

Santiago, 14 de junio de 2012

Señor  
Fernando Coloma  
Superintendente  
Superintendencia de Valores y Seguros  
PRESENTE



2012060079313

14/06/2012 - 17:21

Operador: ESALINAS

Nro. Inscrip: 743v - División Control Financiero Valores

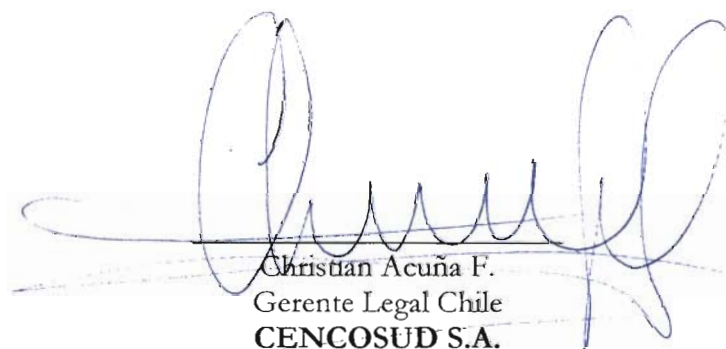


**Referencia: Acompaña presentación a ser entregada a los inversionistas, relativa a las acciones de pago de Concosud S.A. que ha registrado con fecha 13 de junio de 2012 en el Registro de Valores de esta Superintendencia.**

Estimado señor Superintendente:

Por medio de la presente y de conformidad a lo dispuesto por la Ley N° 18.045 de Mercado de Valores y la Norma de Carácter General N° 30 de 1989, y sus modificaciones, impartidas por la Superintendencia de Valores y Seguros, hacemos llegar a Usted una copia de las presentaciones, publicaciones y brochure que entregará Cencosud S.A. a posibles inversionistas, que publicará en su página web y que también estará a su disposición, en las páginas web de los agentes colocadores, en el marco de la emisión de acciones de pago de la Sociedad que han sido registradas con esta fecha en el Registro de Valores que lleva esta Superintendencia.

Sin otro particular, saluda atentamente a usted,

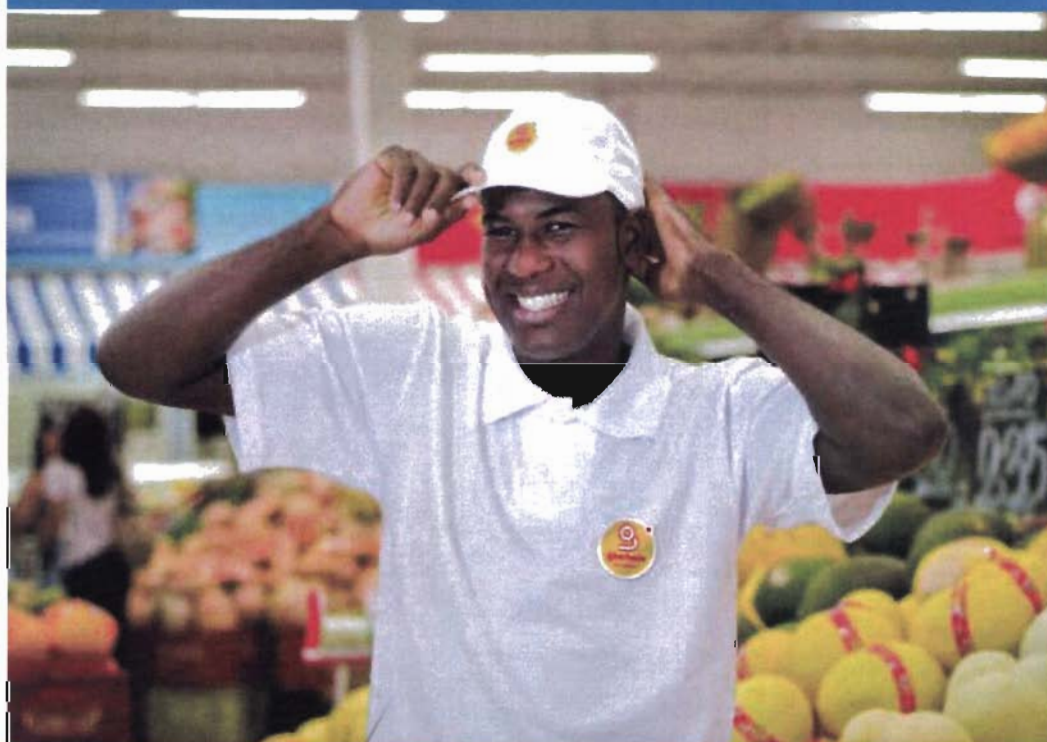
  
Christian Acuña F.  
Gerente Legal Chile  
**CENCOSUD S.A.**

14/6/2012

Cencosud está presente en  
los cinco mercados más  
importantes de Latinoamérica:  
Chile, Brasil, Argentina, Perú  
y Colombia.



Supermercados peruanos



Supermercados brasileños

726 ✓  
SUPERMERCADOS

3.3 MILLONES DE METROS  
CUADRADOS DE SALA DE VENTAS

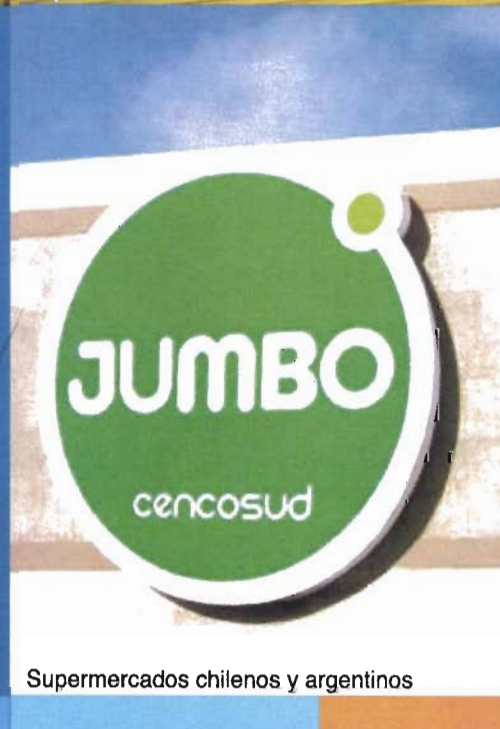
906  
TOTAL\*

81 ✓  
TIENDAS DE  
MEJORAMIENTO  
DEL HOGAR

74 ✓  
TIENDAS POR  
DEPARTAMENTO

25 ✓  
CENTROS  
COMERCIALES

\*NÚMERO DE TIENDAS A MARZO DE 2012



Supermercados chilenos y argentinos

# Presentación a Inversionistas



Junio de 2012



## Disclaimer

La información contenida en este documento ha sido preparado por Cencosud S.A. ("Cencosud") únicamente con fines informativos y no debe interpretarse como una solicitud o una oferta de compra o venta de valores y no debe ser entendido como un consejo de inversión o de otro tipo. Ninguna representación o garantía, ya sea expresa o implícita, se presenta en relación a la exactitud, integridad o fiabilidad de la información contenida en este documento. Las opiniones expresadas en esta presentación están sujetas a cambios sin previo aviso y Cencosud no tiene ninguna obligación de actualizar o mantener actualizada la información contenida en este documento. La información contenida en este documento no pretende ser completa y está referenciada en su totalidad a información más detallada de otra fuente, si la hubiere. Cencosud y sus respectivas filiales, agentes, directores, socios y empleados no aceptan ninguna responsabilidad por cualquier pérdida o daño de cualquier tipo que surja de la utilización de todo o parte de este material.

Esta presentación puede contener afirmaciones que constituyen declaraciones a futuro sujetas a riesgos e incertidumbres y factores, que se basan en las expectativas y proyecciones actuales sobre acontecimientos futuros y las tendencias que pueden afectar el negocio de Cencosud. Se le advierte que cualquiera de dichas declaraciones prospectivas no son garantías de rendimiento futuro. Hay varios factores que pueden afectar negativamente las estimaciones y supuestos en que estas declaraciones prospectivas se basan, muchos de los cuales están fuera de nuestro control.

Copia del prospecto informativo de la emisión de acciones se encuentra disponible en la Superintendencia de Valores y Seguros y en las oficinas de la Sociedad



## Antecedentes de la Emisión

|                                   |                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Emisor</b>                     | Cencosud S.A. ("Cencosud")                                                                                                                                                                                           |
| <b>Listing</b>                    | Oferta con registro local en la SVS (Bolsa de Comercio de Santiago: CENCOSUD) e internacional con registro en la SEC (NYSE: CNCO)                                                                                    |
| <b>Instrumento Ofrecido</b>       | Oferta local e internacional de hasta 91.304.348 acciones <sup>1</sup> en forma de acciones y/o ADS (cada uno representando 3 acciones comunes) y derechos de suscripción locales por hasta 138 millones de acciones |
| <b>Tipo de Oferta</b>             | 100% primaria                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Tamaño de la Oferta Global</b> | US\$1.299 millones (considerando un precio de \$2.771 por acción y tipo de cambio de \$518,49 por US\$ al 1° de junio de 2012)                                                                                       |
| <b>"Greenshoe"</b>                | 15% de la oferta internacional (100% primaria)                                                                                                                                                                       |
| <b>Lock-up Period</b>             | 180 días                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Agentes Colocadores</b>        | <div> Coordinadores Globales:   </div> <div> Colocadores Internacionales:   </div> <div> </div> <div> Colocadores Locales:    </div>                                                                                 |

<sup>1</sup> No incluye 13.695.652 acciones correspondientes al greenshoe para el tramo ADS



## Detalles de la Oferta

### Uso de fondos

#### Adquisiciones (50% del total)

- US\$245 millones para el pago de pasivos incurridos para la adquisición de Prezunic en Brasil en enero de 2012.
- US\$480 millones para la adquisición del 38,636% de Jumbo Retail Argentina, filial de Cencosud en Argentina, de propiedad de UBS A.G. London.

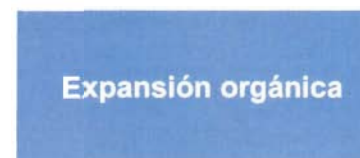
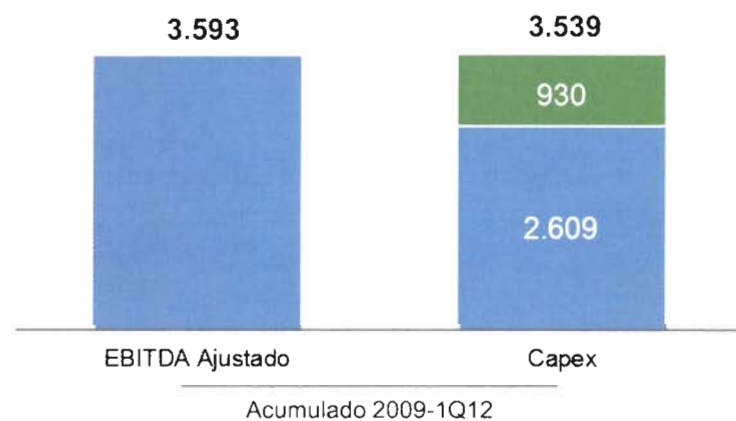
#### Pago de pasivos (31% del total)

- US\$200 millones para el pago de pasivos de corto plazo.
- Fondos adicionales para pagar los fondos utilizados de una línea de crédito comprometida por US\$750 millones, de los cuales se han usado US\$250 millones.

#### Otros (19% del total)

- Inversión en activo fijo y otros fines corporativos generales.

### Historia de inversiones de Cencosud



- Costanera Center
- 139 nuevas tiendas
- 477.000 m²





## Por qué invertir en Cencosud?



## Métricas generales (1Q12)

|                                        |                         |
|----------------------------------------|-------------------------|
| Número de tiendas:                     | 906                     |
| Espacio de ventas:                     | 3.302.564m <sup>2</sup> |
| Número de clientes:                    | 800mm                   |
| Número de empleados:                   | 139.082                 |
| Tarjetas de crédito:                   | 4,3mm                   |
| Capitalización bursatil <sup>1</sup> : | US\$12.368mm            |
| Créditos de consumo:                   | US\$1.500mm             |



### Supermercados

- ❖ 726 tiendas en 4 países



### Mejoramiento del Hogar

- ❖ 81 tiendas en Chile, Colombia y Argentina



### Tiendas por Departamento

- ❖ Foco primario en Chile, con planes de expansión a Perú



### Servicios Financieros

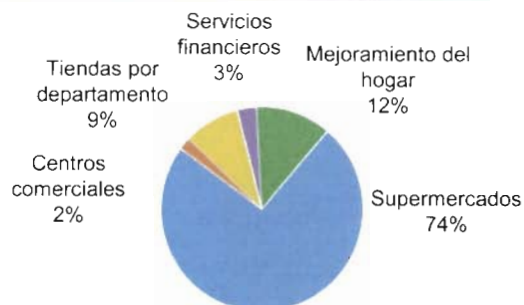
- ❖ Principalmente tarjetas de crédito con financiamiento para consumo y seguros



### Centros Comerciales

- ❖ 25 centros comerciales en Chile, Colombia y Argentina

## Apertura de ingresos (U12M<sup>3</sup>)



Total: US\$15.471mm

## Apertura de EBITDA Ajustado<sup>2</sup> (U12M<sup>3</sup>)



Total: US\$1.187mm

Fuente: Cencosud. Nota: Apertura de Ingresos y EBITDA Ajustado excluyen Otros Negocios

<sup>1</sup> Al 25 de mayo de 2012, tipo de cambio de CLP/USD 511

<sup>2</sup> EBITDA ajustado para excluir el efecto de diferencias por tipo de cambio, aumento por revalorización a valor justo de activos inmobiliarios, resultados por ajuste de precios y mayor valor de inversiones asociado a la adquisición de Johnson's

<sup>3</sup> Últimos 12 meses a marzo 2012. Cifras convertidas a USD en base al tipo de cambio al final de cada periodo de \$479, \$487 y \$519, al 1Q2011, 1Q2012 y 4Q2012 respectivamente





## Presencia Geográfica

### Colombia



- 35.360 m<sup>2</sup> de espacio de ventas
- 4 Tiendas de mejoramiento del hogar

Número de tiendas: 906  
Espacio de ventas: 3.302.564m<sup>2</sup>

### Brasil



- 465.992 m<sup>2</sup> de espacio de ventas
- 189 Supermercados
- 0,9 millones de tarjetas de crédito activas (JV con Bradesco)

### Perú



- 288.246 m<sup>2</sup> de espacio de ventas
- 74 Supermercados
- 2 Centros comerciales
- 0,3 millones de tarjetas de crédito activas

### Chile



- 1.384.209m<sup>2</sup> de espacio de ventas
- 191 Supermercados
- 29 Tiendas de mejoramiento del hogar
- 74 Tiendas por departamentos
- 9 Centros comerciales
- 2,1 millones de tarjetas de crédito activas

### Argentina



- 1.128.758 m<sup>2</sup> de espacio de ventas
- 272 Supermercados
- 48 Tiendas de mejoramiento del hogar
- 14 Centros comerciales
- 0,9 millones de tarjetas de crédito activas



Fuente: Cencosud  
Nota: Al 31 de marzo de 2012

## Atractivos de inversión







# Cencosud es un retailer multiformato líder en Latinoamérica...

## Portafolio de marcas de primer nivel



Nota: Apertura de Ingresos y EBITDA Ajustado calculado para el Q1 de 2012

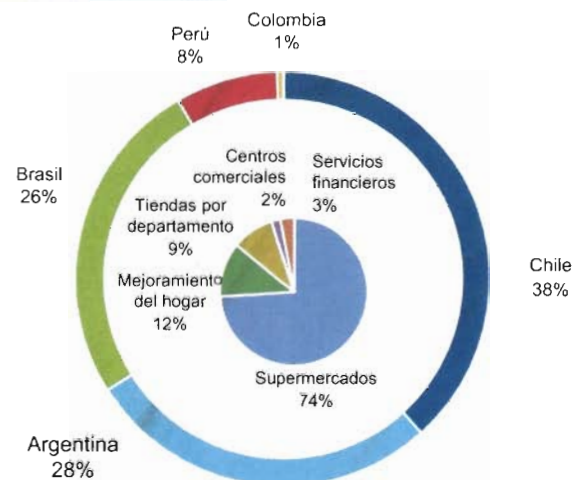
<sup>1</sup> Apertura de Ingresos y EBITDA Ajustado excluyen Otros Negocios, calculado en base a los últimos 12 meses a marzo 2012

<sup>2</sup> Apertura del EBITDA Ajustado por país excluye Colombia (US\$7mm)

<sup>3</sup> EBITDA ajustado para excluir el efecto de diferencias por tipo de cambio, aumento por revalorización a valor justo de activos inmobiliarios, resultados por ajuste de precios y mayor valor de inversiones asociado a la adquisición de Johnson's

<sup>4</sup> Últimos 12 meses a marzo 2012. Cifras convertidas a USD en base al tipo de cambio al final de cada periodo de \$479, \$487 y \$519, al 1Q2011, 1Q2012 y 4Q2012 respectivamente

## Ingresos diversificados<sup>1</sup>



## EBITDA Ajustado diversificado<sup>1,2,3</sup>







## ...con un alto reconocimiento de marcas

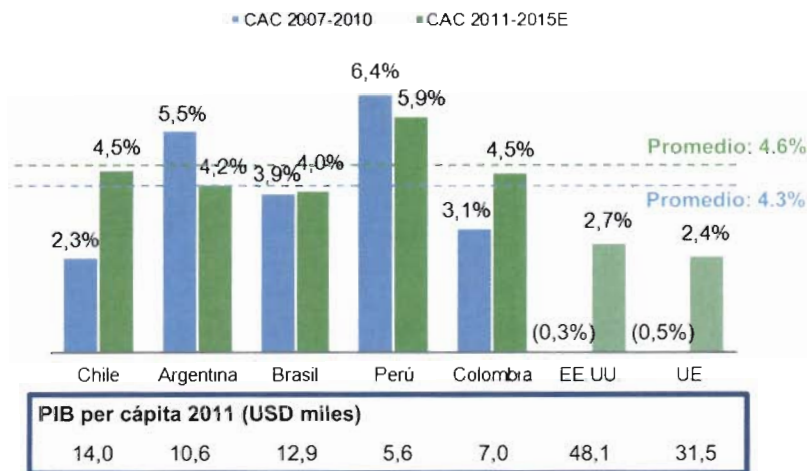
| Formatos                 | Posición                                                                                                                                                                 | Marcas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Supermercados            | <b># 2 Chile y Argentina</b><br><b># 1 Perú</b><br><b># 1 Minas Gerais, # 2 región Noreste y # 3 Río de Janeiro (Brasil)</b>                                             |      <br>     |
| Tiendas por departamento | <b># 1 Chile</b>                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Mejoramiento del hogar   | <b># 1 Argentina</b><br><b># 2 Chile</b>                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Centros comerciales      | <b># 2 Chile</b><br><b># 2 Argentina</b>                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Servicios financieros    | <b>Chile: 2,1 millones de tarjetas</b><br><b>Brasil: 0,9 millones de tarjetas</b><br><b>Argentina: 0,9 millones de tarjetas</b><br><b>Perú: 0,3 millones de tarjetas</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

Nota: Ranking basado en ingresos, excepto ranking de tiendas por departamento que se basa en espacio de venta incluyendo Johnson's (en términos de ingresos el ranking es # 2), y el ranking de centros comerciales que se basa en espacio arrendable.



# Un escenario macroeconómico atractivo y demografía favorable...

## Sólido crecimiento del PIB real



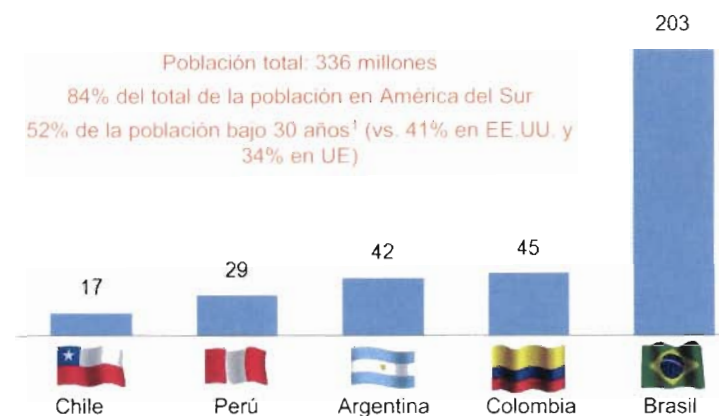
Fuente: FMI

## Sólidas clasificaciones de riesgo soberano

| País      | Rating S&P /Outlook | Rating Moody's /Outlook | Deuda / PIB 2011 |
|-----------|---------------------|-------------------------|------------------|
| Chile     | A+ / Positivo       | Aa3 / Estable           | 11%              |
| Brasil    | BBB / Estable       | Baa2 / Estable          | 65%              |
| Perú      | BBB / Estable       | Baa3 / Positivo         | 22%              |
| Colombia  | BBB- / Estable      | Baa3 / Estable          | 36%              |
| Argentina | B / Estable         | B3 / Estable            | 43%              |

Fuente: S&P y Moody's

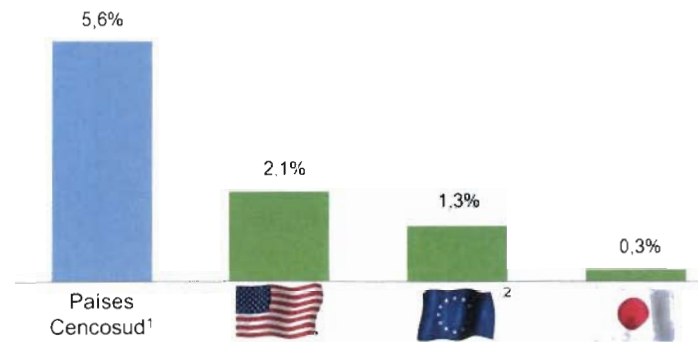
## Población 2011 (mm)



Fuente: U.S. Census Bureau, International Programs

<sup>1</sup> Población conjunta de Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia

## CAC 2010-2015E del ingreso real (%)



Fuente: Euromonitor

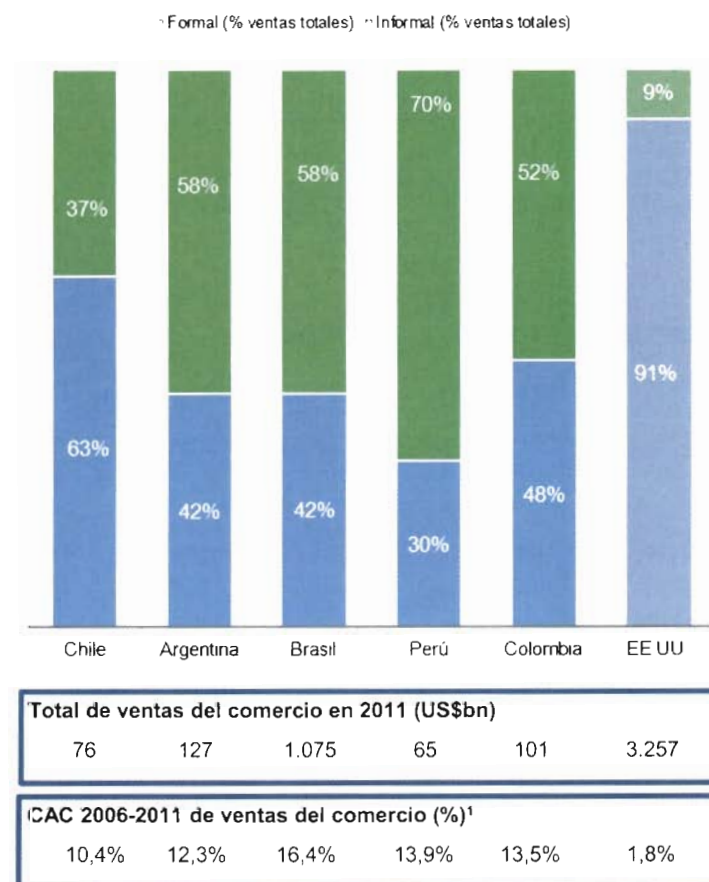
<sup>1</sup> Combinado para Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia

<sup>2</sup> Excluye Chipre, Luxemburgo y Malta



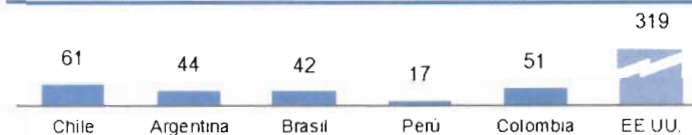
## ...en mercados con oportunidades considerables de crecimiento sostenido

### Baja penetración del comercio formal en alimentos

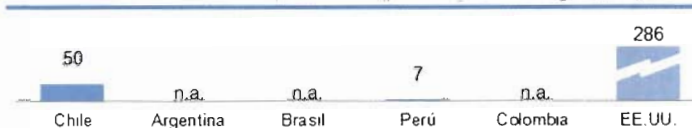


Fuente: ILACAD, Planet Retail y US Census Bureau  
<sup>1</sup> CAC de ventas del comercio en términos nominales

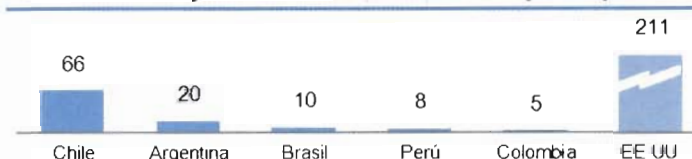
### Área de supermercados per cápita (m<sup>2</sup> miles)



### Área de tiendas por depto. per cápita (m<sup>2</sup> miles)



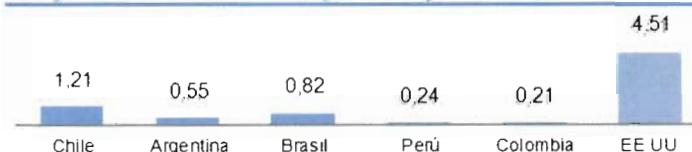
### Área de mejor. del hogar per cápita (m<sup>2</sup> miles)



### Ventas del comercio en centros comerciales (%)



### Tarjetas de crédito per cápita



Fuente: BMI, INDEC, ICSC, ABRASCE, entidades reguladoras locales, ABECS, equity research y US Census Bureau

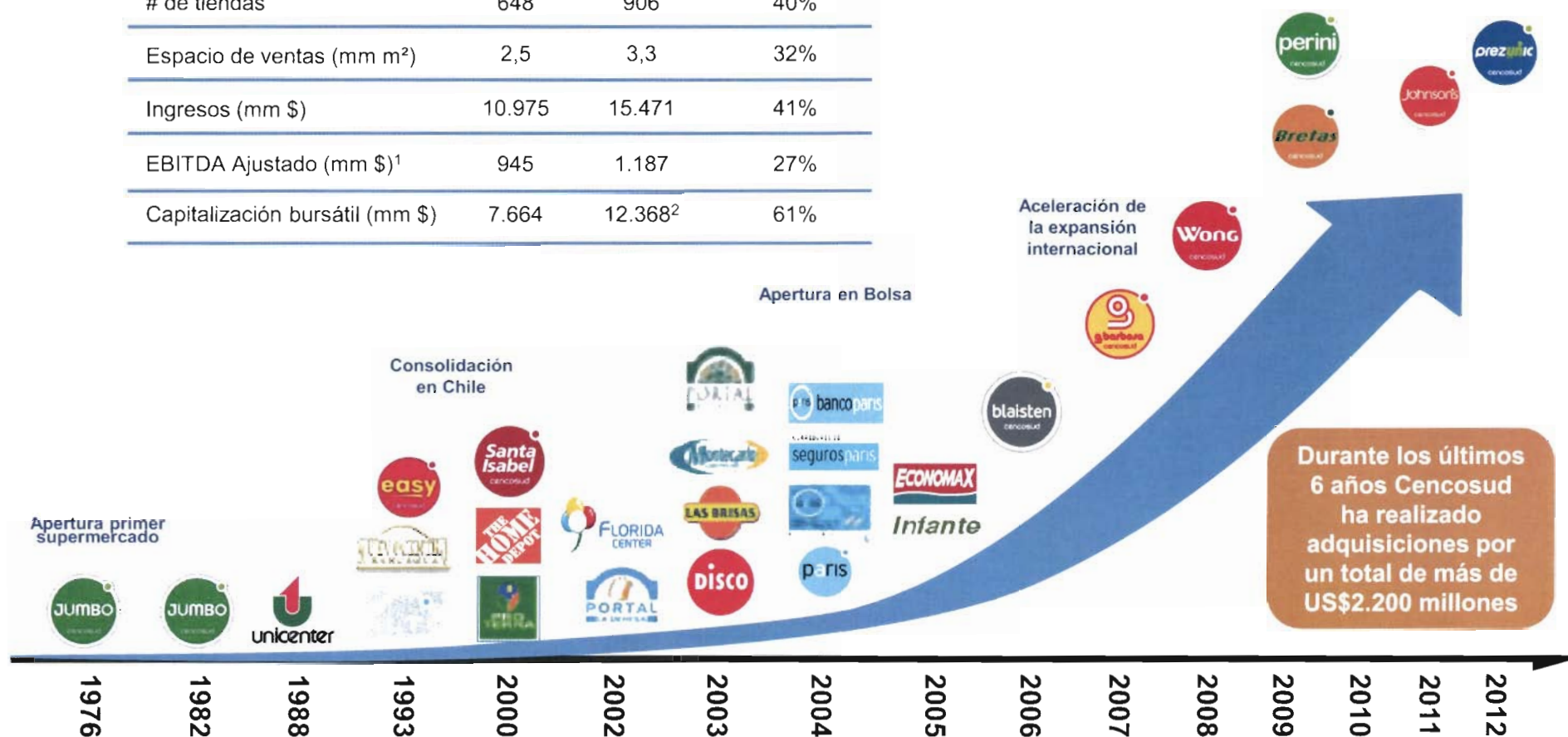




# Experiencia probada en identificación e integración de adquisiciones atractivas...

## Métricas claves de expansión

|                                        | 2009   | U12M 1Q12           | Crecimiento (%) <sup>3</sup> |
|----------------------------------------|--------|---------------------|------------------------------|
| # de tiendas                           | 648    | 906                 | 40%                          |
| Espacio de ventas (mm m <sup>2</sup> ) | 2,5    | 3,3                 | 32%                          |
| Ingresos (mm \$)                       | 10.975 | 15.471              | 41%                          |
| EBITDA Ajustado (mm \$) <sup>1</sup>   | 945    | 1.187               | 27%                          |
| Capitalización bursátil (mm \$)        | 7.664  | 12.368 <sup>2</sup> | 61%                          |



Fuente: Cencosud, Factset

<sup>1</sup> EBITDA ajustado para excluir el efecto de diferencias por tipo de cambio, aumento por revalorización a valor justo de activos inmobiliarios, resultados por ajuste de precios y mayor valor de inversiones asociado a la adquisición de Johnson's

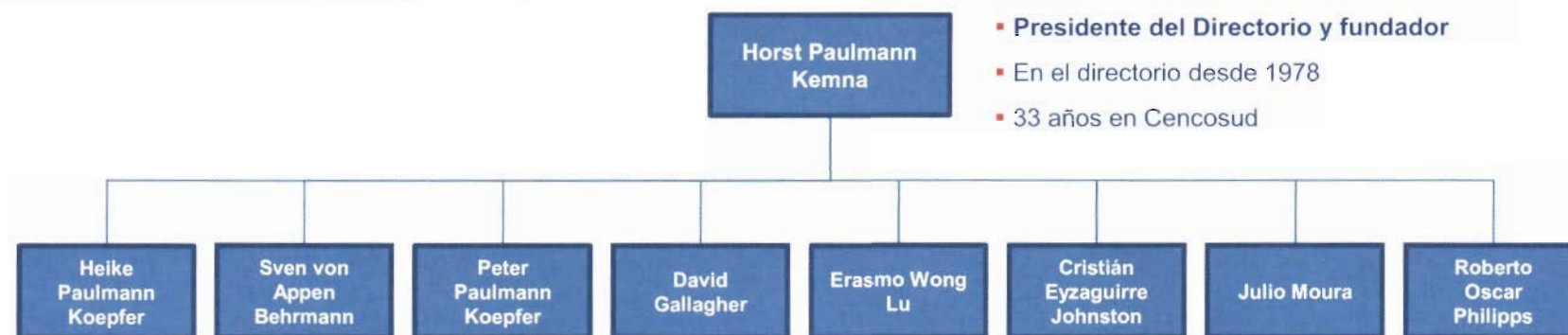
<sup>2</sup> Al 25 de mayo de 2012, tipo de cambio de CLP/USD 511

<sup>3</sup> Tasas de crecimiento calculadas en base a cifras en USD, convertidas desde CLP en base al tipo de cambio al final de cada periodo

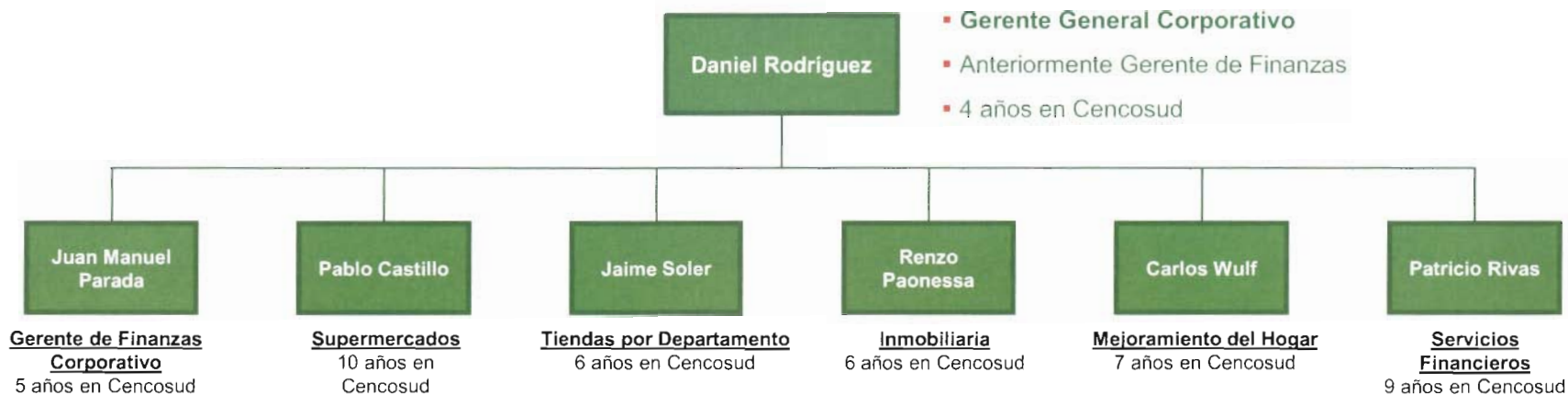


## ...Apoyado por un directorio comprometido y una administración experimentada

### Directorio



### Plana gerencial





## Operaciones y estrategia

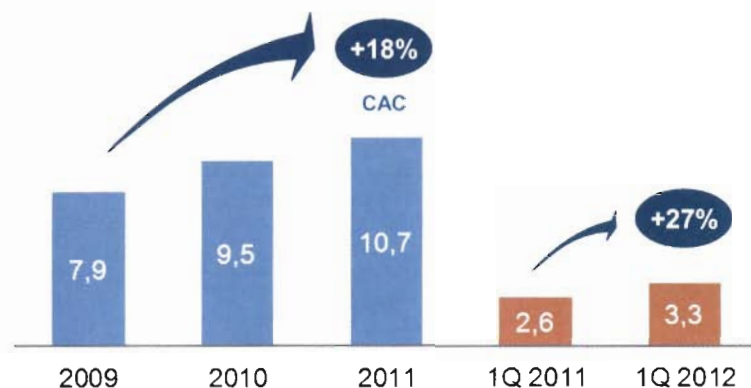




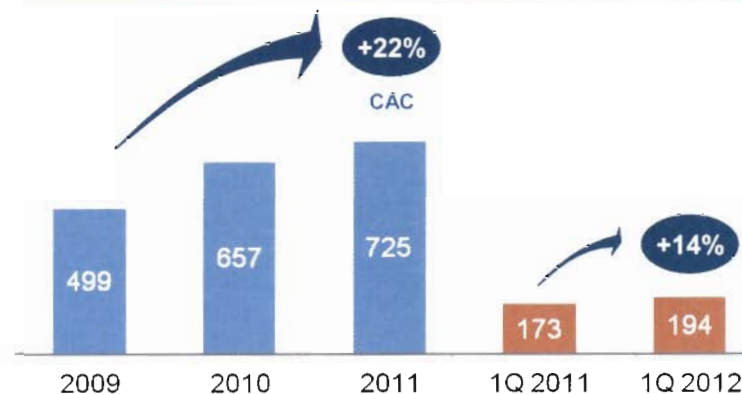


# Supermercados: Antecedentes generales

Evolución de ingresos (US\$bn)



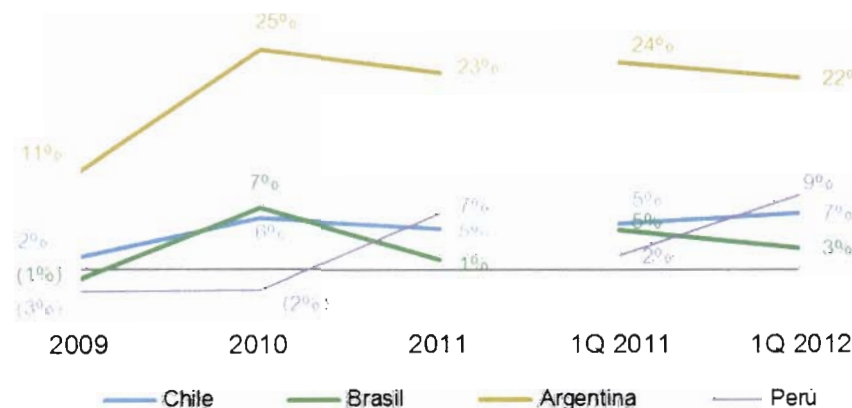
Evolución de EBITDA Ajustado (US\$mm)



Presencia geográfica y posición de mercado



Evolución de SSS por país en moneda local



Fuente: Cencosud, información pública de la Compañía, Planet Retail, ABRAS, INDEC

Nota: Cifras en IFRS. Tasa de crecimiento calculadas en moneda local. Cifras convertidas a USD en base al tipo de cambio al final de cada periodo de \$507, \$468, \$519 y \$479 y \$487, al final de los periodos 2009, 2010, 2011, 1Q2011 y 1Q2012 respectivamente. Participación de mercado en base a ingresos. Participación de mercado en Perú estimada en base a los ingresos reportados por los 3 mayores competidores.

## Presencia geográfica

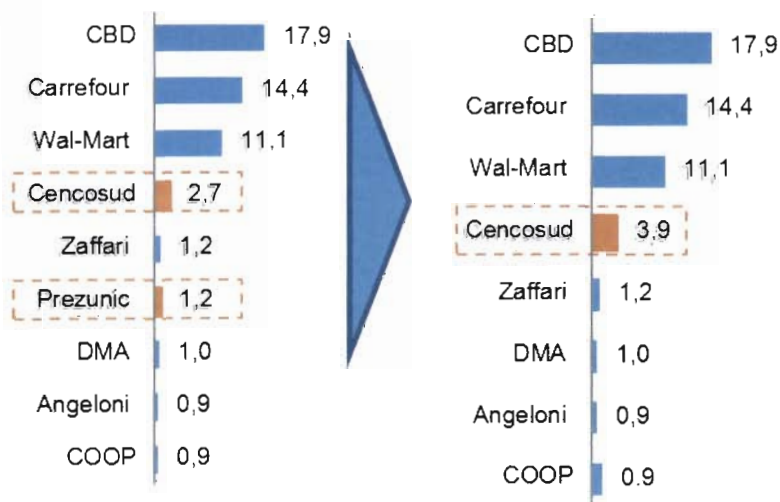


Fuente: Información de la compañía, Planet Retail, ABRAS, IBGE

## Aspectos importantes de la inversión

- ✓ Escala en Río de Janeiro: 3ª cadena más grande de supermercados
- ✓ Precio de compra de US\$49mm
- ✓ Alta exposición a Brasil
- ✓ Numerosas oportunidades de crecimiento: nuevos formatos, marcas propias, financiamiento a consumidores
- ✓ Alto crecimiento histórico y reconocimiento de marca
- ✓ 72.108 m<sup>2</sup> de espacio de ventas y 31 tiendas incorporadas
- ✓ Ingresos por US\$1.125mm en 2011 y US\$338mm durante el primer trimestre de 2012

## Participación de mercado (%)



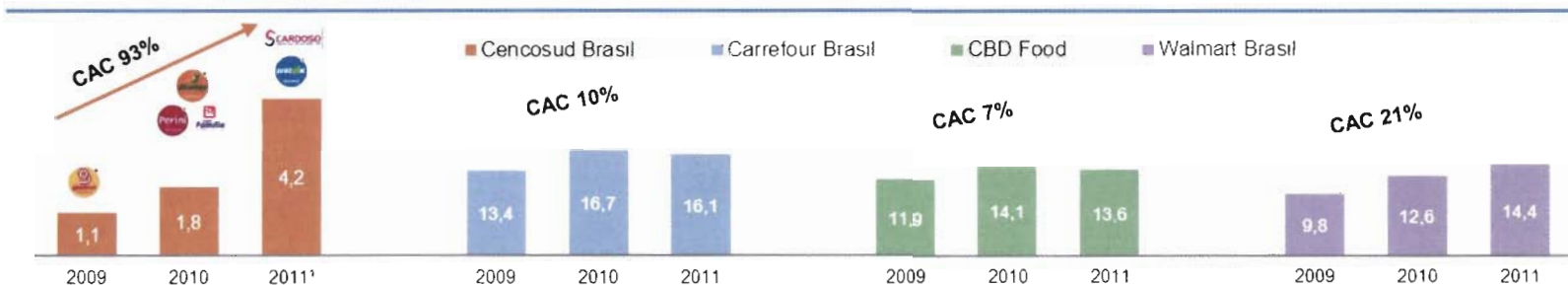
Fuente: ABRAS

Nota: Participación de mercado como porcentaje de los ingresos brutos de la industria en 2010

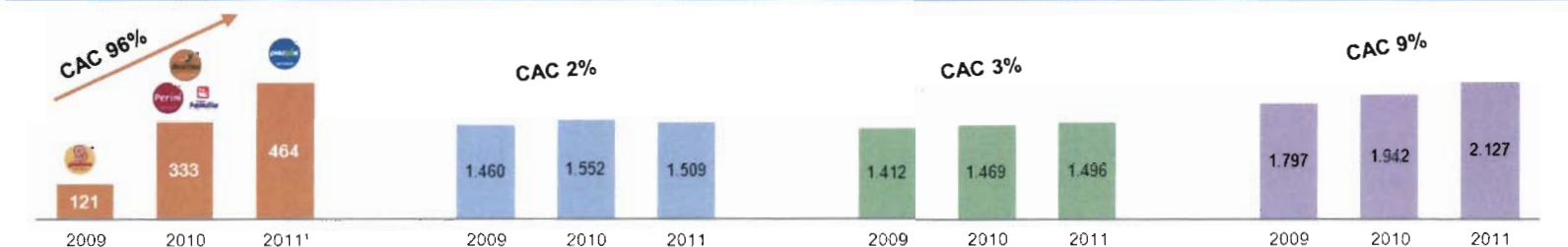


# Supermercados: panorama competitivo en Brasil

## Ingresos netos (US\$bn)



## Espacio de ventas (miles de m²)



## Único consolidador activo y exitoso en Brasil<sup>2</sup>

| Fecha          | Objetivo | Comprado  | Monto (US\$mm) | EV/ventas   |
|----------------|----------|-----------|----------------|-------------|
| Abr-07         | Atacadao | Carrefour | 1.087          | 0,6x        |
| Nov-07         | Assai    | CBD       | 197            | 0,4x        |
| Nov-07         |          |           | 430            | 0,5x        |
| Mar-10         |          |           | 33             | 0,3x        |
| Abr-10         |          |           | 28             | -           |
| Oct-10         |          |           | 705            | 0,5x        |
| Ene-12         |          |           | 497            | 0,4x        |
| <b>Mediana</b> |          |           |                | <b>0,5x</b> |

Fuente: Información pública de la compañía, Planet Retail, estudios de la acción

Nota: Las cifras de Cencosud corresponden a los ingresos netos en Brasil. Cifras de Carrefour Brasil basadas en ingresos brutos. Se utiliza tipo de cambio del término del periodo respectivo

<sup>1</sup> Cifras de Cencosud 2011 son pro-forma a la adquisición de Prezunic asumiendo ingresos por R\$2,2bn y 72.108 m²

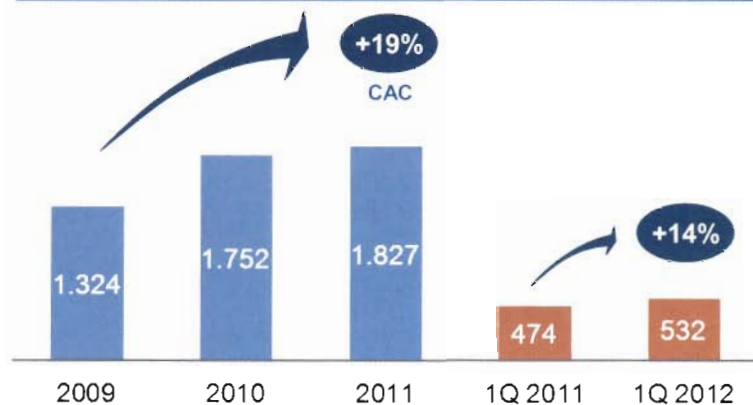
<sup>2</sup> Considera solo transacciones de tamaño igual o superior a US\$25mm



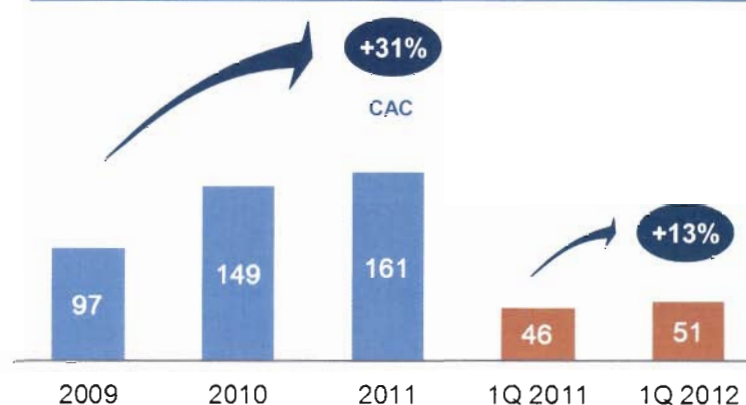


## Mejoramiento del hogar: descripción general del negocio

### Evolución de los ingresos (US\$mm)



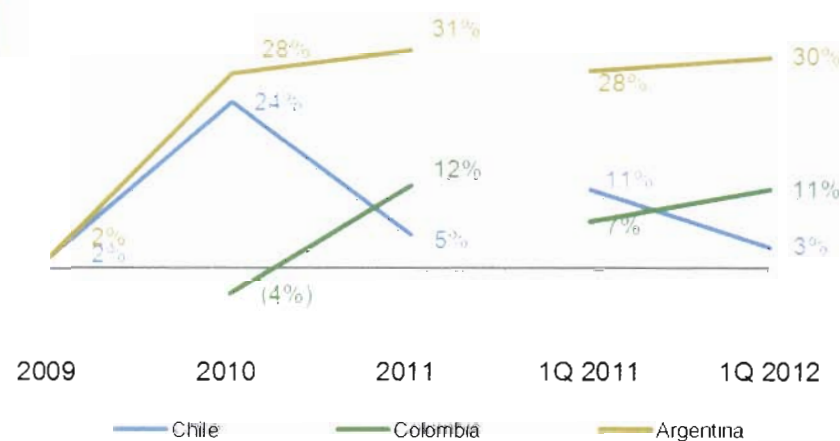
### Evolución del EBITDA Ajustado (US\$mm)



### Presencia geográfica y posición en el mercado



### Evolución de SSS por país en moneda local



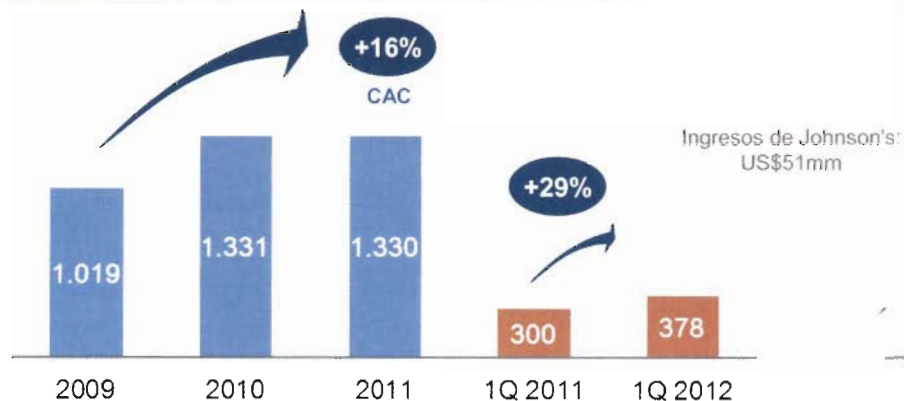
Fuente: Cencosud

Nota: Cifras en IFRS. Tasas de crecimiento calculadas en moneda local. Cifras convertidas a USD con un tipo de cambio de \$507, \$468, \$519, \$479 y \$487 para el término de los periodos 2009, 2010, 2011, 1Q2011 y 1Q2012, respectivamente



# Tiendas por departamento: descripción general del negocio

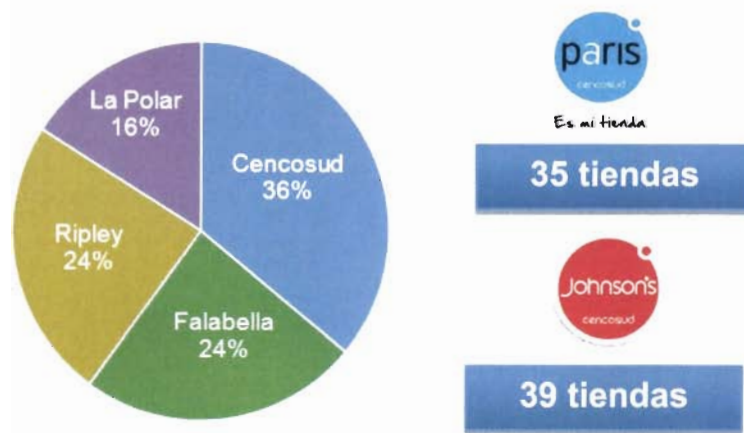
## Evolución de los ingresos (US\$mm)



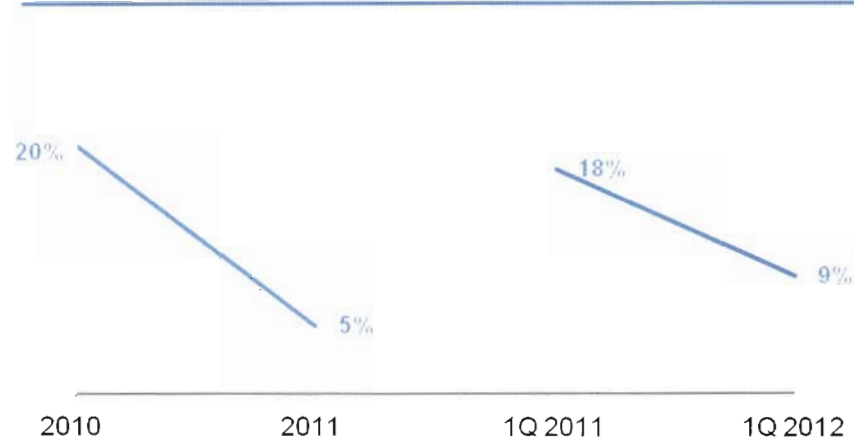
## Evolución del EBITDA Ajustado (US\$mm)



## Participación de mercado por espacio de venta – Chile<sup>1</sup>



## Evolución de SSS en moneda local



Fuente: Cencosud

Nota: Cifras en IFRS. Tasas de crecimiento calculadas en moneda local. Cifras convertidas a USD con un tipo de cambio de \$507, \$468, \$519, \$479 y \$487 para el término de los periodos 2009, 2010, 2011, 1Q2011 y 1Q2012, respectivamente

<sup>1</sup> A diciembre de 2011, incluyendo 39 tiendas de Johnson's



## Tiendas por departamento: adquisición de Johnson's

### Consideraciones claves

#### Resumen de la transacción

- ❖ En diciembre de 2011 se adquirió el 85,58% de la propiedad
- ❖ 39 tiendas a lo largo de Chile bajo la marca de Johnson's y 13 tiendas bajo la marca FES
- ❖ 117.569 m<sup>2</sup> de espacio de venta

#### Antecedentes financieros

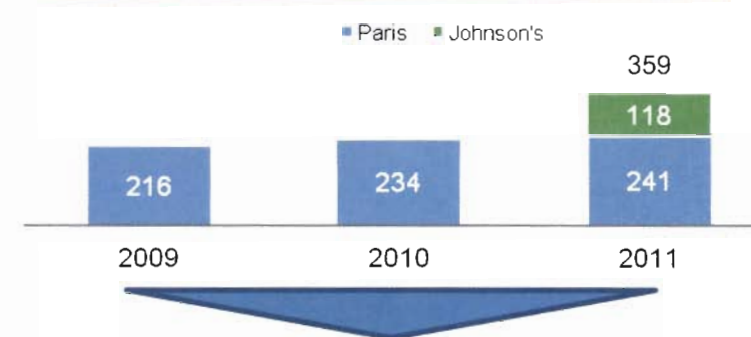
- ❖ Precio agregado de compra de CLP\$ 32.606mm
- ❖ Ventas en 2011 por CLP\$ 118.447mm de las operaciones de retail y CLP\$ 24.929mm para el 1Q12

#### Integración y objetivos

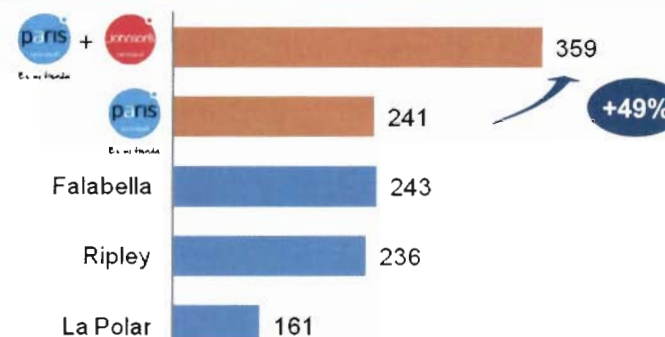
- ❖ Reemplazar todas las tarjetas de crédito de Johnson's por tarjetas de crédito Cencosud.
- ❖ Mejorar la cobertura para los segmentos socioeconómicos medios y bajos en Chile



### Expansión del espacio de venta (miles m<sup>2</sup>)<sup>1</sup>



### Mayor tienda por departamento en Chile (miles m<sup>2</sup>)<sup>1</sup>



Fuente: Información pública de la compañía

Nota: Cifras al 4Q11

<sup>1</sup> Cifras 2011 de la compañía son pro-forma a la adquisición de Johnson's



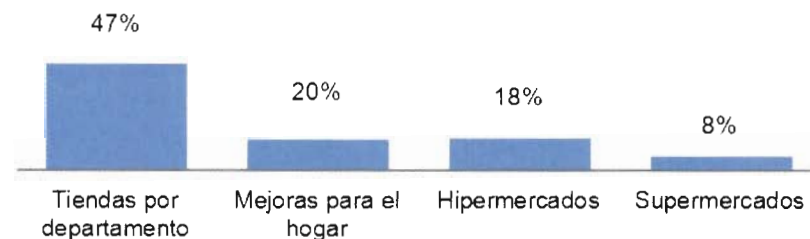




# Servicios financieros: descripción general del negocio

## Penetración de tarjetas de crédito por 1Q 2012

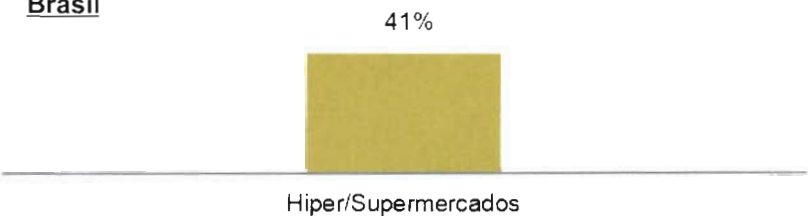
### Chile



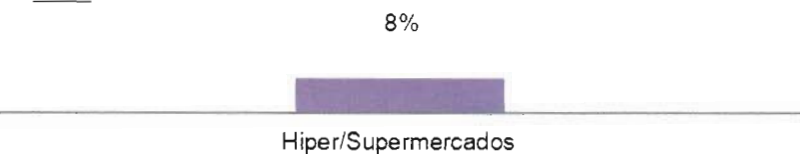
### Argentina



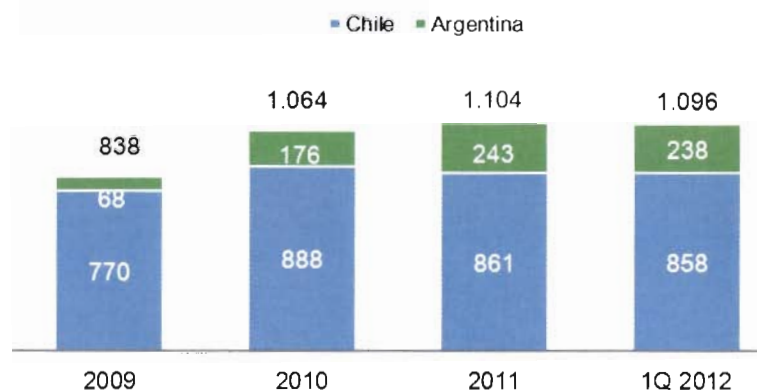
### Brasil



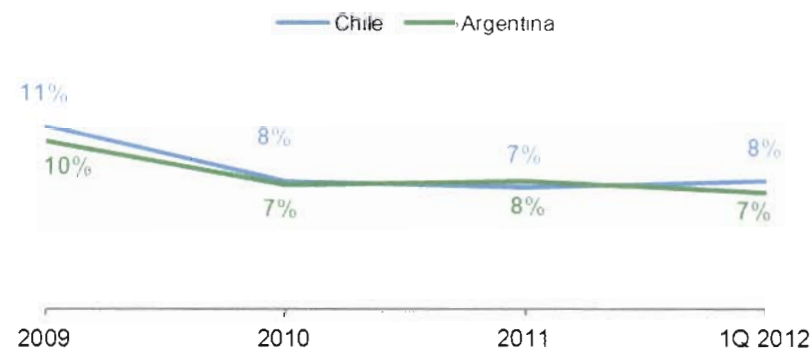
### Perú



## Evolución de cartera de créditos por país (US\$mm)



## Incobrables como % del total de créditos<sup>1</sup>



Fuente: Cencosud

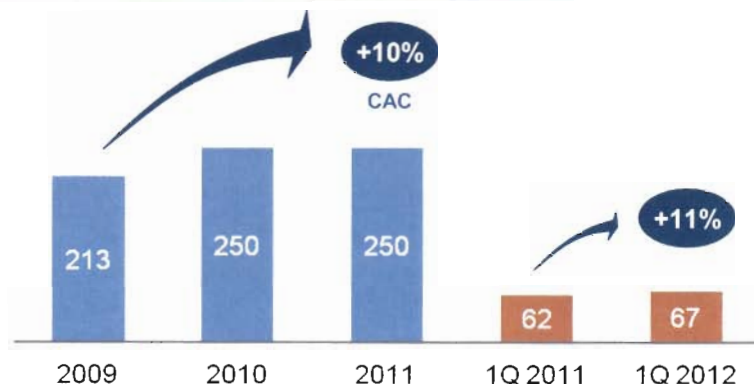
Nota: Cifras en IFRS. Cifras convertidas a USD con un tipo de cambio de \$507, \$468, \$519, \$479 y \$487 para el término de los periodos 2009, 2010, 2011, 1Q2011 y 1Q2012, respectivamente.

<sup>1</sup> El porcentaje toma en cuenta provisiones anticíclicas



# Centros comerciales: descripción general del negocio

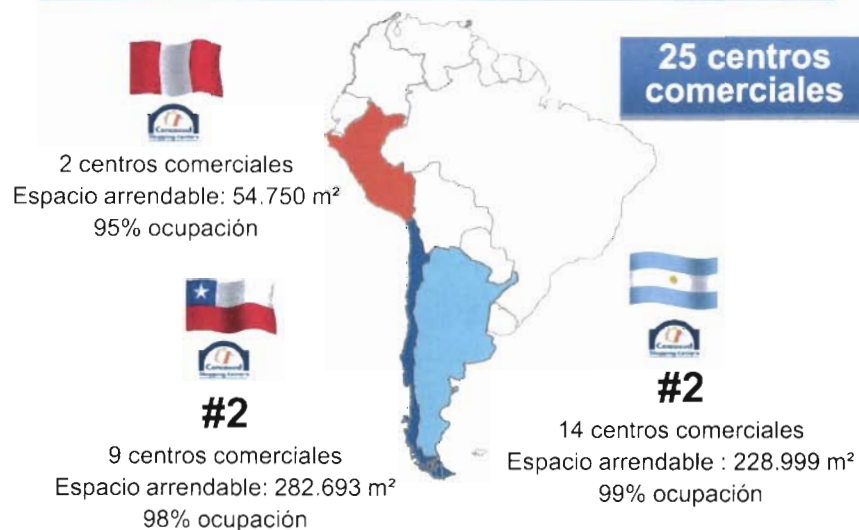
## Evolución de los ingresos (US\$mm)



## Evolución del EBITDA Ajustado (US\$mm)



## Presencia geográfica y tasas de ocupación



## Costanera Center

- ✓ Mayor complejo comercial multi-propósito en Chile
- ✓ 335 tiendas, incluyendo Jumbo, Easy y Paris
- ✓ Patio de comidas, 12 cines, bowling, centros médicos y gimnasio
- ✓ El centro comercial se espera que abra en Junio de 2012 y cuenta con 139.388 m² de espacio arrendable
- ✓ 2 torres de oficinas premium y un hotel que se espera abra a finales de 2013
- ✓ La torre Costanera Center, diseñada por Cesar Pelli, es el edificio más alto de Sudamérica, con 300 metros de altura

Fuente: Cencosud

Nota: Cifras en IFRS. Tasas de crecimiento calculadas en moneda local. Cifras convertidas a USD con un tipo de cambio de \$507, \$468, \$519, \$479 y \$487 para el término de los periodos 2009, 2010, 2011, 1Q2011 y 1Q2012, respectivamente. Las cifras excluyen transacciones entre empresas relacionadas. Participación de mercado basada en el espacio arrendable al 2011



# Oportunidades del mercado y estrategias

## Oportunidades del mercado



- ✓ Noveno mayor mercado de consumo en el mundo: Ventas de retail de US\$1,1 trillones durante 2011<sup>1</sup>
- ✓ Demografía capaz de absorber las tiendas de Cencosud: 100 ciudades sobre 250.000 habitantes
- ✓ Baja penetración en comercio formal



- ✓ Mejores condiciones macroeconómicas en los últimos 50 años
- ✓ Alto consumo, inflación estable y crecimiento del empleo
- ✓ Baja penetración del comercio formal (30% del consumo)



- ✓ Aumento del poder adquisitivo y del consumo doméstico
- ✓ Mercado de crédito desarrollado con acceso a consumidores de ingresos medios



- ✓ Mercados con baja penetración con importantes oportunidades de crecimiento
- ✓ Sólidos fundamentos macroeconómicos



- ✓ Crecimiento sostenido del consumo doméstico acompañado de una expansión del mercado crediticio
- ✓ Mercado de retail con baja penetración y con alto potencial

<sup>1</sup> Planet Retail

## Estrategia



**Continuar desarrollando y expandiendo la estrategia multiformato y multimarca**



**Enfocarse en márgenes de operación y flujos de caja**



**Expansión orgánica en mercados selectivos**



**Continuar la búsqueda de oportunidades de adquisición y maximizar sinergias**



**Aumentar la lealtad de los clientes**





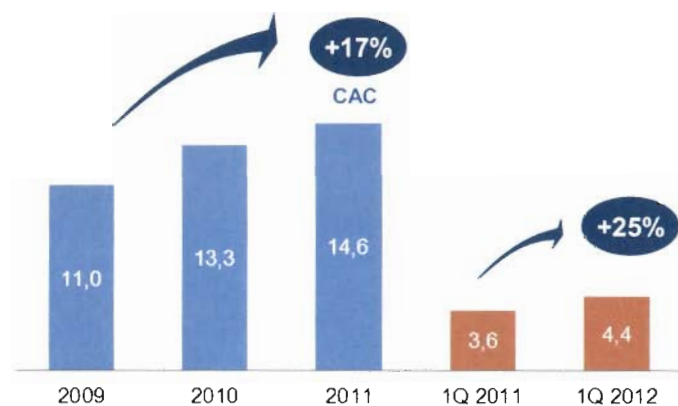


## Desempeño financiero



## Resumen de desempeño financiero

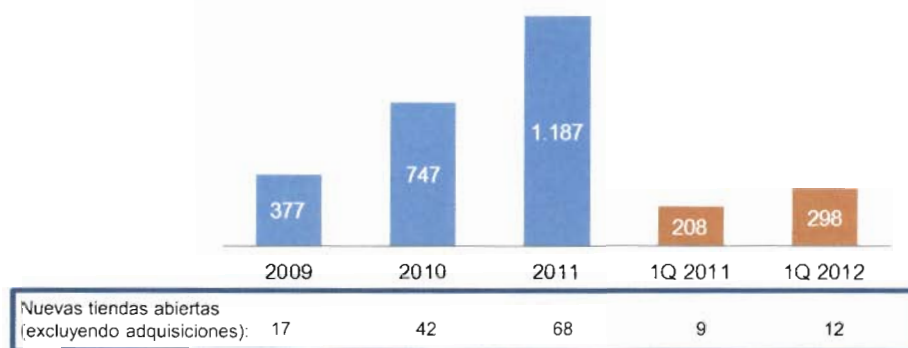
### Evolución de ingresos (US\$bn)



### EBITDA Ajustado (US\$mm) y margen(%)



### Capex (US\$mm) excluyendo adquisiciones



Fuente: Cencosud

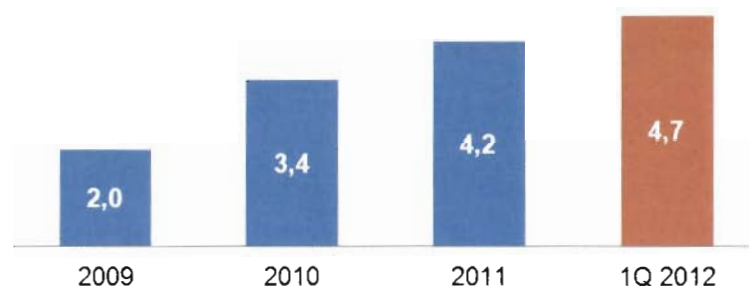
Note: Cifras en IFRS. Tasas de crecimiento calculadas en moneda local. Cifras convertidas a USD con un tipo de cambio de \$507, \$468, \$519, \$479 y \$487 para el término de los periodos 2009, 2010, 2011, 1Q2011 y 1Q2012, respectivamente



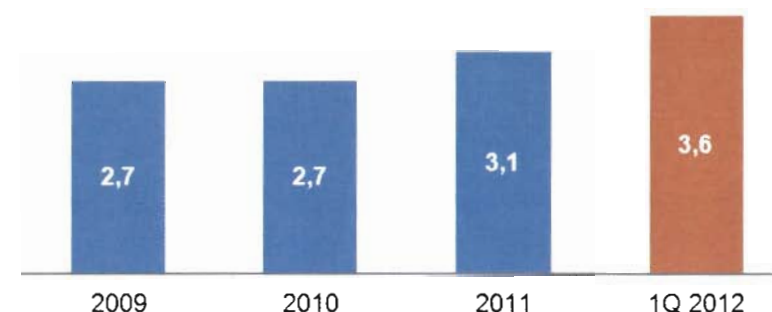
## Flexibilidad de balance y sólido desempeño operacional han permitido a la Compañía mantener ratios de crédito sostenibles

### Evolución de deuda financiera neta (US\$bn)<sup>1</sup>

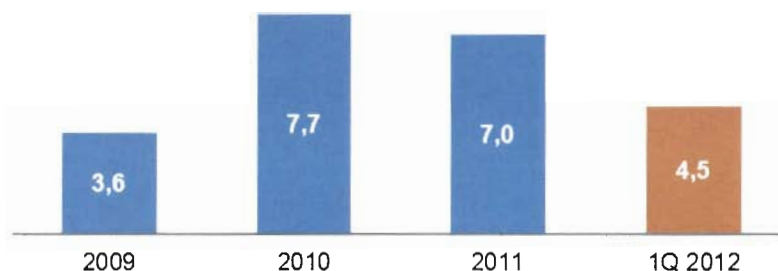
▪ Al 31 de marzo de 2012 la duración de la deuda es de 6 años



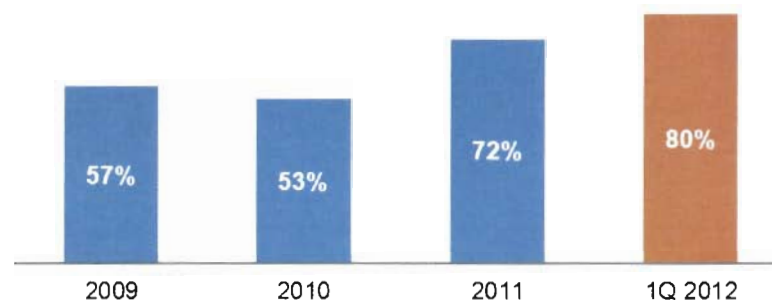
### Deuda financiera neta / EBITDA Ajustado



### EBITDA Ajustado / Gasto financiero



### Deuda financiera / Patrimonio



▪ 28% de la deuda de cencosud en USD, sin embargo, después de cross currency swaps el riesgo de tipo de cambio es reducido a 9%

▪ El resto de la deuda es principalmente en UF y CLP, de acuerdo al fuerte componente chileno en la generación de EBITDA

Fuente: Cencosud

Note: Cifras en IFRS. Tasas de crecimiento calculadas en moneda local. Cifras convertidas a USD con un tipo de cambio de \$507, \$468, \$519 y \$487 para el término de los periodos 2009, 2010, 2011 y 1Q2012, respectivamente

<sup>1</sup> Excluye deuda de operaciones bancarias. Incluye inversiones de corto plazo



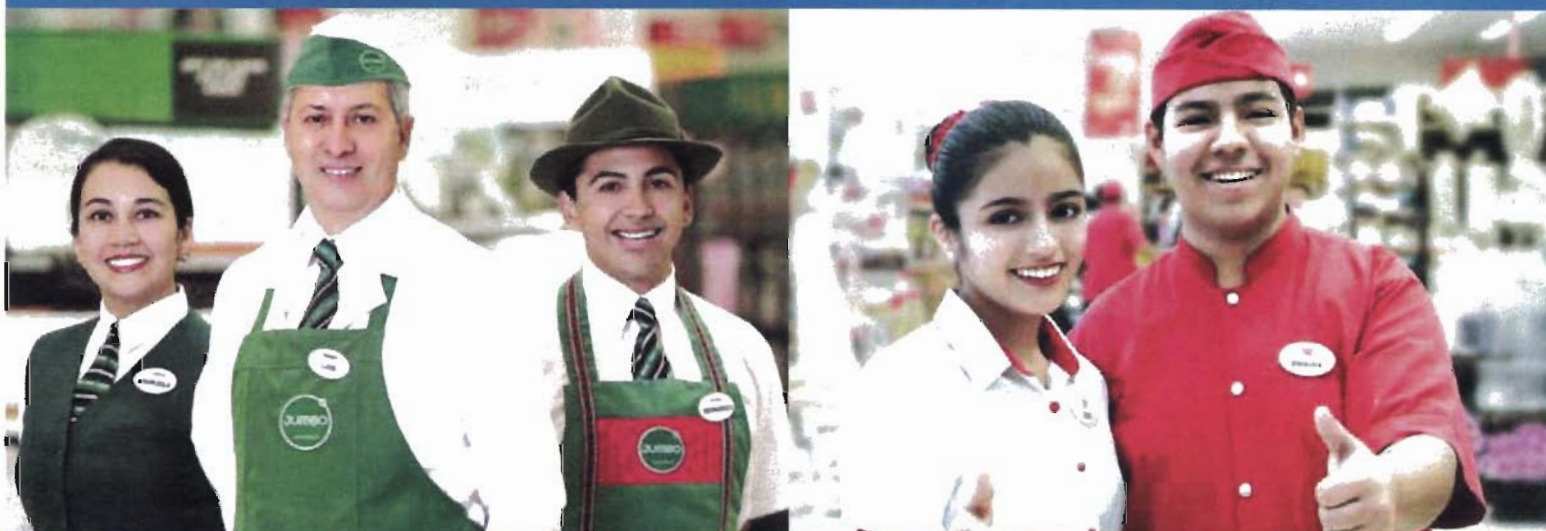
Q&A



Junio de 2012



Liderando el Retail  
Latinoamericano





# Crece con nosotros



La estrategia multiformato de Cencosud nos ha  
convertido en uno de los más grandes y prestigiosos  
conglomerados de retail en Latinoamérica con  
operaciones en Chile, Brasil, Argentina, Perú y Colombia.

INGRESOS: US\$ 15.5 BILLONES U12M - EBITDA: US\$ 1.18 BILLONES U12M

U12M= ÚLTIMOS DOCE MESES HASTA MARZO 2012



Nuestro  
proyecto más  
emblemático

# COSTANERA CENTER

Sus 300 metros

hacen de este edificio

el más alto de Latinoamérica



Los negocios de Cencosud incluyen  
supermercados, hipermercados, tiendas  
de mejoramiento del hogar, tiendas por  
departamento, centros comerciales  
y servicios financieros.



Juntos Latinoamérica y Cencosud





#### Argentina

Paraná 3617  
Edificio 200  
Provincia de Buenos Aires  
Argentina

#### Brasil

BR 235, KM 4, S/N - Bairro Sobrado,  
Nossa Senhora do Socorro  
Sergipe, Brasil  
CEP: 49160-000

#### Chile

Av. Kennedy 9001  
Las Condes  
Santiago, Chile

#### Colombia

Calle 175 N° 22-13  
(entrada sótano sur)  
Bogotá, Colombia

#### Perú

Calle Augusto Angulo 130  
San Antonio, Miraflores  
Lima, Perú

[www.cencosud.cl](http://www.cencosud.cl)

Copia del prospecto informativo de la emisión puede obtenerse en la Superintendencia de Valores y Seguros y en las oficinas de la Sociedad



# Roadshow Presentation



June 2012

## Disclaimer

The information contained herein has been prepared by Cencosud S.A. ("Cencosud") solely for informational purposes and is not to be construed as a solicitation or an offer to buy or sell any securities and should not be treated as giving investment or other advice. No representation or warranty, either express or implied, is provided in relation to the accuracy, completeness or reliability of the information contained herein. Any opinions expressed in this presentation are subject to change without notice and Cencosud is under no obligation to update or keep current the information contained herein. The information contained herein does not purport to be complete and is qualified in its entirety by reference to more detailed information appearing elsewhere, if any. Cencosud and its respective affiliates, agents, directors, partners and employees accept no liability whatsoever for any loss or damage of any kind arising out of the use of all or any part of this material.

This presentation may contain statements that are forward-looking subject to risks and uncertainties and factors, which are based on current expectations and projections about future events and trends that may affect Cencosud's business. You are cautioned that any such forward-looking statements are not guarantees of future performance. Several factors may adversely affect the estimates and assumptions on which these forward-looking statements are based, many of which are beyond our control.

A copy of the prospectus of the offering is available at the Superintendencia de Valores y Seguros and the offices of Cencosud.



## Presenters



**Horst Paulmann Kemna**

- **Chairman of the Board and Founder**

- Board member since 1978
- 35 years at Cencosud



**Daniel Rodriguez**

- **Chief Executive Officer**

- 4 years at Cencosud



**Juan Manuel Parada**

- **Chief Financial Officer<sup>1</sup>**

- 5 years at Cencosud



**Darío Amenabar**

- **Regional Finance Manager**

- 2 years at Cencosud



**Marisol Fernandez**

- **Investor Relations Manager**

- 2 years at Cencosud

<sup>1</sup> Effective July 1, 2012





## Offering Summary

|                           |                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Issuer                    | Cencosud S.A. ("Cencosud")                                                                                                                                                                                |
| Listing and Ticker Symbol | Local SVS (Santiago Stock Exchange ticker: CENCOSUD) and International SEC registered offering (NYSE ticker: CNCO)                                                                                        |
| Securities Offered        | International offering of 105 million shares in the form of ADS (each representing 3 common shares), including over allotment option, and local preemptive rights offering of 138 million common shares ✓ |
| Offering structure        | 100% primary                                                                                                                                                                                              |
| Global Offering Size      | US\$1,344 million, including over allotment option, based on a price of Ch\$2,774.80 ✓ per share (US\$16.59 per ADS, based on an exchange rate of Ch\$501.74 = US\$1.00) as of June 7, 2012 ✓             |
| Over Allotment Option     | 15% of the international offering (100% primary)                                                                                                                                                          |
| Lock-up Period            | 180 days                                                                                                                                                                                                  |
| Expected Pricing Date     | June 21, 2012                                                                                                                                                                                             |
| Bookrunners               | Global coordinators: J.P.Morgan *UBS<br>Joint bookrunners: Morgan Stanley CREDIT SUISSE<br>Passive bookrunners: BBVA Santander<br>Local bookrunners: LarrainVial Santander J.P.Morgan                     |



## Offering Details

### Use of proceeds

#### Acquisitions (50% of total)

- US\$245 million to repay indebtedness raised in connection with the acquisition of Prezunic in Brazil in January 2012
- US\$480 million to acquire 38.636% stake in Cencosud's subsidiary Jumbo Retail Argentina held by UBS A.G., London

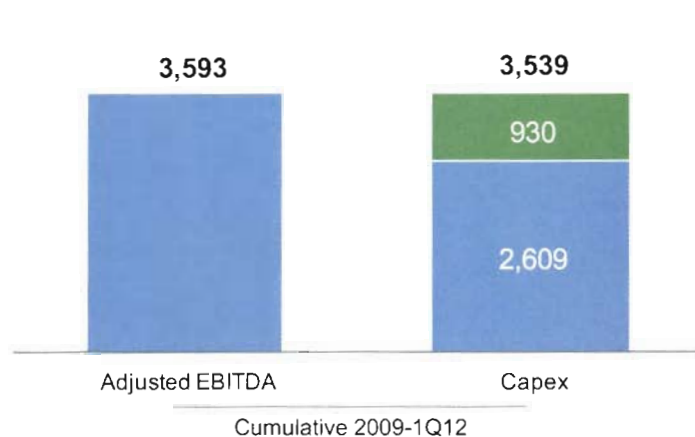
#### Repay obligations (31% of total)

- US\$200 million to repay short-term indebtedness
- Additional proceeds to repay amounts drawn under a committed credit facility in the aggregate amount of US\$750 million, of which US\$250 million have been drawn

#### Others (19% of total)

- Capital expenditures and general corporate purposes

### Cencosud recent investment history



- Costanera Center
- 139 new stores opened<sup>1</sup>

Source: Cencosud  
 Note: Figures in IFRS; Figures converted to USD at exchange rates of 507, 468, 519 and 487 for end of period 2009, 2010, 2011 and 1Q2012  
<sup>1</sup> Gross openings (excluding acquisitions and closed stores)



## Why invest in Cencosud?







## Company overview

### Key metrics (1Q12)

|                                      |              |
|--------------------------------------|--------------|
| Number of stores:                    | 906          |
| Selling space:                       | 3,302,564sqm |
| Number of customers:                 | 800mm        |
| Number of employees:                 | 139,082      |
| Credit cards issued:                 | 4.3mm        |
| Market capitalization <sup>1</sup> : | US\$12,100mm |



#### Supermarkets

- ❖ 726 stores across 4 countries



#### Home Improvement

- ❖ 81 stores in Argentina, Colombia and Chile



#### Department Stores

- ❖ Primarily focused in Chile, with expansion plans for Peru



#### Financial Services

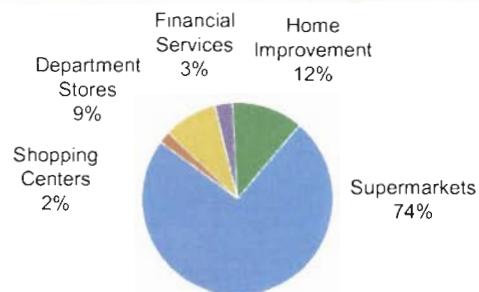
- ❖ Comprises mainly credit card and consumer finance operations, as well as insurance



#### Shopping Centers

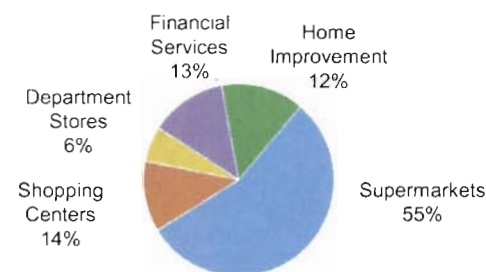
- ❖ 25 shopping centers in Argentina, Chile and Peru

### Revenue Breakdown (LTM<sup>3</sup>)



Total: US\$15,471mm

### Adjusted EBITDA<sup>2</sup> Breakdown (LTM<sup>3</sup>)



Total: US\$1,187mm

Source: Cencosud

Note: Revenue and Adjusted EBITDA breakdown exclude Other Businesses

<sup>1</sup> As of June 1, 2012; converted at spot exchange rate of CLP/USD 518.49

<sup>2</sup> EBITDA, further adjusted to exclude the effect of exchange differences, increase on revaluation of investment properties, results from price level restatement and negative goodwill associated with Johnson's acquisition

<sup>3</sup> Last twelve months ended March 2012; figures converted to USD based on end-of-period exchange rates of 479, 487 and 519, as of 1Q11, 1Q12 and FY 2011, respectively





## Geographical Footprint

### Colombia



- 35,360 sqm of selling space
- 4 Home improvement stores ✓

### Peru



- 288,246 sqm of selling space
- 74 Supermarkets ✓
- 2 Shopping Centers
- 0.3 million active credit cards

### Chile



- 1,384,209 sqm of selling space
- 191 Supermarkets
- 29 Home improvement stores ✓
- 74 Department stores
- 9 Shopping Centers ✓
- 2.1 million active credit cards

Number of stores: 906  
Selling space: 3,302,564 sqm



### Brazil



- 465,992 sqm of selling space
- 189 Supermarkets ✓
- 0.9 million active credit cards (JV with Bradesco)

### Argentina



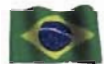
- 1,128,758 sqm of selling space
- 272 Supermarkets ✓
- 48 Home improvement stores ✓
- 14 Shopping Centers
- 0.9 million active credit cards ✓

Source: Cencosud  
Note: As of March 31, 2012



## Market opportunities and strategy

### Market opportunities



- ✓ Largest economy in Latin America
- ✓ Favorable demographics and sustainable household consumption growth
- ✓ Underpenetrated formal retail segment



- ✓ Strong consumption, stable inflation rate and employment growth
- ✓ Underpenetrated formal retail market (30% of total spending)



- ✓ Growing purchasing power and household spending
- ✓ Developed credit markets with access to middle income consumers



- ✓ Underpenetrated market with substantial growth opportunities
- ✓ Solid macroeconomic fundamentals



- ✓ Sustainable household consumption growth coupled with an expansionary credit market environment
- ✓ Underpenetrated retail market with vast potential

### Strategy



Continue to develop and expand our multi-format and multi-brand approach



Focus on operating margins and cash flows



Organic expansion in selective markets



Continue to pursue opportunistic acquisitions while maximizing synergies



Enhance customer loyalty





## Investment Highlights





## Cencosud is a leading multi-format retailer in South America...

### Premier portfolio of brands



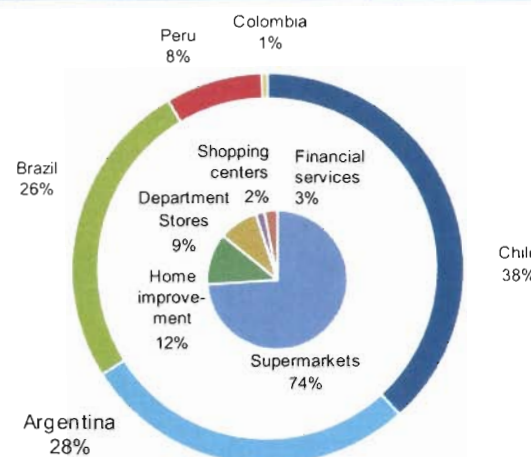
<sup>1</sup> Breakdown by business exclude Other segment calculated on last-twelve months figures as of March 31, 2012

<sup>2</sup> Breakdown by country excludes Colombia's Adjusted EBITDA of -US\$7mm, calculated for the three months ended March 31, 2012

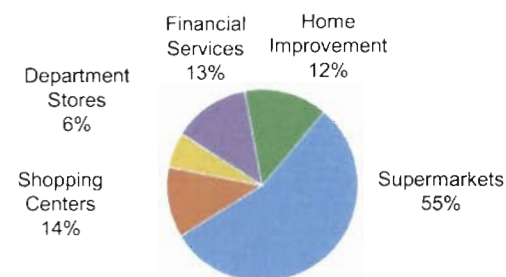
<sup>3</sup> EBITDA, further adjusted to exclude the effect of exchange differences, increase on revaluation of investment properties, results from price level restatement and negative goodwill associated with Johnson's acquisition

<sup>4</sup> Last twelve months ended March 2012, figures converted to USD based on end-of-period exchange rates of 479, 487 and 519, as of 1Q11, 1Q12 and FY 2011, respectively

### Diversified revenue breakdown<sup>1,2</sup>



### Diversified adjusted EBITDA breakdown<sup>1,2,3</sup>





## ...with a well-recognized brand portfolio

| Formats            | Market position                                                                                                  | Brands                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Supermarkets       | # 2 Chile and Argentina<br># 1 Peru<br># 1 Minas Gerais, # 2 Northeast Region<br>and # 3 Rio de Janeiro (Brazil) |     <br>     |
| Department stores  | # 1 Chile                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Home Improvement   | # 1 Argentina<br># 2 Chile                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Shopping Centers   | # 2 Chile<br># 2 Argentina                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Financial Services | Chile: 2.1 million cards<br>Brazil: 0.9 million cards<br>Argentina: 0.9 million cards<br>Peru: 0.3 million cards |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

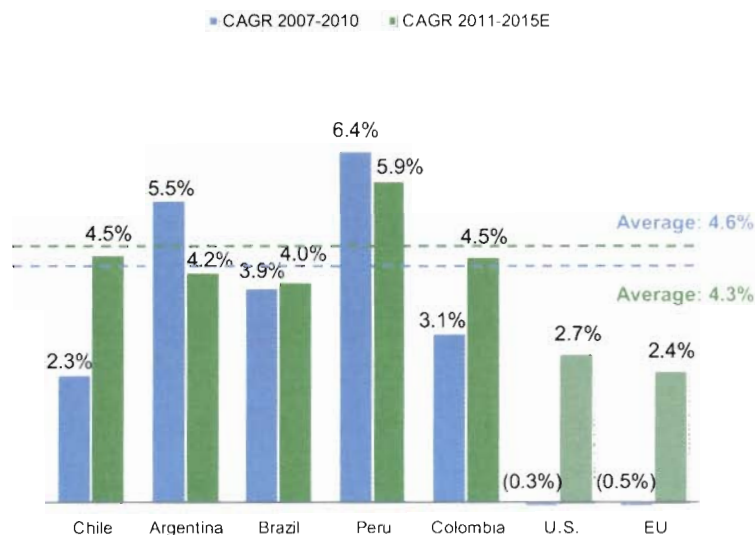
Note: Ranking based on revenues, except department stores ranking which is based on selling space, including Johnson's (in terms of revenues it ranks as #2) and shopping centers ranking, which is based on gross leasable area





# An attractive macroeconomic environment and favorable demographics...

## Solid real GDP growth

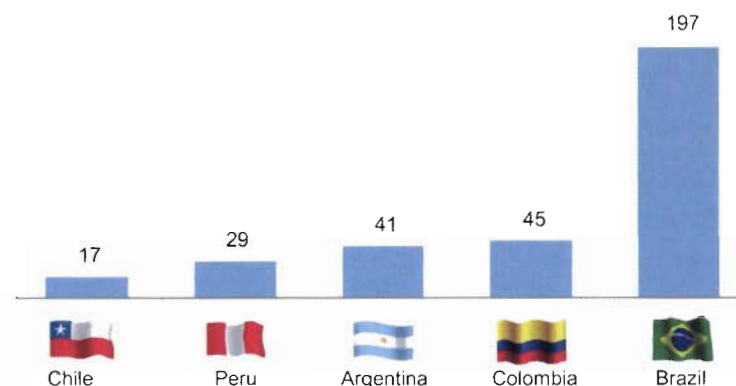


### GDP per capita 2011 (USD thousands)

|       |           |        |      |          |      |      |
|-------|-----------|--------|------|----------|------|------|
| Chile | Argentina | Brazil | Peru | Colombia | U.S. | EU   |
| 14.0  | 10.6      | 12.9   | 5.6  | 7.0      | 48.1 | 31.5 |

Source: IMF

## 2011 Population (mm)



Source: U.S. Census Bureau, International Programs

## Solid sovereign credit ratings

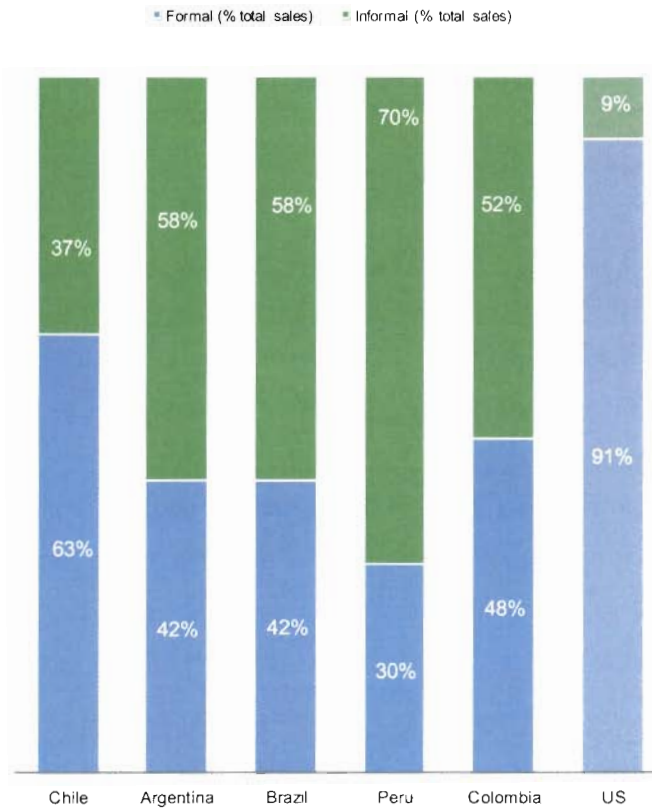
| Country   | S&P Rating/Outlook | Moody's Rating/Outlook | Gross Debt / GDP 2011 |
|-----------|--------------------|------------------------|-----------------------|
| Chile     | A+ / Positive      | Aa3 / Stable           | 11%                   |
| Brazil    | BBB / Stable       | Baa2 / Stable          | 65%                   |
| Peru      | BBB / Stable       | Baa3 / Positive        | 22%                   |
| Colombia  | BBB- / Stable      | Baa3 / Stable          | 36%                   |
| Argentina | B / Stable         | B3 / Stable            | 43%                   |

Source: S&P and Moody's, as of June 2012



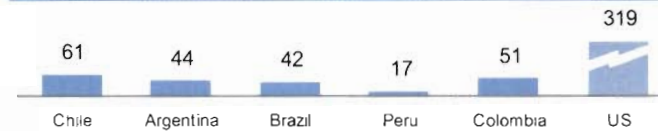
...in markets with substantial opportunities for sustained growth

## Underpenetrated food retail sector

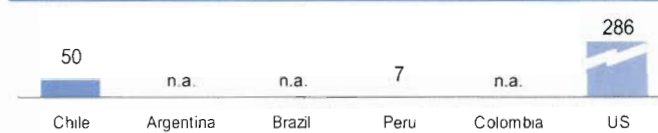


Source: ILACAD and US Census Bureau

## Supermarkets area per capita (sqm/'000s)



## Dep. Stores area per capita (sqm/'000s)



## Home improvement area per capita (sqm/'000s)



## Retail sales in shopping malls (%)



## Credit cards per capita



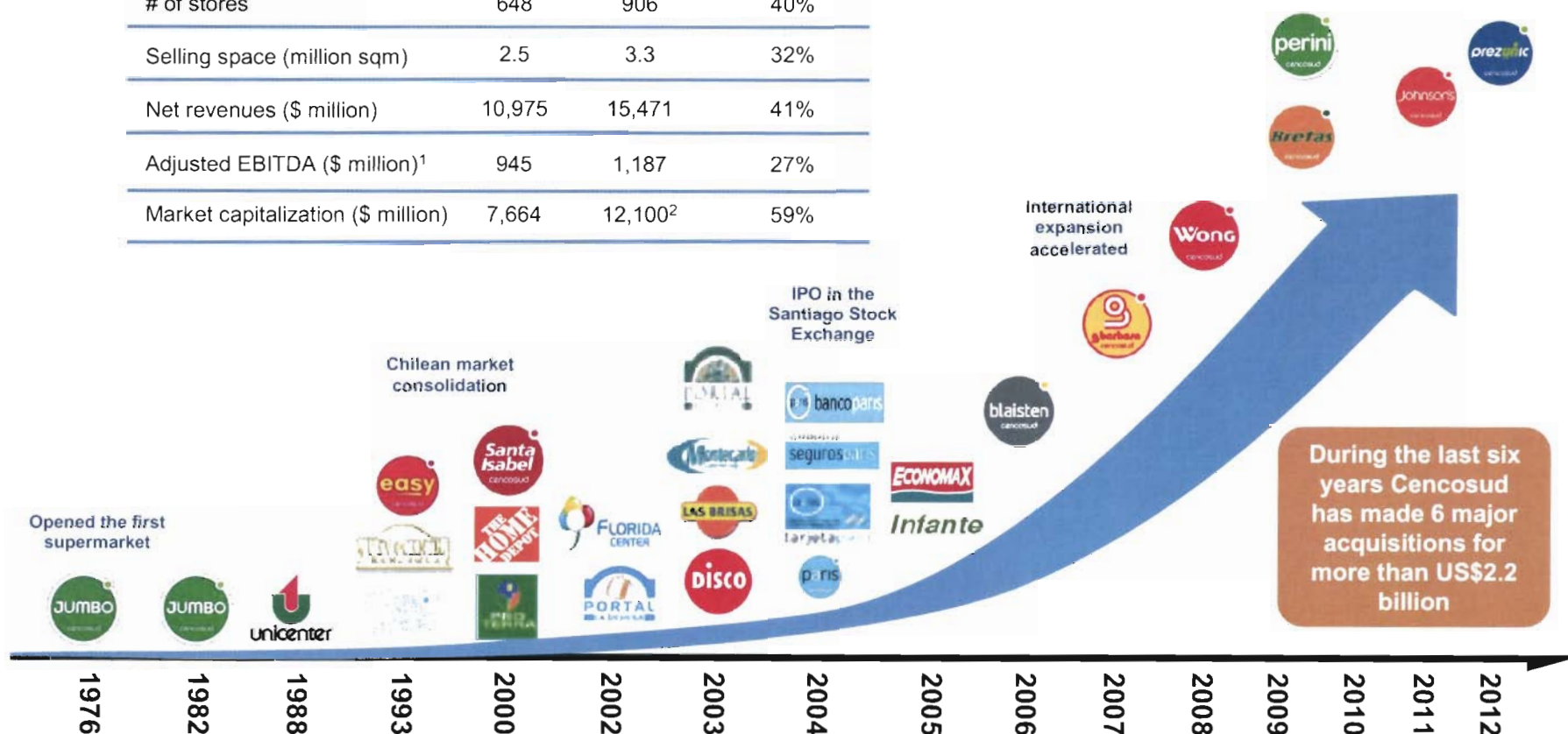
Source: BMI, INDEC, ICSC, ABRASCE, local banking regulators, ABECS, equity research and US Census Bureau



## Proven track record in identifying and integrating attractive acquisitions...

### Expansion in key metrics

|                                           | 2009   | LTM 1Q12            | Growth (%) <sup>3</sup> |
|-------------------------------------------|--------|---------------------|-------------------------|
| # of stores                               | 648    | 906                 | 40%                     |
| Selling space (million sqm)               | 2.5    | 3.3                 | 32%                     |
| Net revenues (\$ million)                 | 10,975 | 15,471              | 41%                     |
| Adjusted EBITDA (\$ million) <sup>1</sup> | 945    | 1,187               | 27%                     |
| Market capitalization (\$ million)        | 7,664  | 12,100 <sup>2</sup> | 59%                     |



Source: Cencosud, Factset

<sup>1</sup> EBITDA, further adjusted to exclude the effect of exchange differences, increase on revaluation of investment properties, results from price level restatement and negative goodwill associated with Johnson's acquisition

<sup>2</sup> As of June 1, 2012; converted at spot exchange rate of CLP/USD 518.49

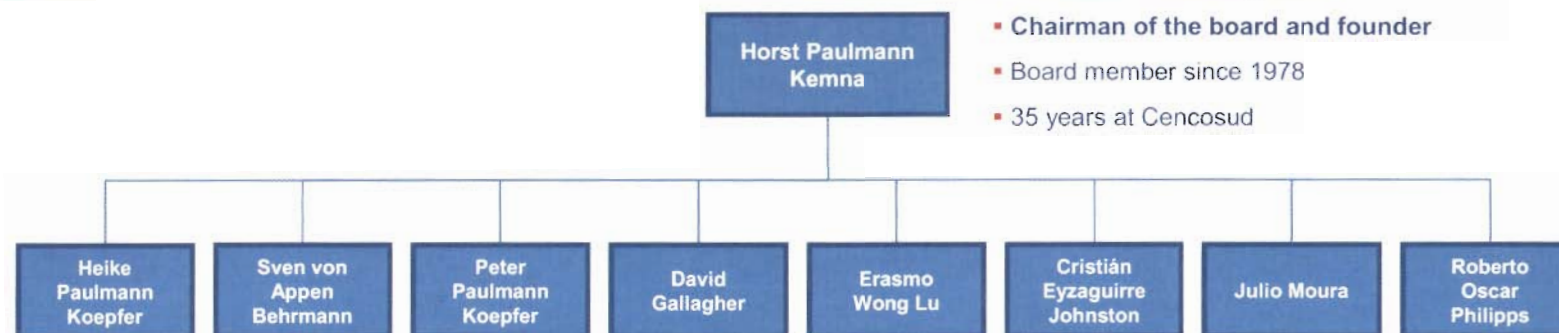
<sup>3</sup> Growth rates calculated based on US\$ figures, converted from CLP based on end-of-period exchange rates at each respective date



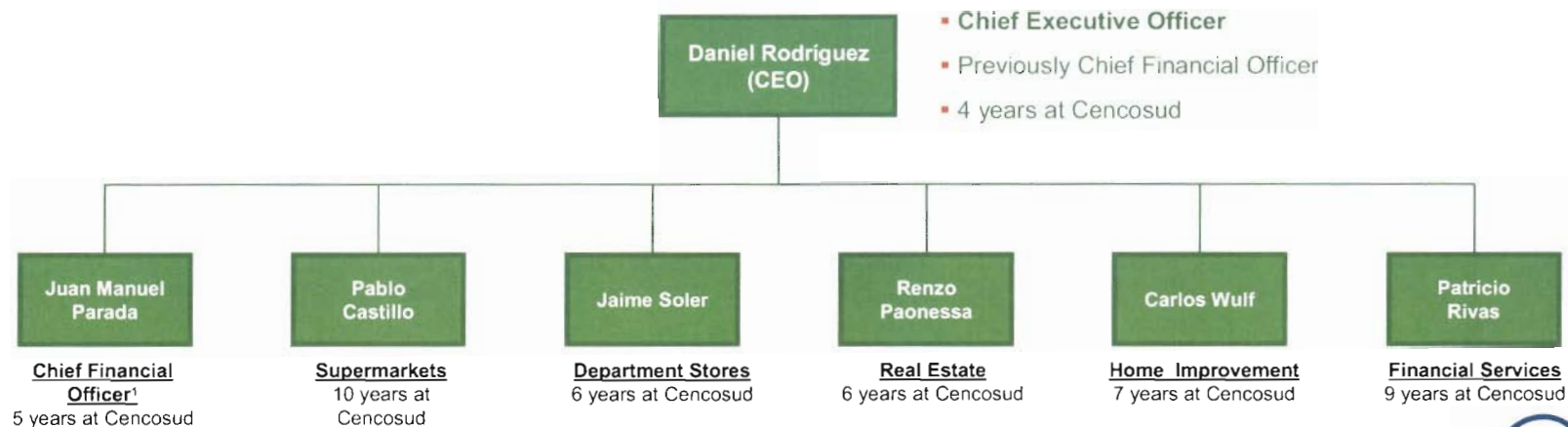


...supported by a committed board of directors and a seasoned management team

## Board of Directors



## Senior Management



<sup>1</sup> Effective July 1, 2012

Investment Highlights

Financial performance

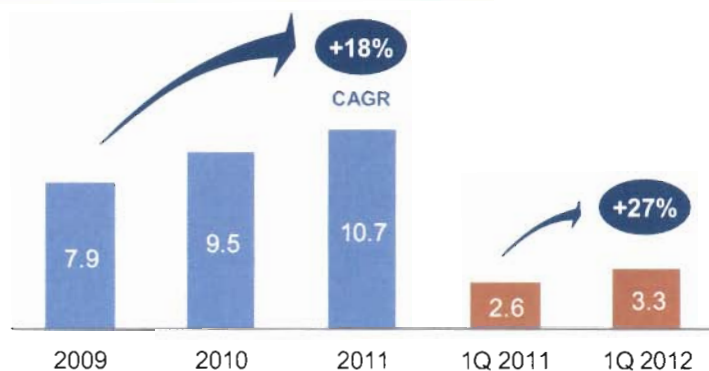
## Operations and strategy



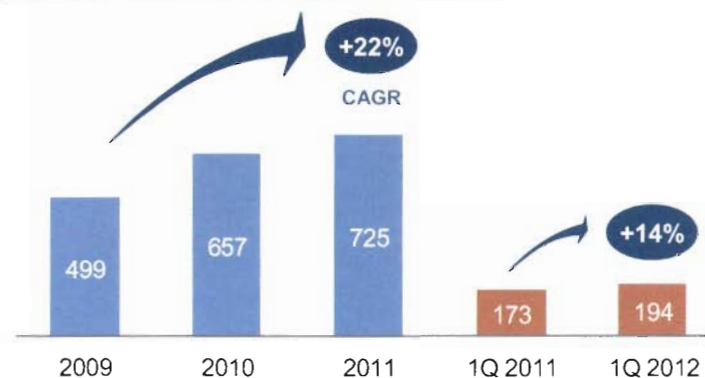


## Supermarkets: Business Overview

Revenues evolution (US\$bn)



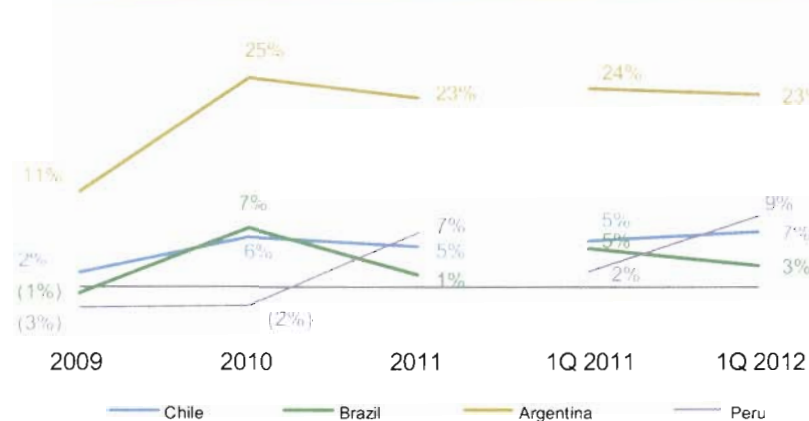
Adjusted EBITDA evolution (US\$mm)



Geographical presence and market position



SSS evolution by country in local currency



Source: Cencosud, Public filings, ABRAS, INDEC

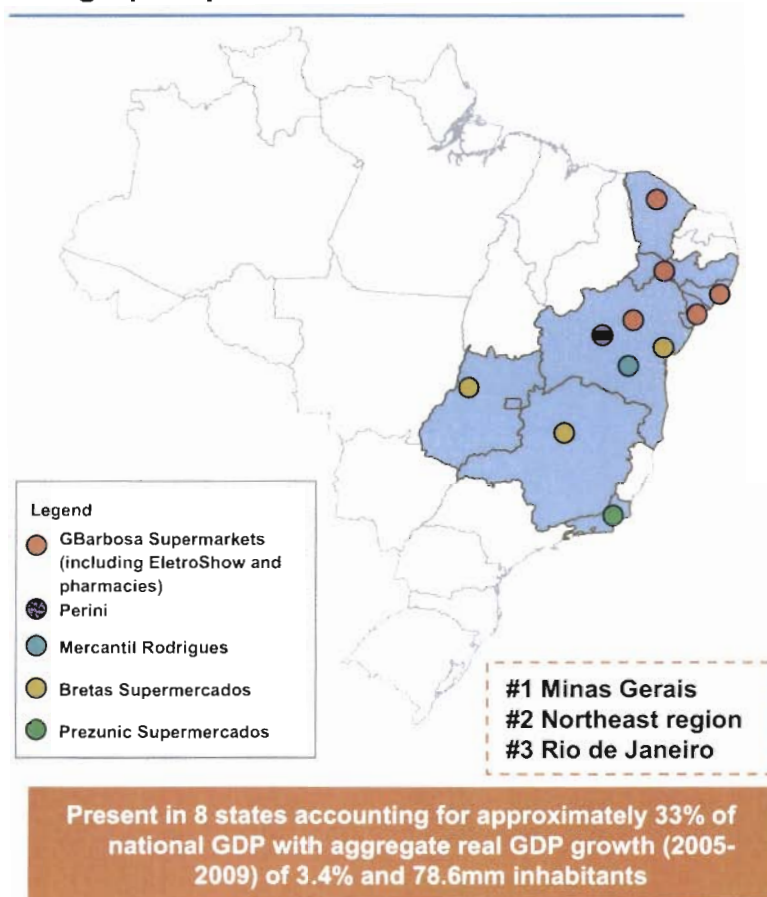
Note: Figures in IFRS; Growth rates calculated in local currency; figures converted to USD at exchange rates of 507, 468, 519, 479 and 487 for end of period 2009, 2010, 2011, 1Q2011 and 1Q2012, respectively; Market share in terms of net revenues, as of 2011; Peru market share estimated based solely on reported sales from the three main competitors





# Supermarkets: Prezunic Acquisition

## Geographic presence

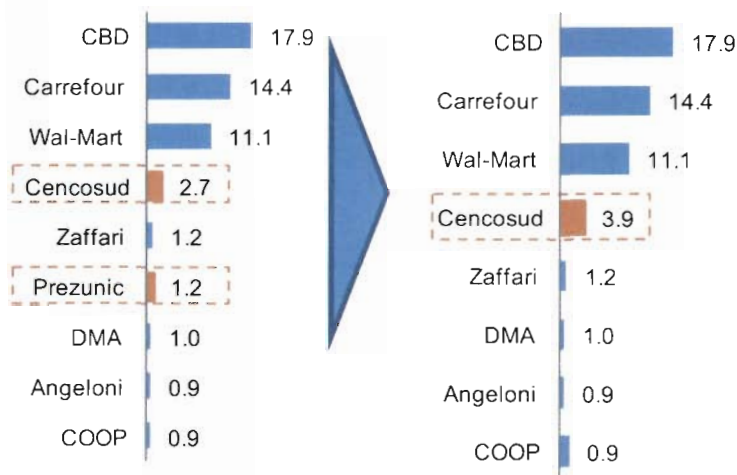


Source: Company filings, ABRAS, IBGE

## Investment highlights

- ✓ Scale in Rio de Janeiro: 3<sup>rd</sup> largest supermarket chain
- ✓ US\$497 million purchase price
- ✓ Increase exposure to Brazil
- ✓ Substantial growth opportunities: new formats, private labels, consumer finance
- ✓ Strong growth track record and brand recognition
- ✓ 68,919 sqm selling space and 31 stores incorporated, as of January 2012
- ✓ Revenues of approximately US\$1,125mm in 2011 and US\$338mm during the first quarter of 2012

## National ranking market share (%)



Source: ABRAS, 2010

Note: Market share by % of industry's gross revenues



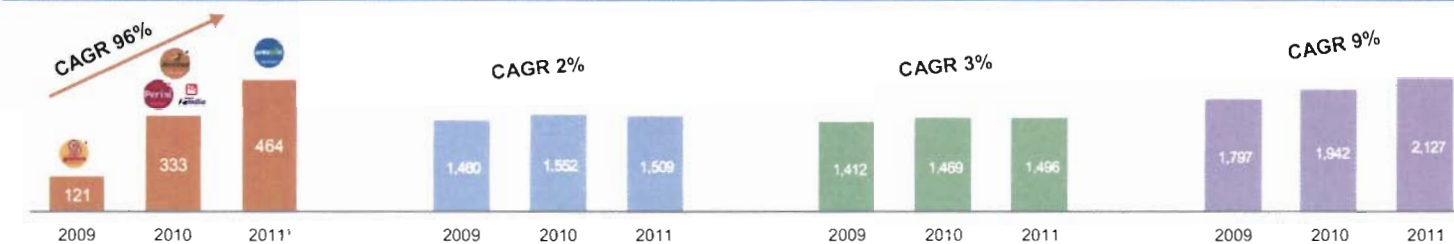


## Supermarkets: Competitive Landscape in Brazil

### Net Revenues (US\$bn)



### Selling space ('000s sqm)



### Only active and successful consolidator in Brazil<sup>2</sup>

| Date          | Target   | Acquirer  | Amount (US\$mm) | EV/sales    |
|---------------|----------|-----------|-----------------|-------------|
| Apr-07        | Atacadao | Carrefour | 1,087           | 0.6x        |
| Nov-07        | Assai    | CBD       | 197             | 0.4x        |
| Nov-07        |          |           | 430             | 0.5x        |
| Mar-10        |          |           | 33              | 0.3x        |
| Apr-10        |          |           | 28              | -           |
| Oct-10        |          |           | 705             | 0.5x        |
| Jan-12        |          |           | 497             | 0.4x        |
| <b>Median</b> |          |           |                 | <b>0.5x</b> |

Source: Company filings and press releases; growth rates calculated in local currency

Note: Cencosud figures refer to Brazil total net revenues; Carrefour Brazil figures are based on gross revenues; End of year FX rate during the respective period used for calculations

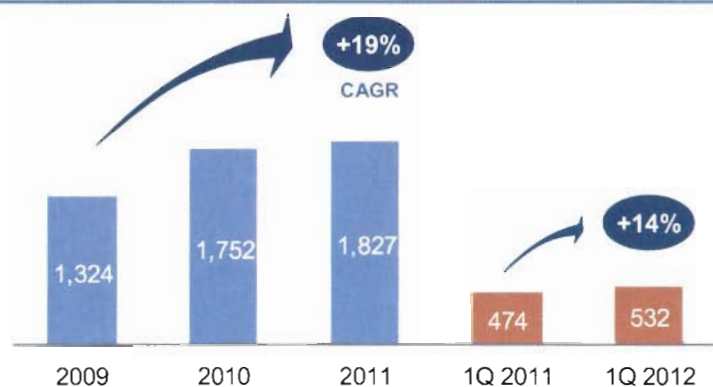
<sup>1</sup> 2011 Cencosud figures are pro-forma to the acquisition of Prezunic assuming R\$2.2bn of revenues and 72,108 sqm

<sup>2</sup> Only considers transactions with deal size of US\$25mm and greater

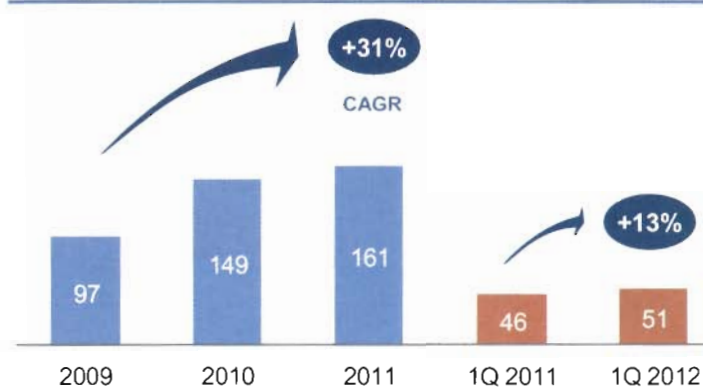


# Home Improvement: Business Overview

Revenues evolution (US\$mm)



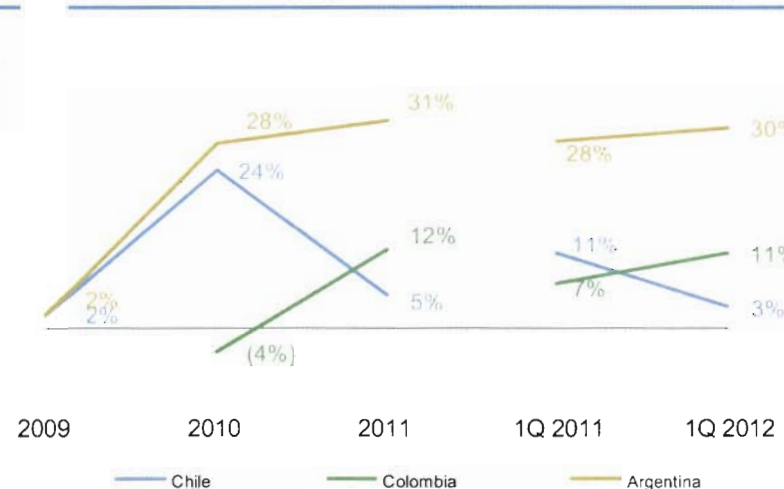
Adjusted EBITDA evolution (US\$mm)



Geographical presence and market position



SSS evolution by country in local currency



Source: Cencosud

Note: Figures in IFRS. Growth rates calculated in local currency, figures converted to USD at exchange rates of 507, 468, 519, 479 and 487 for end of period 2009, 2010, 2011, 1Q2011 and 1Q2012, respectively; Market position based on net revenues, as of 2011



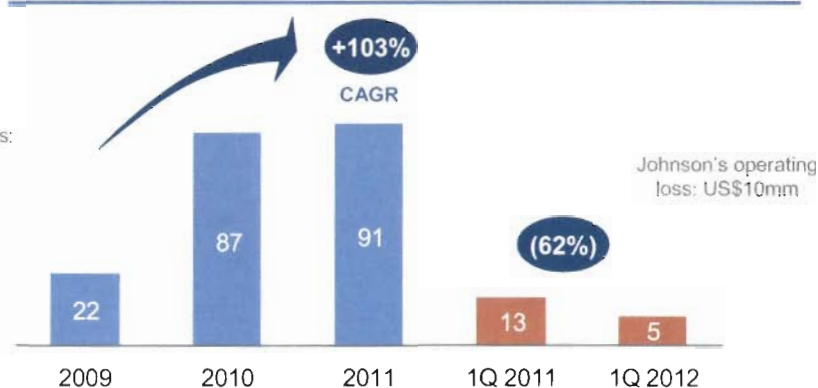


## Department Stores: Business Overview

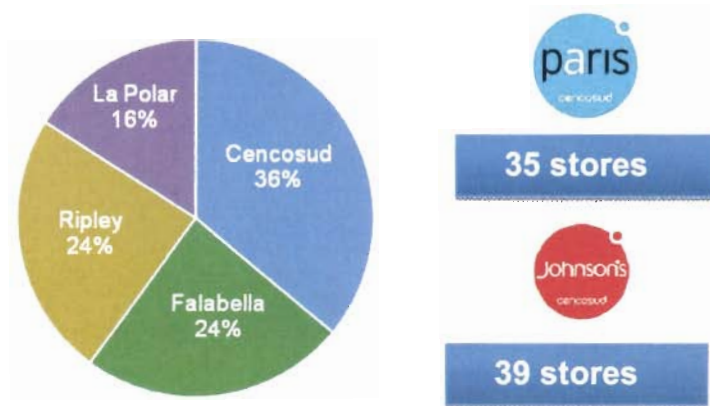
Revenues evolution (US\$mm)



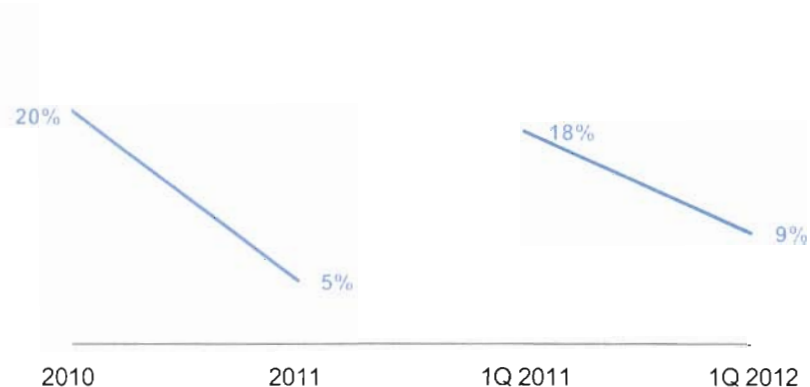
Adjusted EBITDA evolution (US\$mm)



Market Share by selling space – Chile<sup>1</sup>



SSS evolution in local currency



Source: Cencosud

Note: Figures in IFRS; Growth rates calculated in local currency; figures converted to USD at exchange rates of 507, 468, 519, 479 and 487 for end of period 2009, 2010, 2011, 1Q2011, 1Q2012, respectively

<sup>1</sup> As of December 2011, including 39 Johnson's stores



## Department stores: acquisition of Johnson's

### Key considerations

#### Transaction summary

- ❖ In December 2011, we acquired an 85.58% interest
- ❖ 39 stores throughout Chile under the Johnson's brand and 13 stores using the FES brand
- ❖ 117,569 sqm of selling space incorporated

#### Financial highlights

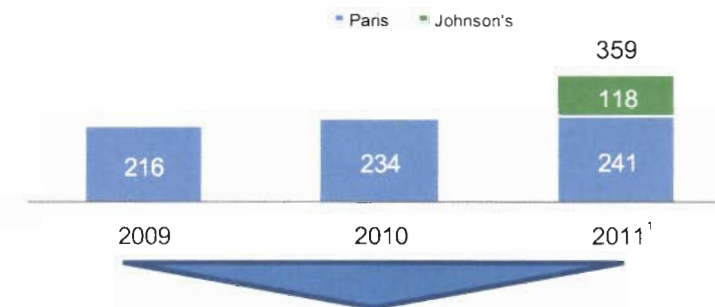
- ❖ Aggregate purchase price of Ch\$32,606 million
- ❖ 2011 sales of Ch\$118,447 million from its retail operations and 1Q12 sales of CLP\$24,929mm

#### Integration and objectives

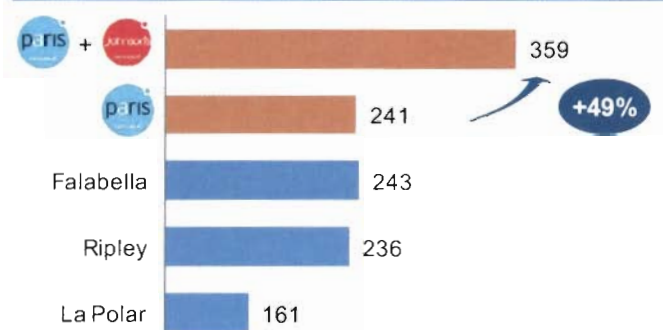
- ❖ Replace all Johnson's credit cards with Cencosud credit cards
- ❖ Improve our coverage of the low and middle income market segments in Chile



### Selling space expansion ('000s sqm)<sup>1</sup>



### Largest department store presence in Chile ('000s sq. meters)<sup>1</sup>



Source: Company filings

Note: Figures as of 4Q11

<sup>1</sup> Company 2011 figures are pro-forma acquisition of Johnson's

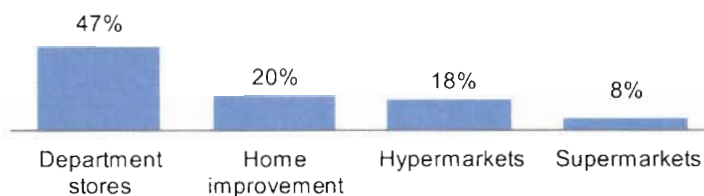




## Financial Services: Business Overview

### Credit card penetration by division 1Q 2012

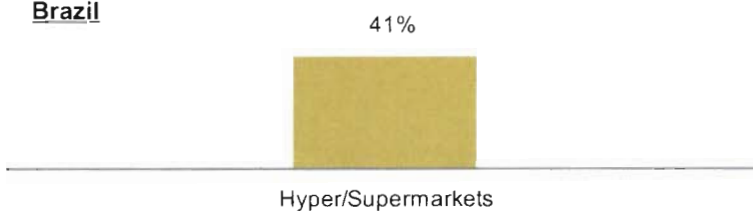
#### Chile



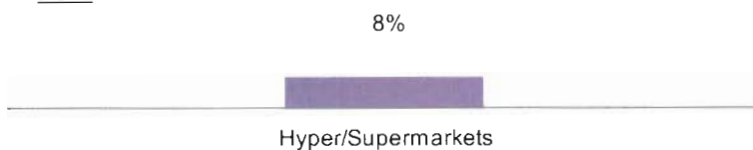
#### Argentina



#### Brazil



#### Peru

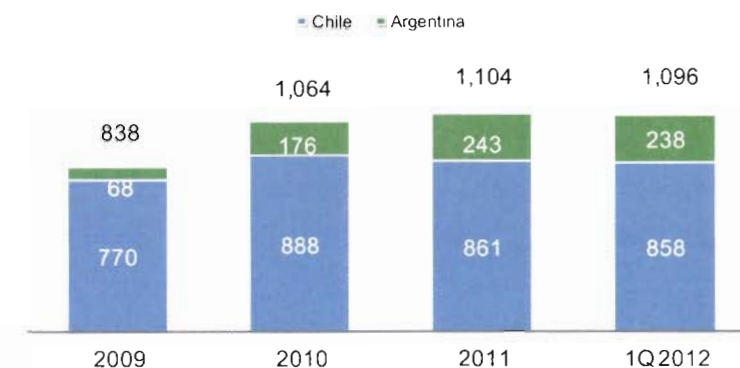


Source: Cencosud

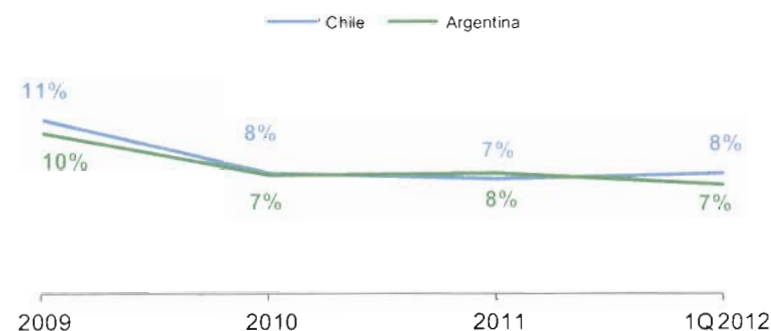
Note: Figures in IFRS; Assumes CLP per USD exchange rates of 507, 468, 519 and 487 for end of period 2009, 2010, 2011 and 1Q2012, respectively

<sup>1</sup> Allowance % does take into account anti-cyclical provisions

### Gross loan portfolio evolution by country (US\$mm)



### Loan loss allowance as % of all loans<sup>1</sup>







## Shopping Centers: Business Overview

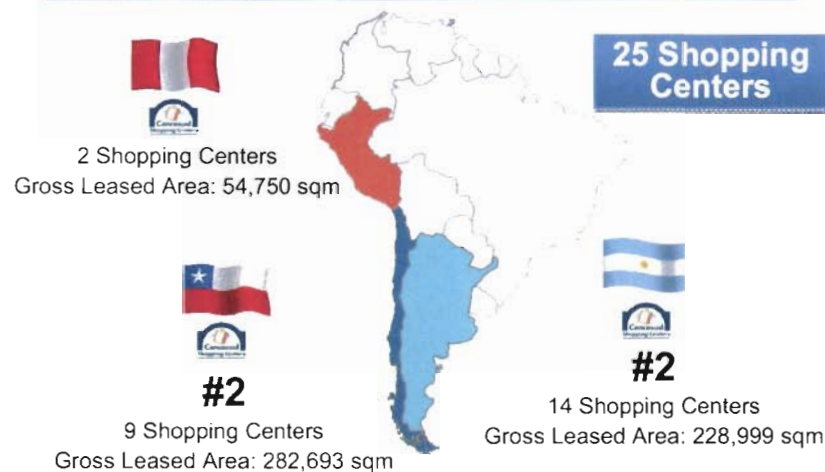
### Revenues evolution (US\$mm)



### Adjusted EBITDA evolution (US\$mm)



### Geographic presence



### Costanera Center

- ✓ Largest multi-purpose commercial complex in Chile
- ✓ 335 stores, including Jumbo, Easy and Paris
- ✓ Food court and movie theaters
- ✓ Shopping mall expected to open June 2012 with 139,388 sqm of gross leasable area
- ✓ 2 premium Office Towers and 1 Hotel schedule to open end of 2013
- ✓ Costanera Center tower, designed by Cesar Pelli, is the highest building in South America, standing 300 meters tall

Source: Cencosud

Note: Figures in IFRS; Growth rates calculated in local currency, figures converted to USD at exchange rates of 507, 468, 519, 479 and 487 for end of period 2009, 2010, 2011, 1Q2011 and 1Q2012, respectively; Figures exclude intercompany operations, Market position based on gross leased area, as of 2011

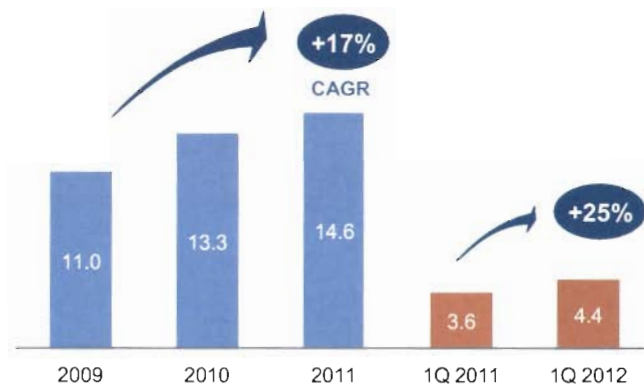


## Financial performance



## Financial performance summary

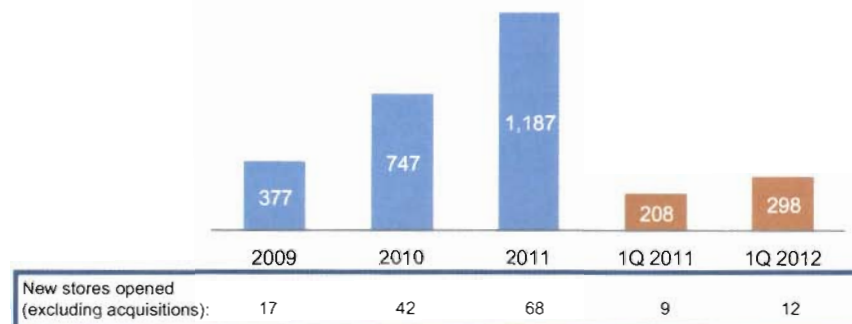
### Revenues evolution (US\$bn)



### Adjusted EBITDA (US\$mm) and margin (%)



### Capex (US\$ mm) excl. acquisitions



Source: Cencosud

Note: Figures in IFRS, CAGRs calculated in local currency assuming CLP per USD exchange rates of 507, 468, 519, 479, 487 for end of period 2009, 2010, 2011, 1Q2011 and 1Q2012, respectively; Figures in IFRS

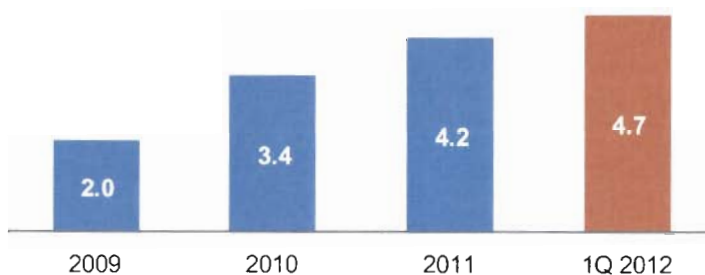




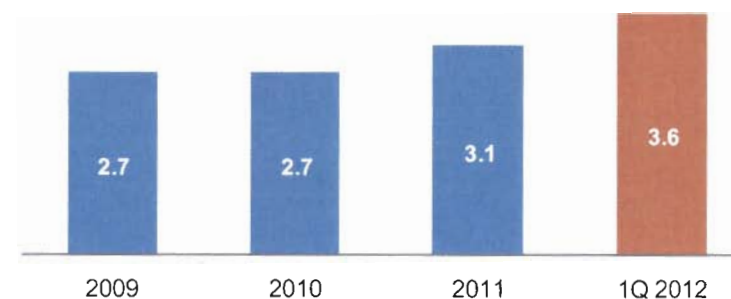
## Balance sheet flexibility and solid operational performance have allowed the company to maintain sustainable credit ratios

### Net debt evolution (US\$bn)<sup>1</sup>

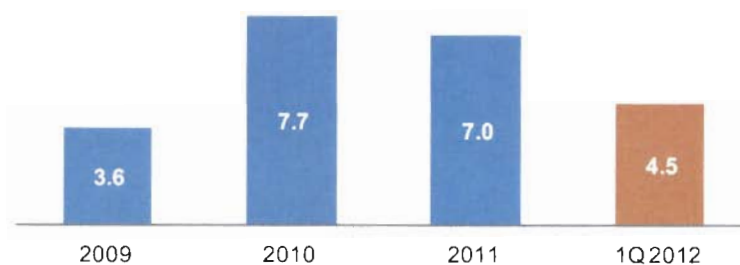
- Duration of debt is 6 years as of March 31, 2012



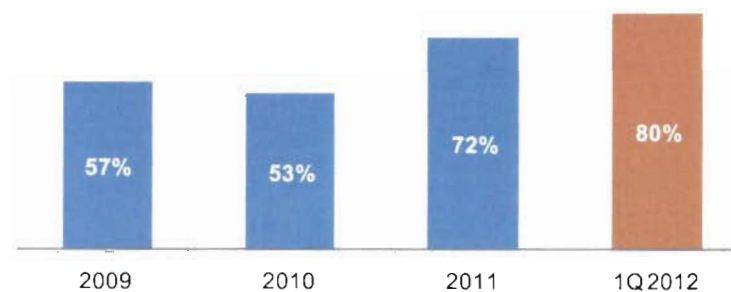
### Net debt / Adjusted EBITDA



### Adjusted EBITDA / Net interest expenses



### Financial debt / Equity



- 29% of Cencosud's debt is USD denominated; however, after cross currency swaps the exchange rate risk is reduced to 9%
- The remaining is primarily UF and CLP denominated debt, matching the strong Chilean component in the EBITDA generation

Source: Cencosud

Note: Figures in IFRS; Ratios calculated in local currency assuming CLP per USD exchange rates of 507, 468, 519 and 487 for end of period 2009, 2010, 2011 and 1Q2012

<sup>1</sup> Excludes debt from banking operations, includes short term investments

Q&A

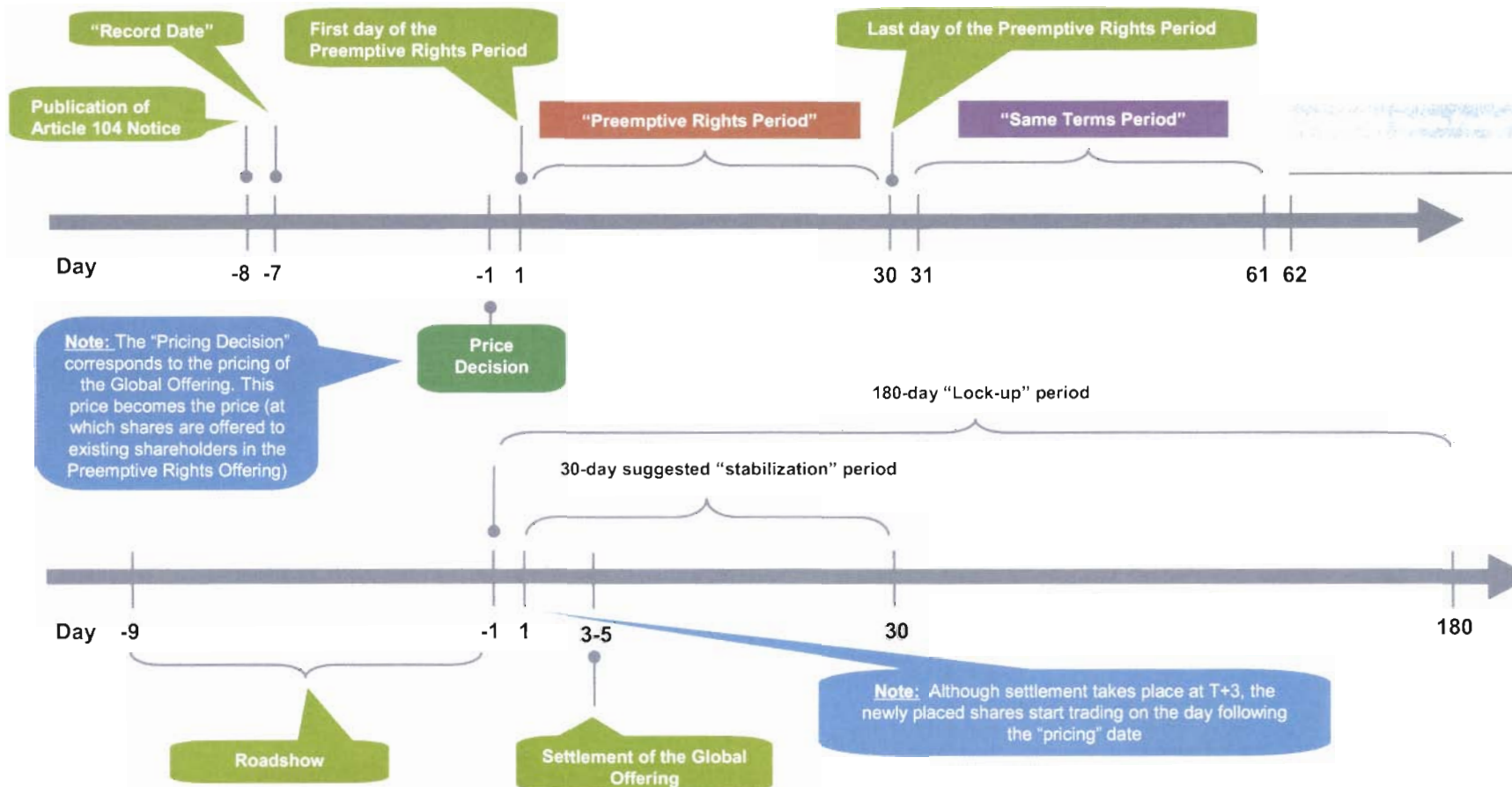


June 2012



# Offering Process

## Preemptive Rights Offering



## Global Offering



## OPCIÓN 4

www.cencosud.cl



Invierta en una de las  
empresas de retail  
más exitosas de  
Latinoamérica



**AUMENTO DE CAPITAL**  
OFERTA DE HASTA 91.304.348 DE ACCIONES

- Operaciones en las principales economías de Sudamérica
- Estrategia multiformato
- Exitosa trayectoria en adquisiciones
- 906 tiendas con más de 3.000.000 m<sup>2</sup> de sala de ventas
- Más de 800 millones de clientes
- Crecimiento en las ventas de 31% compuesto anual en los últimos 10 años

Supermercados e Hipermercados • Mejoramiento del Hogar  
Tiendas por Departamento • Centros Comerciales • Retail Financiero

Agentes Colocadores Locales:



LarrainVial  
www.larrainvial.com  
800 260 584



Santander  
BANK OF AMERICA  
www.santander.cl  
800 320 3001



J.P. Morgan

Copia del prospecto informativo de la emisión puede obtenerse en la Superintendencia de Valores y Seguros o en su oficina de la Sociedad