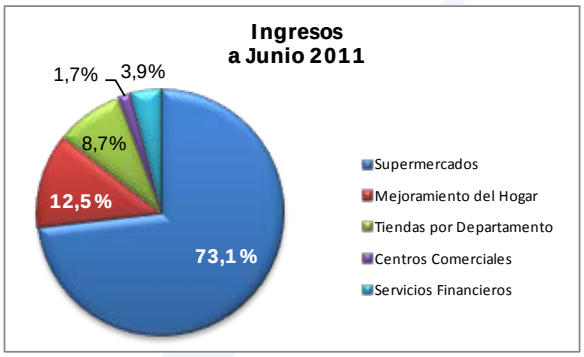
Los Ingresos consolidados aumentaron de CLP 1.807 billones en 2T11 a CLP 2.198 billones en junio 2012, representando un 22% de incremento año a año. Este incremento se vio impulsado por SSS de doble digito en Argentina, la adquisición de Prezunic y Johnson, SSS positivos a través de todas las divisiones de negocios retail y un incremento de 20% de la superficie de ventas en 2T2012.

- Los Ingresos en Supermercados en 2T12 se incrementaron en 22,8% año a año, alcanzando CLP 1.620 billones, impulsados por la consolidación de Prezunic, cifras de sss de doble dígito en Argentina, cifras positivas de sss en Chile y Perú, y a la apertura de 82 nuevos supermercados en la región versus junio 2011 (+17% de incremento en la superficie de ventas). Lo anterior se

vio parcialmente compensado por la depreciación del real brasilero y el peso argentino con respecto al peso chileno.

- Los ingresos de Mejoramiento del Hogar incrementaron en 17,9% año a año, llegando a CLP 254 billones en 2T12. El crecimiento es producto de cifras de dos dígitos de sss en Argentina (+31%) y cifras positivas en Chile (7,8%) y Colombia (+5,3%), la apertura de Easy Costanera en Junio, y tres meses de operación en 2Q12 versus un mes y medio en 2Q11 de la tienda en Calama. En menor medida este aumento en ingresos también está dado por el aumento del comercio mayorista y retail en chile.
- Los Ingresos de Tiendas por Departamento totalizaron CLP 211 billones, +27,7% año a año, impulsadas por la consolidación de Johnson, dos nuevas tienda Paris versus 2T11 (Osorno y Costanera) y un incremento de 5,5% en sss.
- Los Ingresos de Centros Comerciales crecieron 18,8% año a año, alcanzando CLP 37 billones después de la ampliación de un centro comercial en Chile (Belloto) y las aperturas de Costanera Center y Portal Osorno.
- Las operaciones de Servicios Financieros mostraron una disminución de 0,8% año a año, totalizando CLP 72 billones, reflejando un decrecimiento de los ingresos en Chile debido a menos ventas de seguros (CLP -2.805 millones) dado que desde enero 2012 hubo un cambio en la legislación que impulsó la toma de los seguros sólo de forma voluntaria, y por menores ingresos del Banco (CLP -3.615 millones) debido a menores colocaciones y menor tasa de interés, parcialmente compensado con mayores ingresos en Argentina y Perú (principalmente debido al aumento de los portfolio) y la incorporación del portfolio de Johnson (CLP 3.254 millones).

Ingresos por Negocio [4]

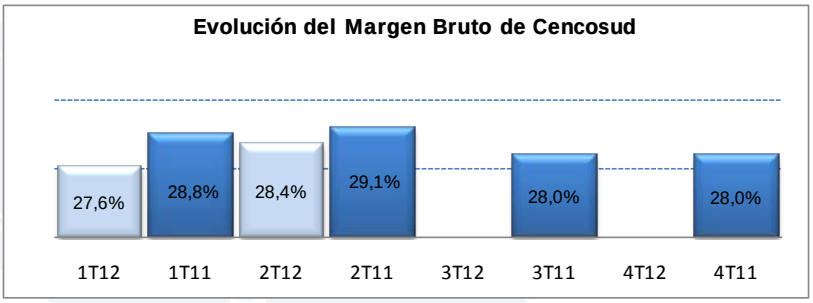


Margen Bruto

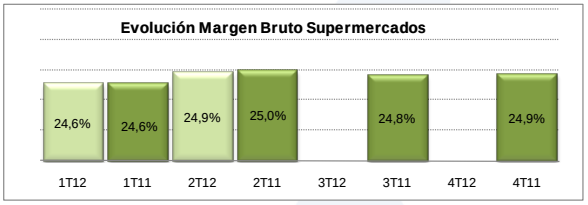
	Segundo Trimestre					Seis Meses, terminados el 30 de Junio			
	USD MM	CLP MM al 30 de Junio			USD	CLP MM al 30 de Junio			USD
	2012	2012	2011	Δ %	Δ %	2012	2011	Δ %	Δ %
Resultado Bruto	**1.244**	**624.416**	**525.024**	**18,9%**	**10,9%**	**1.227.218**	**1.025.681**	**19,7%**	**11,6%**
Supermercados	804	403.588	329.604	22,4%	**14,2%**	800.321	641.001	24,9%	**16,5%**
Mejoramiento del Hogar	159	79.924	67.272	18,8%	**10,8%**	161.322	137.296	17,5%	**9,6%**
Tiendas por Departamento	125	62.657	49.364	26,9%	**18,4%**	110.080	88.929	23,8%	**15,5%**
Centros Comerciales	63	31.725	26.873	18,1%	**10,1%**	59.437	51.793	14,8%	**7,1%**
Servicios Financieros	88	44.177	51.137	-13,6%	**-19,4%**	90.168	102.603	-12,1%	**-18,0%**
Otros	5	2.345	773	203,3%	**182,9%**	5.891	4.058	-45,1%	**35,4%**
Margen Bruto (%)		**28,4%**	**29,1%**	**-63,7**	**bps**	**28,1%**	**28,9%**	**-82,1**	**bps**

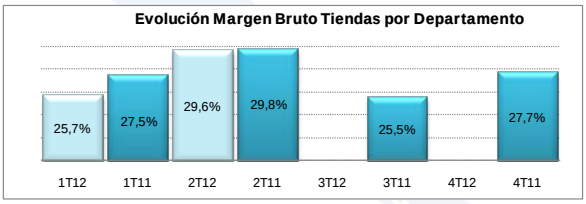
[4] Ingresos Netos no incluyen Otros Ingresos

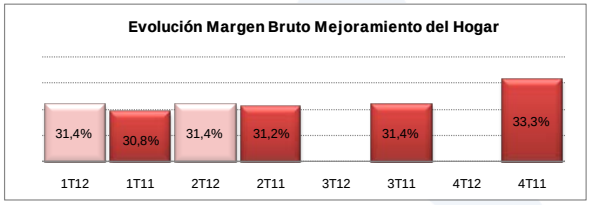
El Margen Bruto Consolidado para el trimestre disminuyó a 28,4% en 2Q12 desde 29,1% en 2Q11, reflejando el efecto de la consolidación de Prezunic en la división de Supermercados y Johnson en la división de Tiendas por Departamento.

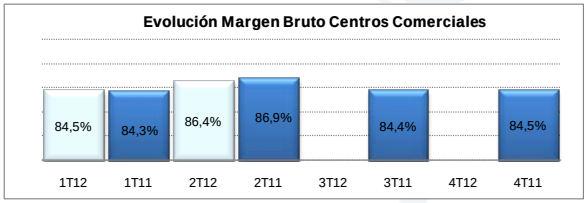


Margen Bruto [5] por Negocio







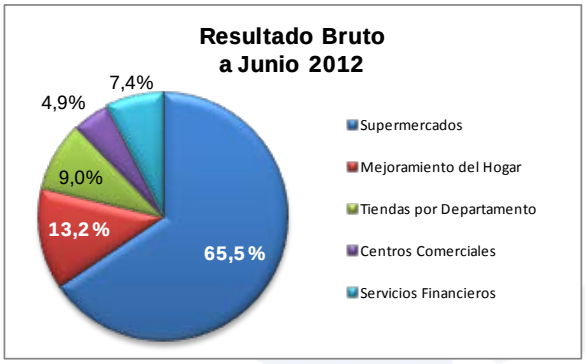


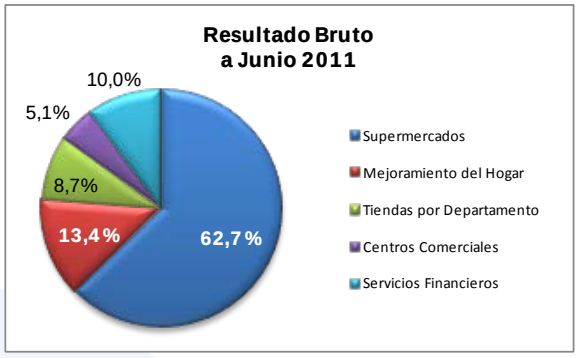
- El margen bruto de Supermercados fue 24,9%, prácticamente sin variación año a año principalmente debido a la mejora de las operaciones en Chile y Argentina, parcialmente compensado por menores resultados de Perú y Brasil como consecuencia de la incorporación de Prezunic y un mejor desempeño de Bretas y GBarbosa.
- El margen bruto de Mejoramiento del Hogar incrementó a 31,4% en 2T12 desde 31,2% en 2T11, debido a mejores márgenes en Argentina.
- El margen bruto de Tiendas por Departamento pasó de 29,8% en 2T11 a 29,6% en 2T12 producto de la consolidación de Johnson parcialmente compensada con un mejor desempeño de las tiendas Paris.
- El margen bruto de los Centros Comerciales cayó a 86,4% desde 86,9% en 2T11 debido a una desaceleración de la operación en Argentina.
- Servicios Financieros registró una disminución del su margen bruto de 70,8% en 2Q11 a 61,6% en 2Q12 producto de mayores costos debido a una provisión en el mes de abril (CLP 1.272 millones) en Chile por el evento *Mis Cuentas*[6], mayores costos por la incorporación de Johnson (CLP 1.263) y mayor cargo por riesgo de la división por CLP 5.896 asociado a un mayor porfolio

[5] Resultado Bruto no incluye Otros Resultados

[6] En Abril 2012 la compañía *Mis Cuentas* fue acusada de haberse apropiado indebidamente de los pagos de clientes por un competidor relevante en la división de Tiendas por Departamento. Esta compañía era responsable de la recaudación de las cuentas de tarjeta de crédito pagadas vía electrónica a través de su página web.

promedio en los primeros 6 meses del año versus 2011 y a un leve aumento en el riesgo de éste. Cabe mencionar, que este mayor cargo por riesgo incluye efectos por una vez.

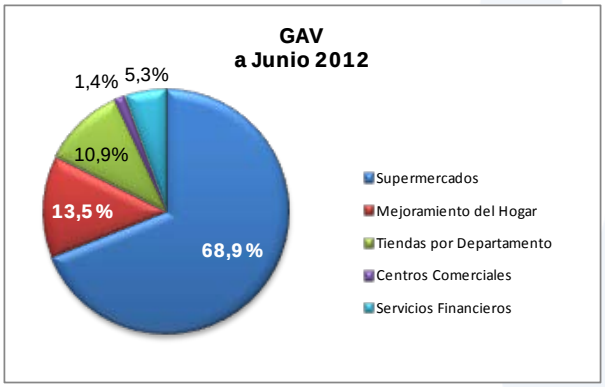


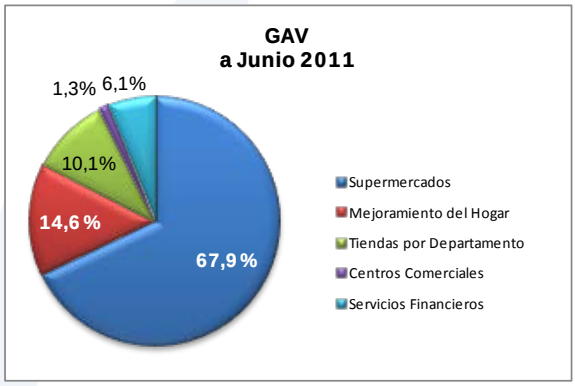


Gastos de Administración y Ventas (GAV)

	Segundo Trimestre					Seis Meses, terminados el 30 de Junio			
	USD MM	CLP MM al 30 de Junio			USD	CLP MM al 30 de Junio			USD
	2012	2012	2011	Δ %	Δ %	2012	2011	Δ %	
GAV	**-1,050**	**-526.686**	**-399.266**	**31,9%**	**23,1%**	**-1.010.578**	**-781.317**	**29,3%**	**20,7%**
Supermercados	-690	-346.179	-258.688	33,8%	**24,8%**	-669.625	-507.721	31,9%	**23,0%**
Mejoramiento del Hogar	-140	-70.469	-57.268	23,1%	**14,8%**	-131.144	-109.548	19,7%	**11,7%**
Tiendas por Departamento	-110	-55.003	-38.181	44,1%	**34,4%**	-106.184	-75.600	40,5%	**31,0%**
Centros Comerciales	-11	-5.691	-4.301	32,3%	**23,4%**	-13.317	-9.727	36,9%	**27,7%**
Servicios Financieros	-57	-28.698	-22.771	26,0%	**17,6%**	-51.243	-45.301	13,1%	**5,5%**
Otros	-41	-20.646	-18.057	14,3%	**6,7%**	-39.064	-33.420	16,9%	**9,0%**
GAV sobre ventas (%)		**-24,0%**	**-22,1%**	**-187,2**	**bps**	**-23,1%**	**-22,0%**	**-110,8**	**bps**

Los GAV en 2T12 fueron CLP 525,686 millones, un incremento de 31,9% año a año, producto del incremento en los ingresos de la Compañía, el impacto negativo de la consolidación de Johnson en Tiendas por Departamento y Prezunic en la operación de Supermercados Brasil, el aumento en los gastos de personal en Argentina debido al aumento de los salarios en el país reflejando las altas tasas de inflación y la integración de Johnson en la división de Tiendas por Departamento. El aumento en los gastos de personal es debido a una negociación a nivel de industria que se realiza una vez al año, y este año el aumento fue de 24% en moneda local.





Resultado Operacional

	Segundo Trimestre					Seis Meses, al 30 de junio			
	USD MM	MMCh$ al 30 de Junio			USD	MMCh$ al 30 de Junio			USD
	2012	2012	2011	Δ %	Δ %	2012	2011	Δ %	Δ %
Resultado Operacional	**233**	**116.960**	**132.483**	**-11,7 %**	**-17,6 %**	**250.050**	**265.745**	**-5,9 %**	**-12,2 %**
Supermercados	117	58.506	72.725	-19,6%	**-25,0 %**	133.069	136.790	-2,7%	**-9,3 %**
Mejoramiento del Hogar	19	9.502	10.041	-5,4%	**-11,7 %**	30.282	27.819	8,9%	**1,5 %**
Tiendas por Departamento	15	7.743	11.188	-30,8%	**-35,4 %**	4.080	13.334	-69,4%	**-71,5 %**
Centros Comerciales	88	44.243	30.818	43,6%	**33,9 %**	85.318	62.486	36,5%	**27,4 %**
Servicios Financieros	31	15.535	28.228	-45,0%	**-48,7 %**	38.980	57.322	-32,0%	**-36,6 %**
Otros[7]	-37	-18.569	-20.517	-9,5%	**-15,6 %**	-41.679	-32.006	30,2%	**21,5 %**
Margen Operacional (%)		**5,3 %**	**7,3 %**	**-200,9**	**bps**	**5,7 %**	**7,5 %**	**-176,8**	**bps**

Resultado Operacional [8] por Negocio

- El Resultado Operacional de Supermercados fue CLP 58.506 millones en 2T12 comparado a CLP 72.725 millones en 2T11 (un 20% de disminución año a año). La compañía tuvo menores resultados de Argentina producto del aumento en los salarios de la industria (en pesos argentinos los salarios aumentaron aproximadamente 25% año a año), debido a la negociación anual de los sindicatos de la industria. Además, el resultado operacional refleja una menor contribución desde la operación en Brasil después de la consolidación de Prezunic y menores resultados de BGarbosa. Por otro lado, tanto la operación en Chile como en Perú, aumentaron sus resultados, el último a pesar del aumento del salario mínimo en Perú.[9]
- El Resultado Operacional de Mejoramiento del Hogar fue CLP 9.502 millones en 2T12, una disminución de 5% debido a un peor desempeño en Argentina, compensado por un mejor desempeño en Chile. En el caso de Argentina el resultado operacional se vio afectado por el aumento en los GAV, específicamente en los gastos de personal debido a las negociaciones de la industria. En Colombia, en enero 2012 la compañía implementó iniciativas para la mejora de procesos y optimización de dotaciones, resultando en menores pérdidas operacionales.
- En Tiendas por Departamento el Resultado Operacional en 2T11 alcanzó CLP 11.188 millones versus CLP 7.743 millones en 2T12. El resultado refleja la integración de tiendas Johnson que

[7] Incluye Otros ingresos por función y Otras ganancias (pérdidas)
[8] Gráficos de Resultado Operacional no incluye el segmento Otros, Otros Ingresos por función ni Otras ganancias (pérdidas).
[9] El salario mínimo aumentó de S/.600 a S/.750 en dos tramos, en agosto del 2011 aumentó de S/. 600 a S/. 675 y en junio del 2012 aumentó de S/. 675 a S/.750.

registró una pérdida de CLP 3.970 millones[10]. Considerando solo el desempeño de Tiendas Paris, el resultado operacional incrementó en 5% en 2T12 versus el mismo periodo del año previo.

- El Resultado Operacional de la división de Centros Comerciales aumentó en 44%, a CLP 44.243 millones, principalmente debido al revalúo de propiedades de inversión (CLP 18.205 millones), en el caso de Chile luego del aumento del VPN de los flujos al incorporar los ingresos de la unidad de estacionamientos compensado por menores flujos de la operación argentina al aumentar la tasa de riesgo país. Además, Cencosud tuvo mayores ganancias provenientes de los nuevos centros comerciales Costanera y Osorno.
- En la división de Servicios Financieros el resultado operacional disminuyó 45% por mayores GAV en 2Q12 (CLP 4.532 millones) debido a la reestructuración de Banco Paris en Chile: indemnizaciones, castigos de activo fijo y término anticipado arriendos y la incorporación del negocio financiero de Johnson.

Resultado No Operacional[11]

	Segundo Trimestre			Seis Meses al 30 de Junio		
	MMCh$ al 30 de Junio			MMCh$ al 30 de Junio		
	2012	2011	Δ %	2012	2011	Δ %
Resultado No Operacional						
Participación en Ganancia de Asociadas Contabilizadas por el Método de la Participación	1.140	502	127,3%	2.240	1.689	32,6%
Ingresos Financieros	1.881	2.224	-15,5%	4.688	5.913	-20,7%
Costos Financieros [para Actividades No Financieras]	-48.230	-35.329	36,5%	-98.014	-69.283	41,5%
Ingresos (Pérdidas) por variaciones de tipo de cambio	-9.226	1.723	-635,6%	-2.607	-1.957	33,2%
Resultado por Unidades de Reajuste	-5.381	-10.518	48,8%	-14.029	-16.777	-16,4%
	-59.816	**-41.399**	**44,5%**	**-107.721**	**-80.415**	**34,0%**

En 2T11 la compañía registró una pérdida no operacional de CLP 41.399 millones, comparado a una pérdida no operacional de CLP 59.816 millones en 2T12. Esto como resultado de que Cencosud tuvo un incremento de Costos Financieros debido a una mayor deuda financiera y menor caja disponible como consecuencia de la adquisición de Prezunic y Johnson, y en menor medida, debido a mayores pérdidas por efecto de variaciones de tipo de cambio.

Resultado Neto

El Resultado Neto para el trimestre fue CLP 36.702 millones, una baja de 43% versus CLP 64.373 millones obtenidos en 2T11 principalmente debido a una reducción de 12% en el resultado operacional comparado con el segundo trimestre 2011 impulsado por mayores costos relacionados a la integración de nuevos negocios, mayores costos de personal y al menor desempeño de la división de servicios financieros. Adicionalmente, en cuanto al resultado no operacional, los costos de financiamiento aumentaron y el trimestre se vio fuertemente afectado por pérdidas de tipo de cambio.

10 El Resultado Operacional de Johnson para el 2Q12 fue una pérdida de CLP 6,685 millones.

11 El Resultado No operacional incluye "Participación en Ganancia de Asociadas Contabilizadas por el Método de la Participación". El resultado operacional considera "Otras ganancias (pérdidas)" debido a quela SVS, publicó un nuevo modelo de presentación de los estados financieros de 2012, agregando la línea de Resultado Operacional llamada "Ganancias (pérdidas) de actividades operacionales".

EBITDA

	Segundo Trimestre					Seis Meses al 30 de Junio			
	MMUS$	MMCh$ al 30 de Junio			US$	MMCh$ al 30 de Junio			US$
	2012	2012	2011	Δ %	Δ %	2012	2011	Δ %	Δ %
EBITDA	**275**	**138.027**	**152.658**	**-9,6 %**	**-15.7 %**	**302.185**	**306.682**	**-1,5 %**	**-8.1 %**
Supermercados	158	79.355	90.580	-12,4%	**-18.3 %**	173.848	173.285	0,3%	**-6.4 %**
Mejoramiento del Hogar	27	13.777	14.025	1,8%	**-8.4 %**	38.788	36.088	7,5%	**0.3 %**
Tiendas por Departamento	30	14.916	15.405	-3,2%	**-9.7 %**	17.305	21.736	-20,4%	**-25.7 %**
Centros Comerciales	91	45.820	31.893	43,7%	**34.0 %**	88.444	65.318	35,4%	**26.3 %**
Servicios Financieros	33	16.507	28.960	-43,0%	**-46.8 %**	40.528	58.836	-31,1%	**-35.7 %**
Otros	-64	-32.348	-28.205	-14,7%	**7.0 %**	-56.728	-48.581	-16,8%	**8.9 %**
Margen Ebitda (%)		**6,3 %**	**8,4 %**	**-216,7**	**bps**	**6,9 %**	**8,6 %**	**-172,9**	**bps**

El EBITDA consolidado para el trimestre disminuyó 9,6% alcanzando CLP 138.027 millones, comparado a los CLP 152.658 millones en 2T11.

Análisis por Negocio y País

Hipermercados y Supermercados

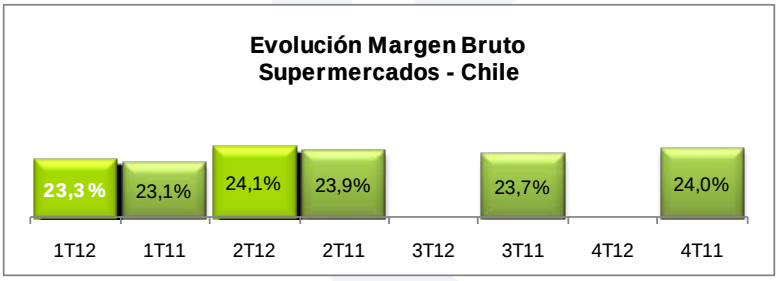
Chile

CHILE – HIPERMERCADOS Y SUPERMERCADOS*

Same Store Sales Nominal	Q1	Q2	Q3	Q4	6M	9M	12M
2012	6,6%	**5,5%**			**5,8%**		
2011	5,4%	**4,4%**	4,6%	4,6%	**4,9%**	4,8%	4,7%
2010	3,0%	**4,5%**	7,0%	8,6%	**3,7%**	4,9%	5,9%
N° Same Store Tickets							
2012	9,2%	**-2,5%**			**3,3%**		
2011	4,7%	**-2,2%**	-3,6%	-2,5%	**1,2%**	-0,5%	-1,1%
2010	-4,4%	**-0,2%**	-1,9%	0,0%	**-2,3%**	-2,1%	-1,6%
SS Ticket Nominal Promedio							
2012	-2,4%	**7,6%**			**2,4%**		
2011	0,7%	**6,7%**	8,5%	7,3%	**3,7%**	5,3%	5,8%
2010	7,7%	**4,7%**	9,0%	8,7%	**6,1%**	7,1%	7,6%

** Medido en moneda local.*

En el 2T12 el número de same store tickets ha disminuido debido principalmente a una disminución en el número de same store tickets de Santa Isabel (-3,9%). La disminución de Santa Isabel se debe principalmente a la apertura de nuevas tiendas de la competencia en las áreas cercanas y remodelación de las tiendas (85%) en los meses de abril y mayo, y en menor medida debido a la canibalización (15%), debido a la apertura de nuevos supermercados Cencosud en la zona.

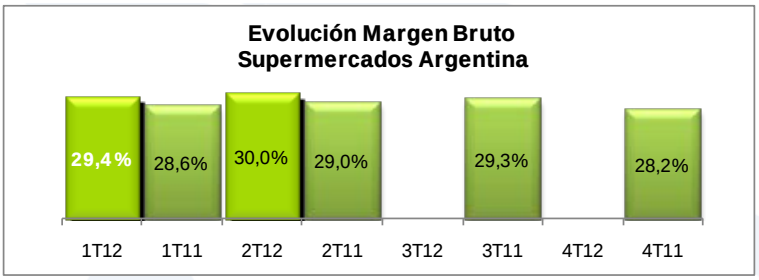


Argentina

ARGENTINA – HIPERMERCADOS Y SUPERMERCADOS*

Same Store Sales Nominal	Q1	Q2	Q3	Q4	6M	9M	12M
2012	22,3%	**19,2%**			**20,6%**		
2011	23,8%	**23,0%**	22,9%	22,8%	**23,4%**	23,2%	22,5%
2010	21,4%	**25,9%**	27,0%	26,3%	**23,7%**	24,8%	25,2%
N° Same Store Tickets							
2012	-0,8%	**-0,8%**			**-0,8%**		
2011	-4,7%	**-4,9%**	-4,3%	-2,4%	**-4,8%**	-4,6%	-4,1%
2010	-2,2%	**-0,9%**	-1,2%	-2,8%	**-1,5%**	-1,4%	-1,8%
SS Ticket Nominal Promedio							
2012	23,3%	**20,2%**			**21,6%**		
2011	29,8%	**29,4%**	28,5%	25,8%	**29,6%**	29,2%	28,3%
2010	24,1%	**27,0%**	28,5%	29,9%	**25,6%**	26,6%	27,5%

** Medido en moneda local.*



Brasil

BRASIL - HIPERMERCADOS Y SUPERMERCADOS*

Same Store Sales Nominal	Q1	Q2	Q3	Q4	6M	9M	12M
2012	2,6%	**1,7%**			**2,2%**		
2011	4,6%	**3,5%**	0,0%	-0,3%	**4,0%**	2,5%	1,4%
2010	11,0%	**4,5%**	8,2%	5,1%	**7,6%**	7,8%	7,1%
N° Same Store Tickets							
2012	-3,1%	**-4,4%**			**-3,7%**		
2011	-2,0%	**5,7%**	0,9%	-12,9%	**1,8%**	1,5%	-4,4%
2010	1,6%	**-4,7%**	-3,5%	-5,3%	**-1,6%**	-2,2%	-3,0%
SS Ticket Nominal Promedio							
2012	5.9%	**6,4%**			**6,1%**		
2011	6,7%	**-2,1%**	-0,9%	14,4%	**2,2%**	1,0%	6,2%
2010	9,2%	**9,7%**	12,2%	10,9%	**9,4%**	10,3%	10,4%

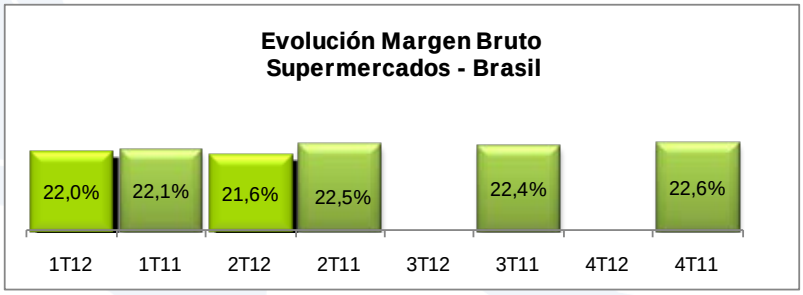
** Medido en moneda local.*
** No incluye Bretas*

BRAZIL - PREZUNIC

Same Store Sales Nominal	Q1	Q2	Q3	Q4	6M	9M	12M
2012	11,5%	**10,0%**			**10,7%**		
N° Same Store Tickets							
2012	2,3%	**-1,5%**			**0,4%**		
SS Ticket Nominal Promedio							
2012	8,9%	**11,6%**			**10,3%**		

Como muestra la tabla de arriba, la compañía no ha visto una desaceleración en Brasil en 2012. En el caso de nuestra cadena en Rio de Janeiro, Prezunic, ha mostrado un crecimiento de doble dígito de SSS durante el año. El desempeño global de Brasil se ha visto afectado por el proyecto de implementación de SAP que apunta a tener una sola plataforma de SAP para supermercados en Brasil. El proyecto consta de 3 etapas. La

primera etapa termina en septiembre con la incorporación del último centro de distribución de GBarbosa, nuestra cadena de supermercados en el nordeste de Brasil. La segunda etapa termina con la incorporación de Bretas en marzo 2013 y la tercera con la incorporación de Prezunic en junio 2013.



Los ingresos de supermercados en Brasil para el trimestre fueron CLP 525.043 millones, un incremento de 36,4% año a año, impulsado principalmente por la consolidación de Prezunic, que contribuyó con ventas por CLP 154.000 millones en 2Q12 y una superficie de ventas de 72.108 m^2.

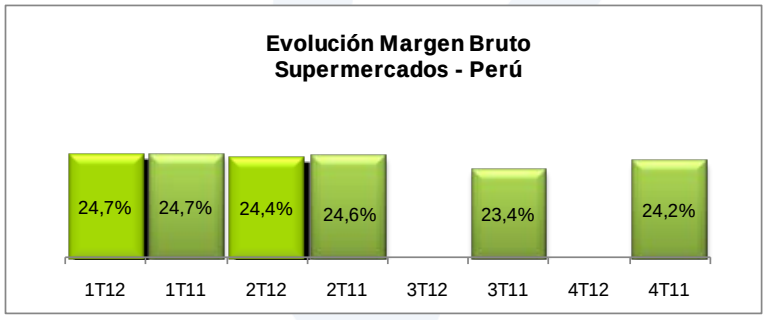
Perú

PERÚ - HIPERMERCADOS Y SUPERMERCADOS*

Same Store Sales Nominal	Q1	Q2	Q3	Q4	6M	9M	12M
2012	8,6%	**4,3%**			**6,4%**		
2011	1,7%	**4,5%**	10,4%	8,7%	**3,1%**	5,6%	6,5%
2010	-2,6%	**-3,3%**	-2,2%	-1,4%	**-3,0%**	-2,7%	-2,3%
N° Same Store Tickets							
2012	1,5%	**0,2%**			**0,8%**		
2011	-2,2%	**-1,8%**	0,0%	0,8%	**-2,0%**	-1,3%	-0,8%
2010	-0,7%	**0,3%**	-0,3%	-1,9%	**-0,2%**	-0,2%	-0,7%
SS Ticket Nominal Promedio							
2012	7,0%	**4,1%**			**5,5%**		
2011	3,9%	**6,5%**	10,4%	7,8%	**5,2%**	7,0%	7,3%
2010	-1,9%	**-3,6%**	-1,9%	0,5%	**-2,7%**	-2,5%	-1,7%

** Medido en moneda local.*

La compañía inició el programa de expansión fuera de Lima, hacia provincias en el año 2010 con un 20% de las tiendas fuera de Lima a finales de año. En junio de 2012, la empresa cuenta con 22 de las 75 tiendas fuera de Lima, lo que representa el 29% de nuestras tiendas en Perú.



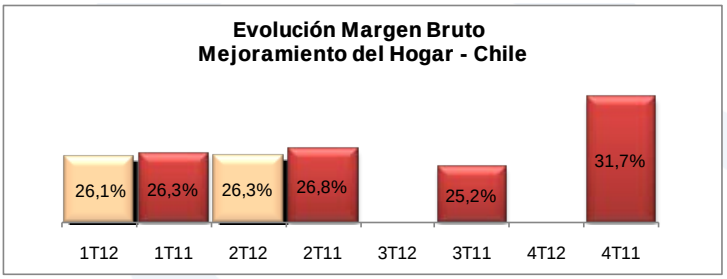
Mejoramiento del Hogar

Chile

EASY CHILE – MEJORAMIENTO DEL HOGAR*

Same Store Sales Nominal	Q1	Q2	Q3	Q4	6M	9M	12M
2012	3,1%	**7,8%**			**5,3%**		
2011	11,2%	**1,7%**	1,6%	4,8%	**6,4%**	4,9%	4,9%
2010	27,3%	**27,6%**	24,3%	16,9%	**27,4%**	26,4%	23,7%
N° Same Store Tickets							
2012	0,9%	**-0,1%**			**0,4%**		
2011	11,0%	**5,1%**	5,8%	5,2%	**8,0%**	7,3%	6,7%
2010	15,1%	**15,6%**	14,2%	13,2%	**15,4%**	15,0%	14,5%
SS Ticket Nominal Promedio							
2012	2,1%	**7,9%**			**4,9%**		
2011	0,2%	**-3,2%**	-4,0%	-0,4%	**-1,5%**	-2,3%	-1,7%
2010	10,5%	**10,4%**	8,8%	3,3%	**10,5%**	9,9%	8,1%

** Medido en moneda local.*



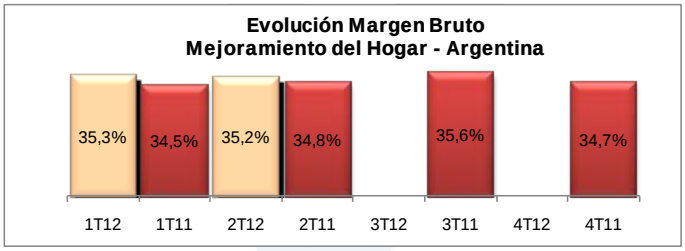
Argentina

EASY ARGENTINA – MEJORAMIENTO DEL HOGAR*

Same Store Sales Nominal	Q1	Q2	Q3	Q4	6M	9M	12M
2012	30,0%	**31,0%**			**30,5%**		
2011	28,0%	**26,2%**	34,2%	38,3%	**27,1%**	29,7%	32,3%
2010	22,7%	**29,0%**	23,3%	35,2%	**25,8%**	24,9%	27,8%
	30,0%						
2012	2,8%	**4,4%**			**3,6%**		
2011	1,1%	**1,5%**	5,0%	10,0%	**1,3%**	2,6%	4,6%
2010	0,1%	**2,3%**	-2,0%	3,8%	**1,1%**	0,1%	1,0%
SS Ticket Nominal Promedio							
2012	27,0%	**25,5%**			**26,0%**		
2011	26,6%	**24,3%**	27,8%	25,8%	**25,5%**	26,4%	26,5%
2010	22,6%	**26,2%**	25,8%	30,3%	**24,4%**	24,8%	26,5%

** Medido en moneda local*

SSS no incluye tiendas Blastein.

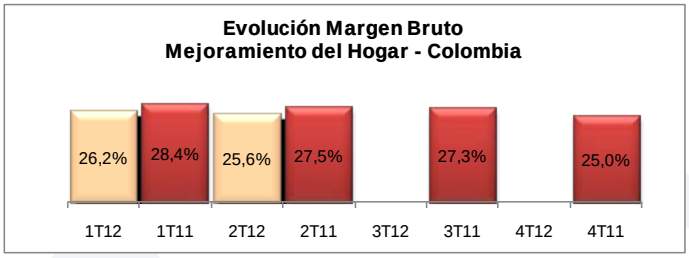


Colombia

COLOMBIA –MEJORAMIENTO DEL HOGAR*

Same Store Sales Nominal	Q1	Q2	Q3	Q4	6M	9M	12M
2012	11,2%	**5,3%**			**8,3%**		
2011	6,7%	**12,1%**	11,6%	13,9%	**10,3%**	10,8%	11,8%
2010	-0,1%	**-10,9%**	-3,9%	-0,6%	**-5,7%**	-5,1%	-3,6%
N° Same Store Tickets							
2012	5,9%	**2,3%**			**4,1%**		
2011	-10,9%	**-10,3%**	-5,5%	-2,0%	**-10,5%**	-8,5%	-6,5%
2010	3,2%	**-1,0%**	4,5%	0,1%	**1,1%**	2,2%	1,5%
SS Ticket Nominal Promedio							
2012	5,0%	**3,0%**			**4,0%**		
2011	19,8%	**24,9%**	18,0%	16,2%	**23,2%**	21,1%	19,6%
2010	-3,2%	**-10,0%**	-8,1%	-0,7%	**-6,8%**	-7,2%	-4,9%

** Medido en moneda local.*



Tiendas por Departamento

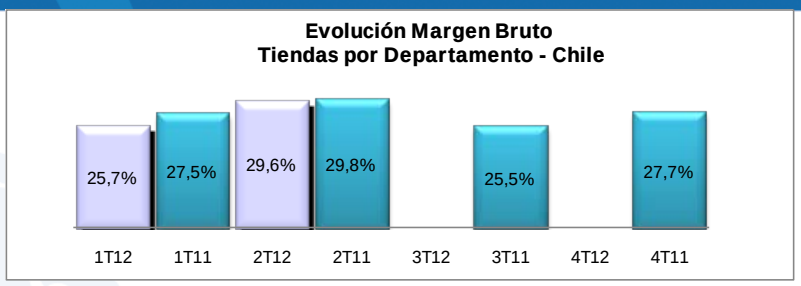
Los ingresos netos para el trimestre fueron CLP 211.395 millones, un incremento de 27,7% año a año. El incremento refleja la consolidación de Johnson que agregaron CLP 32.548 millones en ventas en 2T12 y 118.578 m^2 de superficie de ventas, y un crecimiento del 8% de Tiendas Paris. El crecimiento en Paris esta dado por un sss de +5,5% con mejoras en todas las categorías especialmente de vestuario y la apertura de las Tiendas Osorno en mayo y Costanera Center junio.

PARIS – TIENDAS POR DEPARTAMENTO*

Same Store Sales Nominal	Q1	Q2	Q3	Q4	6M	9M	12M
2012	9,4%	**5,5%**			**7,3%**		
2011	17,9%	**-1,9%**	3,5%	4,7%	**6,4%**	5,4%	5,2%
2010	11,1%	**30,8%**	22,4%	15,4%	**21,7%**	22,0%	19,7%
N° Same Store Tickets							
2012	3,3%	**-0,6%**			**1,4%**		
2011	17,4%	**2,0%**	-0,3%	-0,1%	**9,4%**	6,0%	3,9%
2010	-4,7%	**21,8%**	22,9%	13,3%	**7,5%**	12,5%	12,7%
SS Ticket Nominal Promedio							
2012	5,7%	**6,2%**			**5,9%**		
2011	0,4%	**-3,9%**	3,8%	4,8%	**-2,7%**	-0,5%	1,2%
2010	16,5%	**7,4%**	-0,4%	1,9%	**13,2%**	8,4%	6,2%

** Medido en moneda local*
*** SSS no incluye Umbrale y Foster.*

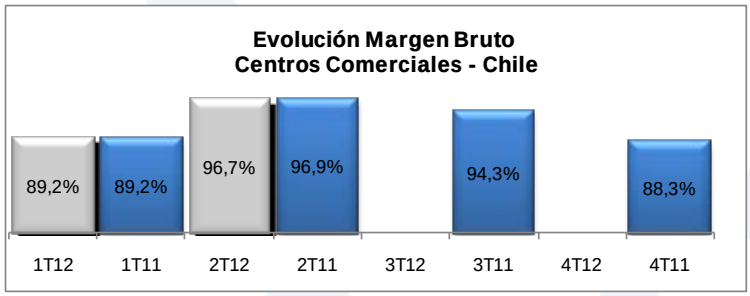
El resultado bruto para el trimestre incrementó 26,9% año a año, a CLP 62.657 millones. El margen bruto disminuyó de 29,8% a 29,6% en 2T12, producto de la integración de Johnson que registró un margen de 27,5% en 2T12. Este impacto se vio compensado con una mejora en los resultados de Paris.

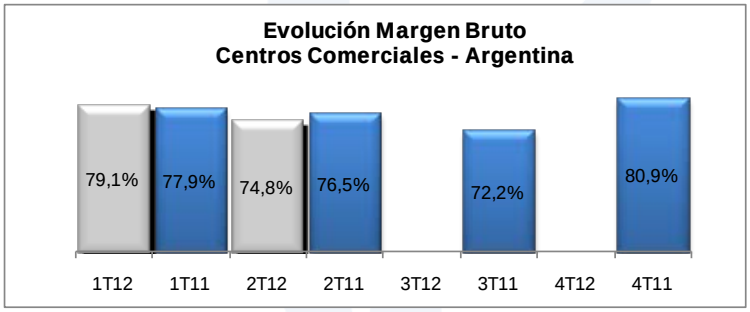


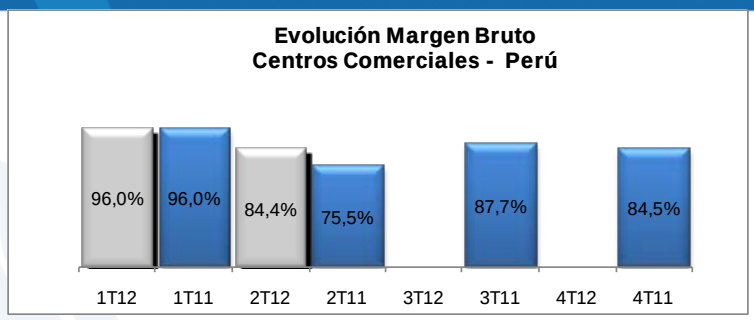
El Resultado Operacional de Tiendas por Departamento fue CLP 7.743 millones en 2T12, lo cual se compara con CLP 11.188 millones en 2T11. Sólo considerando tiendas Paris el resultado operacional mostró un incremento de 4,7% producto del crecimiento en el margen bruto y el control adecuado sobre los GAV sobre Ventas, aun considerando los efectos de los gastos de puesta en marcha de 2 nuevas Tiendas (Osorno y Costanera).

El EBITDA de Tiendas por Departamento alcanzó CLP 14.916 millones reflejando un margen EBITDA de 7,1%, pero considerando sólo Paris llegó a un 9,0% sobre ventas; lo que en términos absolutos representa un positivo aumento de 3,9% sobre el valor alcanzado el 2T11. Por otra parte, ya durante este trimestre se evidencian mejoras significativas en el formato Johnson que alcanzó un EBITDA negativo de sólo CLP 1.093 millones, que es inferior a los CLP 4.790 millones negativos del 1T12.

Centros Comerciales







Servicios Financieros

Chile[12]

La reducción del portfolio es debido a diferencias de tipo de cambio. La cartera en pesos chilenos tiene un aumento de 0,4% en 2Q12 comparado a 2Q11.

Cartera de Préstamos Tarjeta de Crédito (USD MM)[13]

	Q1	Q2	Q3	Q4
2012	862	**819**		
2011	847	**881**	768	861
2010	685	**662**	741	888

Provisiones Tarjeta de Crédito / Préstamos[14]

	Q1	Q2	Q3	Q4
2012	7,6%	**7,9%**		
2011	7,2%	**7,5%**	7,5%	7,2%
2010	11,1%	**9,4%**	9,5%	7,6%

Préstamo promedio por cliente (CLP)

	Q1	Q2	Q3	Q4
2012	260.853	**257.918**		
2011	238.800	**241.236**	245.951	274.083
2010	218.109	**219.808**	215.455	239.363

Duración (días)

	Q1	Q2	Q3	Q4
2012	148	**144**		
2011	161	**162**	158	151
2010	175	**169**	163	163

Estados de Cuenta mensuales emitidos en Chile (miles)

	Q1	Q2	Q3	Q4
2012	1.759	**1.719**		
2011	1.826	**1.825**	1.819	1.759
2010	1.786	**1.746**	1.773	1.787

Castigos Netos / Préstamos[15]

	Q1	Q2	Q3	Q4
2012	12,8%	**12,2%**		

[12] Cifras del portfolio de Chile no incluyen Johnson

[13] El stock de cartera incluye la venta de cartera al Banco Paris que al cierre de junio alcanza MM$ 59.369.

[14] El índice de provisión no incluye MM$ 3,533 de provisión Antí-Cíclica que se incluyen en el cierre de junio siguiendo las mejores prácticas de la industria bancaria internacional y también nacional y en línea con la normativa de Basilea para anticiparse a cambios futuros en el entorno macroeconómico.

[15] Corresponde al castigo neto de recuperaciones anualizado medido sobre stock promedio de colocaciones del periodo.

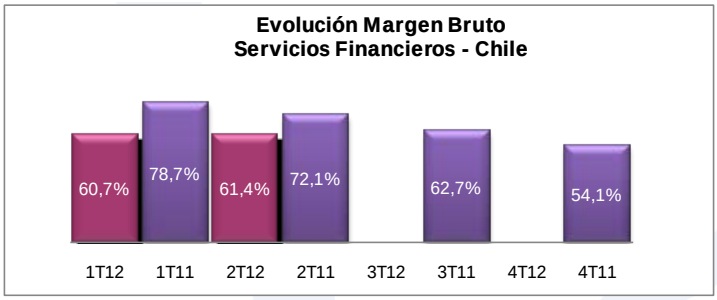
2011	6,5%	**7,0%**	8,2%	8,9%
2010	16,6%	**15,5%**	13,1%	11,9%

Castigos Netos (CLP MM)

	Q1	Q2	Q3	Q4
2012	13.720	**25.677**		
2011	6.608	**14.231**	25.001	36.385
2010	15.179	**28.111**	35.590	43.663

% de Ventas con la Tarjeta de Crédito de Cencosud sobre el total de ventas

		Q1	Q2	Q3	Q4
Hipermercados	**2012**	18,0%	**18,7%**		
	2011	20,5%	**21,4%**	20,4%	19,8%
	2010	18,7%	**20,3%**	22,0%	23,0%
Supermercados	**2012**	7,5%	**7,8%**		
	2011	8,1%	**8,6%**	7,9%	7,9%
	2010	7,3%	**7,8%**	8,8%	9,0%
Tiendas por Departamento	**2012**	46,9%	**50,0%**		
	2011	50,5%	**55,8%**	52,6%	53,6%
	2010	49,9%	**56,3%**	54,8%	54,7%
Mejoramiento del Hogar	**2012**	19,6%	**19,2%**		
	2011	20,7%	**21,6%**	20,4%	20,5%
	2010	21,8%	**19,8%**	20,6%	23,0%



Argentina

Cartera de Préstamos Tarjeta de Crédito (USD MM)

		Mar	Jun	Sep	Dic
Argentina	**2012**	239	**237**		
	2011	185	**193**	205	243
	2010	77	**97**	129	176

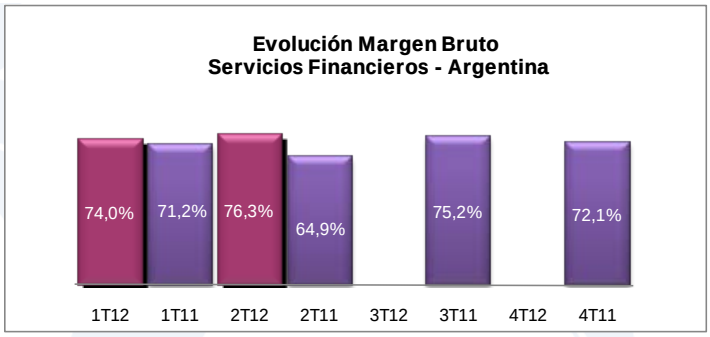
Provisiones Tarjeta de Crédito/Préstamos[16]

		Q1	Q2	Q3	Q4
Ratio de Riesgo Argentina	**2012**	6,9%	**6,0%**		
	2011	8,4%	**10,0%**	10,1%	7,6%
	2010	10,2%	**9,3%**	8,5%	7,5%

% Ventas con Tarjetas de Crédito sobre el total de las ventas

[16] Desde diciembre 2011 la Compañía comenzó gradualmente a castigar todas aquellas cuentas con más de 180 días de morosidad, todas estas fueron provisionadas previamente, siguiendo el criterio interno de Cencosud. Debido al cambio de criterio el indicador de provisiones/préstamos disminuyó. Usando una base comparable (considerando en ambos períodos el portfolio de préstamos bajo los 180 días de mora), los ratios son 5,4% para junio 2012 y 6,0% para junio 2011.

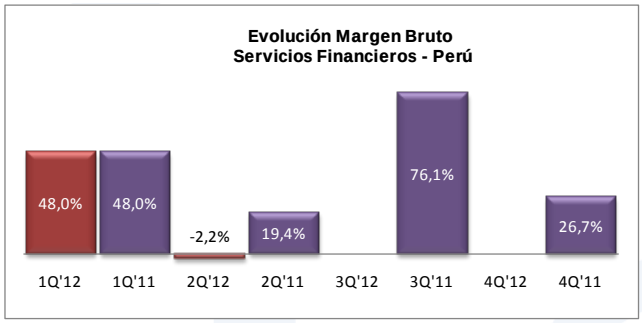
		Q1	Q2	Q3	Q4
Hiper/Supermercados	**2012**	7,9%	**8,7%**		
	2011	6,8%	**7,3%**	7,9%	9,1%
	2010	4,3%	**5,4%**	6,7%	7,4%
Mejoramiento del Hogar	**2012**	16,0%	**17,1%**		
	2011	14,9%	**15,0%**	15,3%	18,2%
	2010	7,2%	**9,9%**	13,8%	15,6%



Perú

% de Ventas con Tarjeta de Crédito sobre el Total de Ventas

		Q1	Q2	Q3	Q4
Hiper/Supermercados	**2012**	7,6%	**8,6%**		
	2011	5,2%	**8,1%**	6,8%	7,0%
	2010	8,5%	**8,8%**	5,4%	4,7%



Brasil

% de Ventas con Tarjeta de Crédito sobre el Total de Ventas

		Q1	Q2	Q3	Q4
Hiper/Supermercados	**2012**	41,1%	**42,3%**		
	2011	42,0%	**44,0%**	44,2%	43,5%
	2010	43,1%	**45,1%**	46,7%	47,1%

Capex

El total de los flujos de Cencosud utilizados en actividades de inversión ascendieron a CLP 434.064 millones en 2T12. El capex orgánico alcanzó a CLP 176.441 millones en 2T12 y el monto destinado a adquisiciones ascendió a CLP 242.682 millones en 2T12, más del doble de la cifra invertida el mismo período del año pasado.

Red de Tiendas

En 2T12 la compañía abrió 20 nuevas tiendas y 5 fueron cerradas. Desde abril a junio 2012, la división de supermercados abrió un total de 5 hipermercados y 11 supermercados, y cerró un total de 5 supermercados. La división de Mejoramiento del Hogar abrió una tienda, y Tiendas por Departamento abrió dos tiendas. Adicionalmente, debido a la consolidación de Prezunic, Supermercados en Brasil adicionaron 31 nuevos supermercados incluyendo 72.108 m^2 de superficie de ventas. En la división de Tiendas por Departamento al 30 de junio 2012 y después de la consolidación de Johnson, la compañía tenía un total de 39 tiendas, las cuales representan 118.578 m^2 de superficie de ventas.

APERTURAS RECIENTES

País	Negocio		Superficie de Ventas	Estatus
Chile	1 Mejoramiento del Hogar	Easy	6.829	Apertura
	2 Tiendas por Departamento	Paris	14.597	Apertura
	3 Supermercados	Sisa	3.376	Apertura
	3 Supermercados	Sisa	6.280	Cierre
	1 Centros Comerciales	Costanera Center	139.566	Apertura
	2 Hipermercados	Jumbo	12.283	Apertura
Argentina	4 Supermercados	Jumbo y Vea	5.114	Apertura
	2 Supermercados	Disco	2.101	Cierre
Perú	2 Supermercados	Metro and Wong	6.399	Apertura
Brasil	2 Supermercados	Bretas	5.958	Apertura
	3 Hipermercados	Gbarbosa y Mercantil Rodriguez	12.117	Apertura
			197.859	

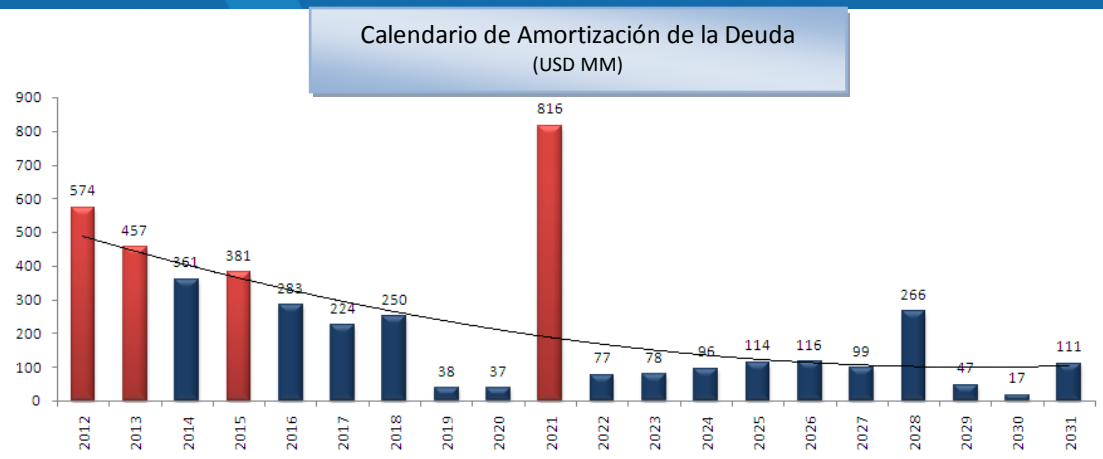
Al cierre de junio 2012 Cencosud operaba 894 tiendas y 26 centros comerciales.

Resumen de Estado de Situación Financiera

El total de activos aumentó en CLP 78,8 billones, llegando a CLP 7.734 millones comparado con el 31 de diciembre 2011[17]. Esto es principalmente debido al incremento en el Menor Valor de Inversión luego de la adquisición de Prezunic, la tercera cadena de supermercados más grande en Rio de Janeiro, Brasil.

La deuda neta, después de deducir el efectivo y equivalentes de efectivo, así como los depósitos bancarios, con pasivos financieros (incluidos los arrendamientos financieros), fue de CLP 2.551 millones, frente a los CLP 2.111 millones al 31 de diciembre de 2011. Este aumento en la deuda neta versus el cierre del ejercicio 2011 está relacionado a la adquisición de Prezunic.

[17] El Total de Activos a Diciembre 2011 reportado en marzo a la SVS experimentó una variación desde CLP 7.505 millones a CLP 7.655 millones debido a una reclasificación en la contabilización de la opción de UBS. Previamente esto era reportado neto en los Pasivos, en la línea de *Otros Pasivos Financieros, Corriente*. A solicitud de la Securities Exchange Commission se realizó la apertura, y la porción correspondiente a Activos (CLP 171,402 millones) se presenta en *Otros Activos Financieros, Corriente* aumentando el total de activos, y la porción correspondiente a Pasivos (CLP 240,956 millones) se presenta en *Otros Pasivos Financieros, Corriente.*



La Compañía utilizó aproximadamente CLP 353.189 millones (equivalentes a USD 260 millones) de los fondos provenientes de la oferta pública y el periodo de oferta preferente para pagar: i) toda la deuda pendiente de un préstamo de corto plazo con Santander el 2 de agosto, 2012 ii) aproximadamente USD 205 millones en deuda de corto plazo contraída con una filial del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. bajo nuestro préstamo de corto plazo con BBVA el 27 de julio, 2012 iii) cantidades utilizadas de nuestra línea de crédito por un monto de USD 250 millones, con una filial de J.P. Morgan y una filial de Morgan Stanley el 27 de julio, 2012.

Los pasivos exigibles sin considerar los pasivos del Banco Paris aumentaron, llegando a los CLP 4.591 billones al 30 de junio de 2012 que se explican principalmente por la compra de la cadena Prezunic en enero de 2012, la consolidación de las cuentas de Johnson y el financiamiento del fuerte plan de expansión del grupo. Adicionalmente, contemplando los Cross Currency Swaps, la compañía tiene un 41% de su deuda en tasa variable y por producto del aumento de las tasas de interés variables en Chile, los costos financieros de la deuda del grupo aumentaron. Como consecuencia de ambos factores, Cencosud disminuye la cobertura de gastos financieros a 4,02 a junio de 2012 respecto a la presentada a junio del año anterior de 6,32 veces.

Capital de Trabajo: Al 30 de junio 2012 "Acreedores Comerciales y Otras Cuentas por Pagar, Corriente" disminuyó 10,3% comparado a diciembre 2011 principalmente debido a que experimentados un mayor volumen de ventas durante el mes de diciembre, reflejando un efecto estacional de crecimiento en nuestras cuentas por pagar. La rotación de cuentas por cobrar aumentó desde 8,5 veces en 4T11 a 9,5 veces en 2T12, la rotación de inventario cambió desde 7,1 veces en 4T11 a 7,3 veces en 2T12, y la rotación de cuentas por pagar cambió desde 3,5 veces en 4T11 a 4,3 veces en 2T12. La disminución en "Acreedores Comerciales y Otras Cuentas por Pagar, Corriente" también fue debido a la devaluación de la moneda local en Argentina, Brasil y Perú versus el peso chileno.

Ratios Financieros

(en veces)	Jun-12	Jun-11
Deuda Financiera / Ebitda	3,77	3,06
Cobertura de Gastos Financieros	4,03	6,32
Deuda Financiera Neta / Patrimonio	0,80	0,63
Total Pasivos / Patrimonio	1,54	1,29
Activos corrientes / Pasivos Corrientes	0,79	0,99

Riesgo de Tasa de Interés

Al 30 de junio de 2012, contemplando los cross currency swaps, aproximadamente el 59% de la deuda financiera de la compañía estaba pactada a una tasa de interés fija, principalmente la deuda de corto plazo y bonos (obligaciones con el público). El porcentaje restante se encuentra pactada a tasa de interés variable. De la deuda a tasa variable, aproximadamente el 98% se encuentra indexada a tasas de interés locales (ya sea a través de su denominación original o a través de redenominaciones con derivados). Estos porcentajes incluyen todos los Cross Currency Swaps, por lo que la compañía opta con su política de cobertura que establece principalmente la revisión periódica de la exposición al riesgo del tipo de cambio y tasa de interés.

Riesgos de Tipo de Cambio en Moneda Extranjera

En los países que opera la Compañía la mayoría de los costos e ingresos son en monedas locales, por lo cual la mayoría la deuda del grupo se encuentra denominada en monedas locales. Al 30 de junio de 2012, aproximadamente el 33% de la deuda financiera consolidada estaba denominada en dólares americanos, del total de la deuda financiera en dólares, un 57% estaba cubierta con Cross Currency Swaps u otras coberturas cambiarias. La política de la compañía consiste en cubrir el riesgo originado por las variaciones de tipo de cambio sobre la posición de pasivos exigibles netos en moneda extranjera mediante instrumentos de mercado diseñados para dichos efectos. Con respecto a esto último, si contemplamos los hedges de cobertura de tasas de cambio, la exposición que tenemos al dólar americano es de solo el 14% del total de la deuda Financiera de Cencosud. Este último porcentaje aumenta debido al bridge sindicado de JP Morgan tomado en Mayo de 2012 (USD 250 millones) el cual fue cubierto con forwards cortos. A Julio este crédito ha sido pre pagado con los fondos del aumento de capital junto con el de BBVA y Santander.

Declaraciones a futuro

Este anuncio de resultados contiene proyecciones futuras. La Compañía desea calificar para las provisiones "de salvaguardia" de la Ley de Reforma de Litigios de Valores Privados de 1995, y en consecuencia en este acto está presentando declaraciones precautorias identificando factores importantes que podrían causar que los resultados actuales del registrante difirieran materialmente de aquellos establecidos en este informe. Estas proyecciones a futuro están basadas en las actuales expectativas, supuestos, estimaciones y proyecciones del registrante acerca de la Compañía, las industrias y países en los que opera. Estas proyecciones a futuro pueden ser identificadas mediante palabras o frases tales como "anticipar", "creer", "continuar", "estimar", "esperar", "intentar", "es/son probables que", "puede", "plan", "debe", "haría", u otras expresiones similares. Estas proyecciones a futuro incluyen declaraciones relativas a los planes, estrategias, creencias de la Compañía que no son hechos históricos. Estas proyecciones están basadas en supuestos y creencias de la administración de la Compañía, a la luz de la información actualmente disponible para ellos. Estos supuestos también implican riesgos e incertidumbres, las que pueden causar que los actuales resultados, actuaciones o logros sean materialmente diferentes de cualquier futuro resultado, actuación o logro expresado o implícito en tales proyecciones a futuros. Los potenciales riesgos e incertidumbres incluyen, pero no se limitan, a: (i) cambios en las condiciones económicas, comerciales o políticas generales u otras condiciones en Chile, Argentina, Brasil, Perú, Colombia u otro lugar en Latinoamérica o los mercados globales; (ii) cambios en los mercados de capitales en general que puedan afectar las políticas o actitudes hacia invertir en Chile, Argentina, Brasil, Perú, Colombia o valores emitidos por compañías en dichos países; (iii) las políticas monetarias y de tasas de interés del Banco Central de Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia; (iv) altos niveles de inflación o deflación; (v) aumentos no anticipados en finanzas y otros costos o nuestra incapacidad para obtener deuda o créditos en términos atractivos; (vi) movimientos en intereses y/o en tipos de cambio extranjeros, y movimientos en los precios de las acciones u otras tasas o precios; (vii) cambios en, o incumplimiento de regulaciones aplicables o cambios en impuestos; (viii) pérdida de participación de mercado o cambios en el entorno de competitividad y precios en las industrias en que la Compañía opera; (ix) dificultades en integrar

exitosamente las recientes y futuras adquisiciones en las operaciones de la Compañía; (x) la inhabilidad de la Compañía para cubrir ciertos riesgos económicamente; (xi) cambios en los hábitos de consumo y ahorro de los consumidores; (xii) implementación de nuevas tecnologías; (xiii) limitaciones de las habilidades de la Compañía para abrir nuevas tiendas y operarlas rentablemente; (xiv) dificultades en completar las aperturas de tiendas propuestas, expansiones o remodelaciones; (xv) dificultades en la adquisición y desarrollo de terrenos en Chile, Argentina, Brasil, Perú o Colombia, y restricciones en la apertura de nuevas grandes tiendas en cualquiera de esos países; y (xvi) los factores tratados bajo el título "Factores de Riesgo", así como otros riesgos incluidos en los otros registros y presentaciones con la comisión de Valores de Estados Unidos ("SEC").

A la luz de los riesgos e incertidumbres descritas anteriormente, los estimados y proyecciones futuras discutidas en este anuncio de resultados podrían no ocurrir, y los resultados futuros de la Compañía y su desempeño podrían diferir materialmente de aquellos expresados en estas proyecciones a futuro debido a, pero sin limitarse, los factores mencionados anteriormente. Por estas incertidumbres, no debería hacer ninguna decisión de inversión basada en estos estimados y declaraciones de proyección futura. Las proyecciones futuras expuestas en este anuncio de resultados sólo se refiere a sucesos o información ocurrida a la fecha en que estas declaraciones se han hecho. El registrante no asume ninguna obligación de actualizar ninguna declaración de proyección futura para reflejar eventos o circunstancias después de la fecha en que las declaraciones se han hecho, o reflejar la ocurrencia de eventos no anticipados.

Referencias

Ventas de Supermercados en Chile: http://www.ine.cl/boletines/detalle.php?id=3

Crecimiento de PIB Chile: http://www.reuters.com/article/2012/08/20/chile-cbank-gdp-idUSL2E8JK2FT20120820

Confianza del Consumidor Chile: http://www.adimark.cl/es/estudios/index.asp?id=160

Economía en Brasil:

http://www.bloomberg.com/news/2012-08-20/brazil-economists-reduce-2012-growth-forecast-for-third-week-1-.html

Confianza del Consumidor en Brasil: http://www.reuters.com/article/2012/07/25/brazil-economy-confidence-idUSL2E8IOBYL20120725

Ventas de Retail en Brasil: http://in.reuters.com/article/2012/08/16/brazil-economy-retail-idINL2E8JG28P20120816

Confianza del Consumidor en Argentina: http://www.utdt.edu/ver_contenido.php?id_contenido=4740&id_item_menu=7577

Expectativas de inflación en Argentina: http://www.utdt.edu/ver_contenido.php?id_contenido=4741&id_item_menu=7559

Crecimiento de la economía en Argentina: http://www.reuters.com/article/2012/08/17/argentina-economy-idUSL2E8JHHRG20120817

Estados Financieros Consolidados

Data Operacional por Segmento de Negocios y País

		Segundo Trimestre	
		2012	2011
Número de tiendas (al final del periodo):			
Supermercados[18]:	Chile	193	172
	Argentina	274	256
	Brasil	194	137
	Perú	75	66
	Subtotal Supermercados	**736**	**631**
Mejoramiento del Hogar:	Chile	30	29
	Argentina	48	49
	Colombia	4	4
	Subtotal Mejoramiento del Hogar	**82**	**82**
Tiendas por Departamento[19]:	Chile	76	35
	Subtotal Tiendas por Departamento	**76**	**35**
Centros Comerciales:	Chile	10	9
	Argentina	14	14
	Perú	2	2
	Subtotal Centros Comerciales	**26**	**25**
Total		**920**	**773**

Total superficie de ventas (al final del periodo)			
Supermercados:	Chile	475.733	427.178
	Argentina	510.000	472.913
	Brasil	481.417	346.081
	Perú	244.316	211.602
	Subtotal Supermercados	**1.711.465**	**1.457.774**
Mejoramiento del Hogar:	Chile	283.154	276.325
	Argentina	391.654	364.317
	Colombia	35.360	34.309
	Subtotal Mejoramiento del Hogar	**710.168**	**674.951**
Tiendas por Departamento:	Chile	371.460	237.627
	Subtotal Tiendas por Departamento	**371.460**	**237.627**
Centros Comerciales:	Chile	422.259	273.983
	Argentina	231.183	215.796
	Perú	49.322	54.750
	Subtotal Centros Comerciales	**702.764**	**544.529**
Total		**3.495.857**	**2.914.881**

Superficie de Ventas promedio por tienda:			
Supermercados:	Chile	2.465	2.484
	Argentina	1.861	1.847
	Brasil	2.482	2.526
	Perú	3.258	3.206
		2.325	**2.310**
Mejoramiento del Hogar:	Chile	9.438	9.528
	Argentina	8.159	7.435
	Colombia	8.840	8.577
		8.661	**8.231**
Tiendas por Departamento:	Chile	4.888	6.789
		4.888	**6.789**

[18] Incluye 31 nuevas tiendas de Prezunic y 72.108 m^2 de superficie de ventas

[19] Incluye 39 nuevas tiendas de Johnsons y 118.578 m^2 de superficie de ventas

Centros Comerciales:	Chile	42.226	30.443
	Argentina	16.513	15.414
	Perú	24.661	27.375
		27.029	**21.781**

		Segundo Trimestre		Seis Meses, terminados el 30 de Junio	
Ventas promedio por tienda (en millones de CLP$):		**2012**	**2011**	**2012**	**2011**
Supermercados:	Chile	2.535	2.512	4.973	4.910
	Argentina	1.591	1.418	3.144	2.810
	Brasil	2.706	2.809	5.547	5.427
	Perú	2.268	2.118	4.517	4.251
	Subtotal Supermercados	**2.202**	**2.091**	**4.397**	**4.101**
Mejoramiento del Hogar:	Chile	3.221	3.090	6.543	6.389
	Argentina	3.067	2.386	6.168	4.884
	Colombia	2.641	2.319	5.345	4.599
	Subtotal Mejoramiento del Hogar	**3.103**	**2.632**	**6.265**	**5.402**
Tiendas por Departamento:	Chile	2.782	4.731	5.209	8.834
	Subtotal Tiendas por Departamento	**2.782**	**4.731**	**5.209**	**8.834**
Centros Comerciales:	Chile	1.865	1.761	3.510	3.386
	Argentina	1.163	985	2.218	1.955
	Perú	902	638	1.695	1.316
	Subtotal Centros Comerciales	**1.413**	**1.236**	**2.675**	**2.419**
Ventas por metro cuadrado (en millones de CLP$):		**2012**	**2011**	**2012**	**2011**
Supermercados:	Chile	1,03	1,01	2,02	1,98
	Argentina	0,85	0,77	1,69	1,52
	Brasil	1,09	1,11	2,24	2,15
	Perú	0,70	0,66	1,39	1,33
	Subtotal Supermercados	**0,95**	**0,91**	**1,89**	**1,78**
Mejoramiento del Hogar:	Chile	0,34	0,32	0,69	0,67
	Argentina	0,38	0,32	0,76	0,66
	Colombia	0,30	0,27	0,60	0,54
	Subtotal Mejoramiento del Hogar	**0,36**	**0,32**	**0,72**	**0,66**
Tiendas por Departamento:	Chile	0,57	0,70	1,07	1,30
	Subtotal Tiendas por Departamento	**0,57**	**0,70**	**1,07**	**1,30**
Centros Comerciales:	Chile	0,04	0,06	0,08	0,11
	Argentina	0,07	0,06	0,13	0,13
	Perú	0,04	0,02	0,07	0,05
	Subtotal Centros Comerciales	**0,05**	**0,06**	**0,10**	**0,11**
Aumento (disminución) en Same Store Sales Nominales en MONEDA LOCAL		**2012**	**2011**	**2012**	**2011**
Supermercados:	Chile	5,0%	4,4%	5,8%	4,9%
	Argentina	19,2%	23,0%	20,6%	23,4%
	Brasil	1,7%	3,5%	2,2%	4,0%
	Perú	4,3%	4,5%	6,4%	3,1%
Mejoramiento del Hogar:	Chile	7,8%	1,7%	5,3%	6,4%
	Argentina	31,0%	26,2%	30,5%	27,1%
	Colombia	5,3%	12,1%	8,3%	10,3%
Tiendas por Departamento:	Chile	5,5%	-1,9%	7,3%	6,4%

ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO

(En millones de pesos chilenos al 30 de junio 2012)

	Segundo Trimestre			Seis Meses, terminados el 30 de Junio		
	2012 MM Ch$	2011 MM Ch$	D%	2012 MM Ch$	2011 MM Ch$	D%
Ingresos Netos	**2.197.784**	**1.807.214**	**21,6%**	**4.366.693**	**3.545.848**	**23,1%**
Costo de Ventas	**(1.573.368)**	**(1.282.190)**	**22,7%**	**(3.139.475)**	**(2.520.167)**	**24,6%**
Resultado Bruto	**624.416**	**525.024**	**18,9%**	**1.227.218**	**1.025.681**	**19,6%**
Gastos de Administración y Ventas	(526.686)	(399.266)	31,9%	(1.010.578)	(781.317)	29,3%
Otros Ingresos, por función	19.502	9.959	95,8%	41.921	24.039	74,4%
Otras ganancias (pérdidas)	(272)	(3.234)	-91,6%	(8.511)	(2.658)	220,2%
Resultado Operacional	**116.960**	**132.483**	**-11,7%**	**250.050**	**265.745**	**-5,9%**
Participación en Ganancia de Asociadas Contabilizadas por el Método de la Participación	1.140	502	127,3%	2.240	1.689	32,6%
Ingresos Financieros	1.881	2.224	-15,5%	4.688	5.913	-20,7%
Costos Financieros [para actividades No Financieras]	(48.230)	(35.329)	36,5%	(98.014)	(69.283)	41,5%
Diferencias de cambio	(9.226)	1.723	-635,6%	(2.607)	(1.957)	33,2%
Resultado por Unidades de Reajuste	(5.381)	(10.518)	-48,8%	(14.029)	(16.777)	-16,4%
Resultado No Operacional (pérdida)	**(59.816)**	**(41.399)**	**44,5%**	**(107.721)**	**(80.415)**	**34,0%**
Resultado antes de Impuestos	**57.143**	**91.085**	**-37,3%**	**142.330**	**185.330**	**-23,2%**
Impuesto a la Renta	(20.441)	(26.712)	-23,5%	(48.752)	(52.098)	-6,4%
Resultado Neto	**36.702**	**64.373**	**-43,0%**	**93.578**	**133.232**	**-29,8%**
Ganancia (Pérdida) Atribuible a los del Patrimonio Neto de la Controladora	**36.167**	**61.521**	**-41,2%**	**90.582**	**127.325**	**-28,9%**
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	535	2.851	-79,4%	2.995	5.907	-49,3%
Resultado Neto por acción	15,3	27,2	-43,5%	38,4	56,2	-31,6%
Resultado Neto por ADS	46	408	-88,7%	115	844	-86,3%
Numero de acciones suscritas y pagadas (en millones)	2.356	2.264		2.356	2.264	
Flujo de Caja						
Flujo de caja proveniente de (usado en):						
Actividades de Operación	106.138	77,352	37.2%	144.000	64.774	122,3%
Actividades de Financiamiento	328.594	(151,172)	-317.4%	495.749	69.809	610,1%
Actividades de Inversión	(434.064)	(31,094)	-1496.0%	(679.017)	(191.181)	255,2%
Otra Información Financiera						
Capex Organico	(176.441)	(135.518)	30,2%	(321.553)	(235.294)	36,7%
Adquisiciones	(242.682)	0		(362.083)	0	
Depreciación	34.535	28.469	21,3%	66.529	57.982	14,7%
Revalúo & Fair Value Call & Badwill Johnson	8.718	8.211	6,2%	22.901	20.362	12,5%
EBITDA	**138.027**	**152.658**	**-9,6%**	**302.185**	**306.682**	**-1,5%**
EBITDA Ajustado	**134.429**	**153.242**	**-12,3%**	**279.660**	**305.054**	**-8,3%**
Ratios Financieros						
Margen Bruto	28,4%	29,1%	-0,6Pt	28,1%	28,9%	-0,82Pt
Margen Operacional	5,3%	7,3%	-2,0Pt	5,7%	7,5%	-1,77Pt
Margen Neto	1,7%	3,6%	-1,9Pt	2,1%	3,8%	-1,6Pt
Margen EBITDA	**6,3%**	**8,4%**	**-2,2Pt**	**6,9%**	**8,6%**	**-1,7Pt**
EBITDA Ajustado	**6,1%**	**8,5%**	**-2,4Pt**	**6,4%**	**8,6%**	**-2,2Pt**

Selección de datos financieros por Segmento

(En millones de pesos chilenos al 30 de junio 2012)

	Segundo Trimestre			Seis Meses, terminados el 30 de Junio		
	2012 MM Ch$	2011 MM Ch$	D %	2012 MM Ch$	2011 MM Ch$	D %
Ingresos Netos:	**2.197.784**	**1.807.214**	**21,6%**	**4.366.693**	**3.545.848**	**23,1%**
Supermercados	1.620.307	1.319.720	22,8%	3.236.210	2.587.947	25,0%
Mejoramiento del Hogar	254.414	215.816	17,9%	513.734	442.990	16,0%
Tiendas por Departamento	211.395	165.572	27,7%	395.875	309.184	28,0%
Centros Comerciales	36.731	30.912	18,8%	69.543	60.470	15,0%
Servicios Financieros	71.672	72.243	-0,8%	144.122	138.213	4,3%
Otros	3.265	2.951	10,6%	7.210	7.045	2,3%
Costo de Ventas:	**(1.573.368)**	**(1.282.190)**	**22,7%**	**(3.139.475)**	**(2.520.167)**	**24,6%**
Supermercados	(1.216.719)	(990.115)	22,9%	(2.435.889)	(1.946.946)	25,1%
Mejoramiento del Hogar	(174.491)	(148.544)	17,5%	(352.412)	(305.694)	15,3%
Tiendas por Departamento	(148.738)	(116.208)	28,0%	(285.795)	(220.254)	29,8%
Centros Comerciales	(5.006)	(4.039)	23,9%	(10.105)	(8.677)	16,5%
Servicios Financieros	(27.495)	(21.106)	30,3%	(53.955)	(35.610)	51,5%
Otros	(921)	(2.178)	57,7%	(1.319)	(2.987)	55,8%
Margen Bruto:	**624.416**	**525.024**	**18,9%**	**1.227.218**	**1.025.681**	**19,6%**
Supermercados	403.588	329.604	22,4%	800.321	641.001	24,9%
Mejoramiento del Hogar	79.924	67.272	18,8%	161.322	137.296	17,5%
Tiendas por Departamento	62.657	49.364	26,9%	110.080	88.929	23,8%
Centros Comerciales	31.725	26.873	18,1%	59.437	51.793	14,8%
Servicios Financieros	44.177	51.137	-13,6%	90.168	102.603	-12,1%
Otros	2.345	773	-203,3%	5.891	4.058	-45,1%
GAV:	**(526.686)**	**(399.266)**	**31,9%**	**(1.010.578)**	**(781.317)**	**29,3%**
Supermercados	(346.179)	(258.688)	33,8%	(669.625)	(507.721)	31,9%
Mejoramiento del Hogar	(70.469)	(57.268)	23,1%	(131.144)	(109.548)	19,7%
Tiendas por Departamento	(55.003)	(38.181)	44,1%	(106.184)	(75.600)	40,5%
Centros Comerciales	(5.691)	(4.301)	32,3%	(13.317)	(9.727)	36,9%
Servicios Financieros	(28.698)	(22.771)	26,0%	(51.243)	(45.301)	13,1%
Otros	(20.646)	(18.057)	14,3%	(39.064)	(33.420)	16,9%
Resultado Operacional:	**116.960**	**132.483**	**-11,7%**	**250.050**	**265.745**	**-5,9%**
Supermercados	57.409	70.916	-19,0%	130.695	133.280	-1,9%
Mejoramiento del Hogar	9.455	10.005	-5,5%	30.178	27.748	8,8%
Tiendas por Departamento	7.655	11.184	-31,6%	3.896	13.329	-70,8%
Centros Comerciales	26.034	22.572	15,3%	46.120	42.066	9,6%
Servicios Financieros	15.479	28.366	-45,4%	38.924	57.302	-32,1%
Otros	928	(10.559)	108,8%	237	(7.980)	103,0%
EBITDA:	**138.027**	**152.658**	**-9,6%**	**302.185**	**306.682**	**-1,5%**
Supermercados	79.355	90.580	-12,4%	173.848	173.285	0,3%
Mejoramiento del Hogar	13.777	14.025	-1,8%	38.788	36.088	7,5%
Tiendas por Departamento	14.916	15.405	-3,2%	17.305	21.736	-20,4%
Centros Comerciales	45.820	31.893	43,7%	88.444	65.318	35,4%
Servicios Financieros	16.507	28.960	-43,0%	40.528	58.836	-31,1%
Otros	(32.348)	(28.205)	-14,7%	(56.728)	(48.581)	-16,8%

Selección de datos Financieros por Segmento de Negocio y País

(En millones de pesos chilenos al 30 de junio 2012)

		Segundo Trimestre			Seis Meses, terminados el 30 de Junio		
		2012 MM Ch$	2011 MM Ch$	D %	2012 MM Ch$	2011 MM Ch$	D %
Supermercados:	Chile	489.289	432.123	13,2%	959.737	844.482	13,6%
	Argentina	435.857	362.989	20,1%	861.579	719.414	19,8%
	Brasil	525.043	384.801	36,4%	1.076.113	743.468	44,7%
	Perú	170.118	139.807	21,7%	338.780	280.582	20,7%
	Subtotal	**1.620.307**	**1.319.720**	**22,8%**	**3.236.210**	**2.587.947**	**25,0%**
Mejoramiento del Hogar:	Chile	96.620	89.607	7,8%	196.289	185.294	5,9%
	Argentina	147.232	116.932	25,9%	296.065	239.299	23,7%
	Colombia	10.562	9.277	13,8%	21.380	18.397	16,2%
	Subtotal	**254.414**	**215.816**	**17,9%**	**513.734**	**442.990**	**16,0%**
Tiendas por Departamento:	Chile	211.395	165.572	27,7%	395.875	309.184	28,0%
	Subtotal	**211.395**	**165.572**	**27,7%**	**395.875**	**309.184**	**28,0%**
Centros Comerciales:	Chile	18.647	15.850	17,6%	35.101	30.472	15,2%
	Argentina	16.280	13.785	18,1%	31.052	27.366	13,5%
	Perú	1.803	1.277	41,2%	3.390	2.633	28,8%
	Subtotal	**36.731**	**30.912**	**18,8%**	**69.543**	**60.470**	**15,0%**
Servicios Financieros:	Chile	56.721	60.209	-5,8%	115.328	116.296	-0,8%
	Argentina	10.804	8.556	26,3%	21.143	15.651	35,1%
	Brasil	1.201	1.893	-36,6%	2.350	3.731	-37,0%
	Perú	2.947	1.586	85,9%	5.300	2.535	109,1%
	Subtotal	**71.672**	**72.243**	**-0,8%**	**144.122**	**138.213**	**4,3%**
Otros:	Chile	-114	4	n.a.	1.367	2.488	-45,1%
	Argentina	3.031	2.054	47,6%	5.204	3.124	66,6%
	Perú	347	893	-61,1%	639	1.433	-55,4%
	Subtotal	**3.265**	**2.951**	**10,6%**	**7.210**	**7.045**	**2,3%**
TOTAL INGRESOS NETOS		**2.197.784**	**1.807.214**	**21,6%**	**4.366.693**	**3.545.848**	**23,1%**
Supermercados:	Chile	-371.446	-328.677	13,0%	-732.072	-645.635	13,4%
	Argentina	-305.219	-257.778	18,4%	-605.678	-512.281	18,2%
	Brasil	-411.486	-298.293	37,9%	-841.175	-577.686	45,6%
	Perú	-128.567	-105.368	n.a.	-256.963	-211.344	n.a.
	Subtotal	**-1.216.719**	**-990.115**	**22,9%**	**-2.435.889**	**-1.946.946**	**25,1%**
Mejoramiento del Hogar:	Chile	-71.252	-65.551	8,7%	-144.900	-136.029	6,5%
	Argentina	-95.381	-76.264	25,1%	-191.676	-156.410	22,5%
	Colombia	-7.857	-6.729	16,8%	-15.837	-13.255	19,5%
	Subtotal	**-174.491**	**-148.544**	**17,5%**	**-352.412**	**-305.694**	**15,3%**
Tiendas por Departamento:	Chile	-148.738	-116.208	28,0%	-285.795	-220.254	29,8%
	Subtotal	**-148.738**	**-116.208**	**28,0%**	**-285.795**	**-220.254**	**29,8%**
Centros Comerciales:	Chile	-620	-485	27,7%	-2.395	-2.066	15,9%
	Argentina	-4.105	-3.241	26,7%	-7.198	-6.244	15,3%
	Perú	-281	-313	n.a.	-512	-367	n.a.
	Subtotal	**-5.006**	**-4.039**	**23,9%**	**-10.105**	**-8.677**	**16,5%**
Servicios Financieros:	Chile	-21.921	-16.823	30,3%	-43.919	-28.788	52,6%
	Argentina	-2.563	-3.005	-14,7%	-5.254	-5.051	4,0%
	Perú	-3.011	-1.278	135,6%	-4.781	-1.771	169,9%
	Subtotal	**-27.495**	**-21.106**	**30,3%**	**-53.955**	**-35.610**	**51,5%**
Otros:	Chile	-110	-740	-85,1%	-228	-1.150	-80,2%
	Argentina	-790	-1.110	-28,8%	-1.035	-1.314	-21,2%
	Perú	-21	-329	180,0%	-56	-523	152,4%
	Subtotal	**-921**	**-2.178**	**-57,7%**	**-1.319**	**-2.987**	**-55,8%**
TOTAL COSTO DE VENTAS		**-1.573.368**	**-1.573.368**	**-22,7%**	**-3.139.475**	**-2.520.167**	**24,6%**

Supermercados:	Chile	117.843	103.447	13,9%	227.665	198.847	14,5%
	Argentina	130.638	105.211	24,2%	255.901	207.133	23,5%
	Brasil	113.556	86.508	31,3%	234.938	165.782	41,7%
	Perú	41.551	34.439	20,7%	81.817	69.238	18,2%
	Subtotal	**403.588**	**329.604**	**22,4%**	**800.321**	**641.001**	**24,9%**
Mejoramiento del Hogar:	Chile	25.368	24.056	5,5%	51.389	49.266	4,3%
	Argentina	51.851	40.668	27,5%	104.389	82.889	25,9%
	Colombia	2.705	2.548	6,2%	5.544	5.142	7,8%
	Subtotal	**79.924**	**67.272**	**18,8%**	**161.322**	**137.296**	**17,5%**
Tiendas por Departamento:	Chile	62.657	49.364	26,9%	110.080	88.929	23,8%
	Subtotal	**62.657**	**49.364**	**26,9%**	**110.080**	**88.929**	**23,8%**
Centros Comerciales:	Chile	18.028	15.365	17,3%	32.706	28.406	15,1%
	Argentina	12.175	10.543	15,5%	23.854	21.122	12,9%
	Perú	1.522	964	57,9%	2.878	2.265	27,0%
	Subtotal	**31.725**	**26.873**	**18,1%**	**59.437**	**51.793**	**14,8%**
Servicios Financieros:	Chile	34.800	43.387	-19,8%	71.409	87.508	-18,4%
	Argentina	8.241	5.550	48,5%	15.889	10.600	49,9%
	Brasil	1.201	1.893	-36,6%	2.350	3.731	-37,0%
	Perú	-64	307	-120,9%	519	763	-32,0%
	Subtotal	**44.177**	**51.137**	**-13,6%**	**90.168**	**102.603**	**-12,1%**
Otros:	Chile	-224	-736	-69,6%	1.139	1.338	-14,9%
	Argentina	2.242	944	137,4%	4.169	1.810	130,3%
	Brasil	-	-	0,0%	-	-	0,0%
	Perú	326	565	-42,2%	583	911	-36,0%
	Subtotal	**2.345**	**773**	**203,3%**	**5.891**	**4.058**	**45,1%**
TOTAL RESULTADO BRUTO		**624.416**	**525.024**	**18,9%**	**1.227.218**	**1.025.681**	**19,6%**

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

(En millones de pesos chilenos al 30 de junio 2012)

	Jun 2012 MM Ch$	Dic 2011 MM Ch$	D %
Activos Corrientes:			
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	104.708	145.315	-27,9%
Otros Activos Financieros, Corriente	55.029	221.929	-75,2%
Otros Activos No Financieros, Corriente	11.364	12.259	-7,3%
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar, Neto, Corriente	883.592	930.381	-5,0%
Cuentas por Cobrar de Entidades Relacionadas, Corriente	471	82	n.a.
Inventarios	825.606	769.472	7,3%
Activos por Impuestos Corrientes	15.691	6.962	125,4%
Total Activos Corrientes	**1.896.460**	**2.086.401**	**-9,1%**
Activos No Corrientes:			
Otros Activos Financieros, No Corriente	37.194	46.980	-20,8%
Otros Activos No Financieros, No Corriente	34.863	35.052	-0,5%
Cuentas por Cobrar, No Corriente	152.462	194.444	-21,6%
Inversiones Contabilizadas utilizando el Método de la Participación	39.667	38.830	2,2%
Activos Intangibles, Neto	538.346	526.758	2,2%
Plusvalía	1.111.140	1.001.779	10,9%
Propiedades, Planta y Equipo, Neto	2.345.400	2.260.289	3,8%
Propiedades de Inversión	1.398.312	1.310.143	6,7%
Activos por Impuesto Corriente, No Corriente	9.359	0	
Activos por Impuestos Diferidos	170.482	154.163	10,6%
Total Activos No Corrientes	**5.837.225**	**5.568.438**	**4,8%**
TOTAL ACTIVOS	**7.733.686**	**7.654.839**	**1,0%**
Pasivos Corrientes:			

Otros Pasivos Financieros, Corriente	836.028	578.823	44,4%
Acreedores Comerciales y Otras Cuentas por Pagar, Corriente	1.391.660	1.550.821	-10,3%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas, Corriente	943	1.448	-34,8%
Provisiones, Corriente	23.232	16.063	44,6%
Cuentas por Pagar por Impuestos Corriente	26.839	40.490	-33,7%
Provisiones para beneficios de empleados, Corriente	68.655	68.650	0,0%
Otros Pasivos No Financieros, Corriente	38.421	71.050	-45,9%
Total Pasivos Corrientes	**2.385.779**	**2.327.345**	**2,5%**
Pasivos No Corrientes:			
Otros Pasivos Financieros, No Corriente	1.875.094	1.872.951	0,1%
Acreedores Comerciales y Otras Cuentas por Pagar, No Corriente	9.736	11.151	-12,7%
Provisiones, No Corriente	81.893	83.151	-1,5%
Pasivos por Activos Diferidos	324.167	313.536	3,4%
Otros Pasivos No Financieros, No Corriente	76.694	82.722	-7,3%
Total Pasivos No Corrientes	**2.367.584**	**2.363.511**	**0,2%**
Patrimonio:			
Capital Emitido	1.256.018	927.804	35,4%
Prima de Emisión	380.154	477.341	-20,4%
Otras Reservas	-397.490	-202.722	96,1%
Ganancias Retenidas (Pérdidas Acumuladas)	1.740.759	1.673.810	4,0%
Patrimonio Neto Atribuible a los Tenedores de Instrumentos de Patrimonio Neto de Controladora	**2.979.440**	**2.876.233**	**3,6%**
Interés Minoritario	882	87.750	-99,0%
Total Patrimonio	**2.980.322**	**2.963.984**	**0,6%**
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVOS	**7.733.686**	**7.654.839**	**1,0%**

Reconciliación de las medidas No-IFRS a (Utilidad / Pérdida)

Este anuncio de resultados hace referencias a ciertas medidas no-IFRS, a saber: EBIT, EBITDA y EBITDA Ajustado.

Estas medidas no-IFRS no son medidas reconocidas por IFRS, no tienen un significado estandarizado prescrito por IFRS, y por lo tanto no pueden ser comparadas con medidas similares presentadas por otras compañías. Más bien, estas medidas son entregadas como una información adicional para complementar las medidas IFRS a través de proveer más conocimiento de los resultados operacionales de la Compañía desde la perspectiva de la administración.

Por lo tanto, ellas no deben ser consideradas de forma aislada ni como un substituto para el análisis de nuestra información financiera reportada bajo norma IFRS.

El EBIT representa la utilidad atribuible a los accionistas controladores antes del interés neto y los impuestos. El EDBITA representa el EBIT más la depreciación y los gastos de amortización. El EBITDA Ajustado representa el EBITDA posteriormente ajustado para reflejar ítems establecidos en la tabla de más abajo. Hemos incluido EBIT, EBITDA y EBITDA Ajustado para proveer a los inversionistas de una medida suplementaria de nuestra actividad operacional.

Creemos que EBIT, EBITDA y EBITDA Ajustado son medidas suplementarias importantes de la actividad operacional porque ellos eliminan ítems que tienen menos soporte en nuestra actividad operacional, y por lo tanto resaltan las tendencias de nuestro negocio principal, que de otra manera pueden no ser visibles cuando se apoya sólo en las normas financieras IFRS. También creemos que los analistas de valores, inversionistas y otras partes interesadas frecuentemente usan el EBITDA en su evaluación de emisores, muchos de los cuales presentan el EBITDA cuando reportan sus resultados.

Nuestra administración también usa EBITDA y EBITDA Ajustado para facilitar las comparaciones de actividades operacionales de período a período, preparar el presupuesto operativo anual, evaluar nuestra

habilidad para cumplir con el servicio futuro de la deuda, requisitos de expansión de capital y capital de trabajo y evaluar nuestra habilidad para pagar dividendos con nuestro capital accionario.

EBIT, EBITDA y el EBITDA Ajustado tienen importantes limitaciones como herramientas analíticas. Por ejemplo, ni el EBIT, EBITDA ni EBITDA Ajustado reflejan (a) nuestros gastos en efectivo, ni las necesidades futuras para gastos de capital o compromisos contractuales; (b) los cambios, o requisitos de efectivo, para nuestras necesidades de capital de trabajo; (c) el interés significativo de gastos, o los requisitos de efectivo necesarias para realizar los pagos de intereses o capital, en nuestra deuda; y (d) el pago de impuestos o distribuciones a nuestra matriz para hacer los pagos en relación a los impuestos atribuibles a nosotros, que representan una reducción de efectivo disponible para nosotros. Aunque consideramos los elementos excluidos en el cálculo de medidas no IFRS menos relevantes para evaluar nuestro desempeño, algunos de estos elementos pueden continuar aplicándose y en consecuencia pueden reducir el dinero en efectivo disponible para nosotros.

Creemos que la presentación de las medidas no IFRS descritas anteriormente es adecuada. Sin embargo, estas medidas no IFRS tienen importantes limitaciones como herramientas analíticas, y usted no debiese considerarlas de forma aislada, o como sustitutos de los análisis de nuestros resultados informados conforme a las IFRS. Debido a estas limitaciones, nosotros nos basamos fundamentalmente en los resultados obtenidos en concordancia a lo informado de acuerdo con las IFRS y usamos EBIT, EBITDA y el EBITDA Ajustado sólo supletoriamente. Además, dado que otras compañías pueden calcular el EBITDA y el EBITDA Ajustado de manera diferente a como nosotros la realizamos, el EBITDA y el EBITDA Ajustado pueden no ser comparables, debido a la forma en a como se presenta en este informe, con los resultados de otras empresas que obtengan los resultados con su uso pero mediante un cálculo distinto.

Una reconciliación de nuestra utilidad (pérdida), atribuible a los accionistas controladores, que es la medida IFRS financiera más directamente comparable con el EBITDA y el EBITDA Ajustado, se establece a continuación:

Composición del EBITDA

	Segundo Trimestre			Seis Meses, terminados el 30 de Junio		
	2012 MM Ch$	2011 MM Ch$	D%	2012 MM Ch$	2011 MM Ch$	D%
Ganancia (Pérdida)	**36.702**	**64.373**	**-43,0%**	**93.578**	**133.232**	**-29,8%**
Ingresos Financieros	1.881	2.224	-15,5%	4.688	5.913	-20,7%
Costos Financieros [para Actividades No Financieras]	-48.230	-35.329	36,5%	-98.014	-69.283	41,5%
Impuesto a la Renta	-20.441	-26.712	-23,5%	-48.752	-52.098	-6,4%
Depreciación	-34.535	-28.469	21,3%	-66.529	-57.982	14,7%
EBITDA	**138.027**	**152.658**	**-9,6%**	**302.185**	**306.682**	**-1,5%**

Trimestre terminado el 30 de Junio, 2012 (en millones de Ch$)

Reconciliación de nuestro Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Controladores al EBITDA y al EBITDA Ajustado por Segmento de Negocio

Información por Segmento	Supermercados	Centros Comerciales	Mejoramiento del Hogar	Tiendas por Departamento	Servicios Financieros	Otros	Total Consolidado
Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Controladores	58.542	45.348	9.502	7.743	15.534	(100.501)	36.167
Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Minoritarios	0	0	0	0	0	535	535
Resultado Neto	**58.542**	**45.348**	**9.502**	**7.743**	**15.534**	**(99.966)**	**36.702**
Gastos Financieros (neto)	0	0	0	0	0	(46.349)	(46.349)
Impuesto a las Ganancias	0	0	0	0	0	(20.441)	(20.441)
EBIT	**58.542**	**45.348**	**9.502**	**7.743**	**15.534**	**(33.176)**	**103.492**
Depreciación y Amortización	20.813	473	4.274	7.173	973	828	34.535
EBITDA	**79.355**	**45.820**	**13.777**	**14.916**	**16.507**	**(32.348)**	**138.027**
Diferencias de Cambio	0	0	0	0	0	(9.226)	(9.226)
Revalúo propiedades de Inversión [20]	0	18.205	0	0	0	0	18.205
Ganancias (pérdidas) por Unidades de Reajuste	0	0	0	0	0	(5.381)	(5.381)
EBITDA Ajustado	**79.355**	**27.615**	**13.777**	**14.916**	**16.507**	**-17.741**	**134.429**

Seis meses terminado el 30 de Junio, 2012 (en millones de Ch$)

Reconciliación de nuestro Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Controladores al EBITDA y al EBITDA Ajustado por Segmento de Negocio

Información por Segmento	Supermercados	Centros Comerciales	Mejoramiento del Hogar	Tiendas por Departamento	Servicios Financieros	Otros	Total Consolidado
Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Controladores	133.137	87.491	30.282	4.080	38.979	(203.387)	90.582
Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Minoritarios	0	0	0	0	0	2.995	2.995
Resultado Neto	**133.137**	**87.491**	**30.282**	**4.080**	**38.979**	**(200.391)**	**93.578**
Gastos Financieros (neto)	0	0	0	0	0	(93.326)	(93.326)
Impuesto a las Ganancias	0	0	0	0	0	(48.752)	(48.752)
EBIT	**133.137**	**87.491**	**30.282**	**4.080**	**38.979**	**(58.314)**	**235.655**
Depreciación y Amortización	40.711	952	8.506	13.225	1.549	1.586	66.529
EBITDA	**173.848**	**88.444**	**38.788**	**17.305**	**40.528**	**(56.728)**	**302.185**
Diferencias de Cambio	0	0	0	0	0	(2.607)	(2.607)
Revalúo propiedades de Inversión [21]	0	39.160	0	0	0	0	39.160
Ganancias (pérdidas) por Unidades de Reajuste	0	0	0	0	0	(14.029)	(14.029)
EBITDA Ajustado	**173.848**	**49.284**	**38.788**	**17.305**	**40.528**	**-40.093**	**279.660**

[20] Representa el ajuste del Valor Justo de las Propiedades de Inversión mediante el método de descuento de flujos de caja.

[21] Representa el ajuste del Valor Justo de las Propiedades de Inversión mediante el método de descuento de flujos de caja.

Trimestre terminado el 30 de Junio, 2011 (en millones de Ch$)
Reconciliación de nuestro Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Controladores al EBITDA y al EBITDA Ajustado por Segmento de Negocio

Información por Segmento	Supermercados	Centros Comerciales	Mejoramiento del Hogar	Tiendas por Departamento	Servicios Financieros	Otros	Total Consolidado
Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Controladores	72.700	31.346	10.041	11.188	28.227	(91.981)	61.521
Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Minoritarios	0	0	0	0	0	2.851	2.851
Resultado Neto	**72.700**	**31.346**	**10.041**	**11.188**	**28.227**	**(89.129)**	**64.373**
Gastos Financieros (neto)	0	0	0	0	0	(33.104)	(33.104)
Impuesto a las Ganancias	0	0	0	0	0	(26.712)	(26.712)
EBIT	**72.700**	**31.346**	**10.041**	**11.188**	**28.227**	**(29.313)**	**124.189**
Depreciación y Amortización	17.880	547	3.984	4.217	733	1.107	28.469
EBITDA	**90.580**	**31.893**	**14.025**	**15.405**	**28.960**	**(28.205)**	**152.658**
Diferencias de Cambio	0	0	0	0	0	1.723	1.723
Revalúo propiedades de Inversión [22]	0	8.211	0	0	0	0	8.211
Ganancias (pérdidas) por Unidades de Reajuste	0	0	0	0	0	(10.518)	(10.518)
EBITDA Ajustado	**90.580**	**23.682**	**14.025**	**15.405**	**28.960**	**-19.410**	**153.242**

Seis meses terminado el 30 de Junio, 2011 (en millones de Ch$)
Reconciliación de nuestro Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Controladores al EBITDA y al EBITDA Ajustado por Segmento de Negocio

Información por Segmento	Supermercados	Centros Comerciales	Mejoramiento del Hogar	Tiendas por Departamento	Servicios Financieros	Otros	Total Consolidado
Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Controladores	136.787	64.179	27.819	13.334	57.321	(172.116)	127.325
Resultado Neto Atribuible a los Accionistas Minoritarios	0	0	0	0	0	5.907	5.907
Resultado Neto	**136.787**	**64.179**	**27.819**	**13.334**	**57.321**	**(166.208)**	**133.232**
Gastos Financieros (neto)	0	0	0	0	0	(63.370)	(63.370)
Impuesto a las Ganancias	0	0	0	0	0	(52.098)	(52.098)
EBIT	**136.787**	**64.179**	**27.819**	**13.334**	**57.321**	**(50.740)**	**248.700**
Depreciación y Amortización	36.498	1.139	8.269	8.402	1.516	2.159	57.982
EBITDA	**173.285**	**65.318**	**36.088**	**21.736**	**58.836**	**(48.581)**	**306.682**
Diferencias de Cambio	0	0	0	0	0	(1.957)	(1.957)
Revalúo propiedades de Inversión [23]	0	20.362	0	0	0	0	20.362
Ganancias (pérdidas) por Unidades de Reajuste	0	0	0	0	0	(16.777)	(16.777)
EBITDA Ajustado	**173.285**	**44.956**	**36.088**	**21.736**	**58.836**	**-29.847**	**305.054**

[22] Representa el ajuste del Valor Justo de las Propiedades de Inversión mediante el método de descuento de flujos de caja.
[23] Representa el ajuste del Valor Justo de las Propiedades de Inversión mediante el método de descuento de flujos de caja.