

SACI FALABELLA



RESULTADOS
1er TRIMESTRE 2015





RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Índice

I. Resumen Ejecutivo	3
II. Resultados Consolidados a Marzo 2015	4
III. Principales Hechos del Periodo	6
IV. Resultados 1er Trimestre 2015	7
V. Indicadores de Retail	11
VI. Indicadores Financieros	15
VII. Otros Indicadores	17
VIII. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio	18
IX. Estructura Financiera	19
X. Estados Financieros S.A.C.I. Falabella	21

Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado del 1 de abril de 2015: 626,58 \$/US\$.
- Simbología para trimestres: 1Q, 2Q, 3Q y 4Q, según corresponda.
- Otras simbologías para periodos del año: 1S para 1er. semestre y 9M para los primeros 9 meses del año.
- Simbología monedas: \$: pesos chilenos; US\$: dólares de Estados Unidos; M: miles; MM: millones.



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

I. Resumen Ejecutivo

Los ingresos consolidados en el primer trimestre de 2015 ascendieron a \$1.949.367 millones (MMUS\$ 3.111), lo que representa un crecimiento de 13,1% con respecto al mismo periodo del año pasado. Los mayores ingresos se explican por la consolidación de Maestro, un 4,5% de incremento en la superficie de venta (excluyendo Maestro) y el crecimiento positivo de las ventas mismas tiendas (SSS), destacando Sodimac y Tottus en Chile.

La cartera consolidada de colocaciones al 31 de marzo de 2015 ascendió a \$3.720.833 (MMUS\$ 5.938), siendo un 14,8% mayor al mismo periodo de 2014, donde Perú y Colombia presentaron las mayores tasas de crecimiento. Las colocaciones del Banco Falabella en Perú aumentaron 28,6% con respecto al mismo periodo del 2014 (en moneda local), mientras que en el caso de Colombia, las colocaciones crecieron un 25,0% (en moneda local). Por su parte, las colocaciones de CMR en Chile crecieron 17,5%. El ratio de provisiones sobre colocaciones se mantuvo estable año a año en todos los países.

La ganancia bruta en el trimestre ascendió a \$672.071 millones (MMUS\$ 1.073), un 13,6% más que el mismo periodo del 2014, mientras que el margen bruto creció 16 puntos base año a año. Esta expansión se explica principalmente por un mayor margen bruto en Banco Falabella en Chile y en tiendas por departamento en Chile, Perú y Colombia. En el primer caso, un aumento en las colocaciones a mayor spread por el menor costo de fondeo contribuyó a la expansión del margen bruto. Por su parte, un inventario controlado y una menor venta de liquidación apoyaron al margen bruto de las tiendas por departamento en Chile, Perú y Colombia.

Los gastos de administración y ventas del primer trimestre ascendieron a \$486.952 millones (MMUS\$ 777), siendo un 14,5% mayor en comparación al mismo trimestre del año 2014, mientras que como porcentaje de los ingresos, aumentó 31 puntos base. Los mayores gastos sobre ingresos son atribuibles, principalmente, a tiendas por departamento en Chile, la operación de Colombia y los gastos de pre-apertura de las primeras tiendas Sodimac en Uruguay y Brasil. Las tiendas por departamento en Chile presentaron una mayor depreciación por aumento de activos fijos generados por remodelaciones y una menor dilución de gasto fijo este trimestre dado que siete tiendas Falabella estuvieron parcial o totalmente cerradas por remodelaciones o por las inundaciones que afectaron al norte del país. En Colombia el mayor gasto se debe, mayormente, a la apertura de tres nuevas tiendas Falabella en el cuarto trimestre del año pasado.

El EBITDA consolidado en el primer trimestre ascendió a \$243.653 millones (MMUS\$ 389), creciendo un 14,0% año a año, mientras que el margen EBITDA fue 12,5%, 10 puntos base mayor al margen obtenido en el primer trimestre de 2014.

Cabe resaltar que este trimestre se reconoció en el resultado no operacional una pérdida por bajas de activo fijo e inventarios, estimadas a la fecha, por \$7.148 millones (MMUS\$ 11), correspondientes a \$3.529 millones (MMUS\$ 6) después de interés minoritario e impuestos, por efecto de los daños provocados por los aluviones de marzo en el norte de Chile. Estamos en el proceso de presentar las reclamaciones de indemnización con los seguros comprometidos para compensar las pérdidas y daños.

Por último, la utilidad neta consolidada del trimestre alcanzó los \$105.809 millones (MMUS\$ 169), mostrando un incremento de 13,2% en comparación al mismo periodo del 2014. Si se excluye la pérdida no operacional por las inundaciones, la utilidad neta hubiera crecido 17,0%. La utilidad neta no incluye revalorización de activos por propiedades de inversión, ya que la compañía adoptó en 2009 el método de costo histórico.

En el primer trimestre se abrió una nueva tienda Sodimac en la ciudad de Chiclayo en Perú.



RESULTADOS 1º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

II. Resultados Consolidados a Marzo 2015

Estado de Resultados Consolidados 1Q 2015 (MM\$)

	1Q14	% Ing.	1Q15	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	1.593.865		1.809.754		13,5%
Ingresos de Negocios Bancarios	129.830		139.613		7,5%
Total Ingresos	1.723.695		1.949.367		13,1%
Costo de Ventas no Bancarios	(1.070.286)	-67,2%	(1.223.052)	-67,6%	14,3%
Costo de Ventas Bancarios	(61.871)	-47,7%	(54.244)	-38,9%	-12,3%
Ganancia Bruta	591.539	34,3%	672.071	34,5%	13,6%
GAV	(425.275)	-24,7%	(486.952)	-25,0%	14,5%
Resultado Operacional	166.263	9,6%	185.118	9,5%	11,3%
Depreciación + Amortización	47.394	2,7%	58.534	3,0%	23,5%
EBITDA	213.658	12,4%	243.653	12,5%	14,0%
Otras Ganancias (Pérdidas)	1.540		(4.365)		-383,4%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(34.001)		(28.096)		-17,4%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	6.806		6.795		-0,2%
Diferencias de Cambio	(12.605)		(9.618)		-23,7%
Resultado No Operacional	(38.260)	-2,2%	(35.284)	-1,8%	-7,8%
Resultado Antes de Impuestos	128.004	7,4%	149.834	7,7%	17,1%
Impuesto a la Renta	(25.212)		(35.176)		39,5%
Interés Minoritario	(9.328)		(8.849)		-5,1%
Ganancia / (Pérdida) Neta	93.463	5,4%	105.809	5,4%	13,2%

Balance Consolidado Resumido al 31 de Marzo 2015 (MM\$)

	31-12-2014	31-03-2015	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	2.868.537	2.787.520	-2,8%
Activos No Corrientes No Bancarios	5.479.649	5.527.750	0,9%
Activos Total No Bancarios	8.348.186	8.315.270	-0,4%
Activos Total Negocios Bancarios	2.997.270	3.014.834	0,6%
Activos Total	11.345.457	11.330.103	-0,1%
Pasivos Corrientes No Bancarios	1.988.584	1.750.873	-12,0%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	2.754.021	2.837.044	3,0%
Pasivos Total No Bancarios	4.742.605	4.587.917	-3,3%
Pasivos Total Negocios Bancarios	2.464.586	2.518.643	2,2%
Pasivos Total	7.207.191	7.106.561	-1,4%
Patrimonio Total	4.138.265	4.223.543	2,1%
Total Pasivo y Patrimonio Total	11.345.457	11.330.103	-0,1%



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Flujo de Caja Resumido al 31 de Marzo 2015 (MM\$)

	31/03/2014	31/03/2015	Var %
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	117.141	145.852	24,5%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	50.758	78	-99,8%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Total	167.899	145.930	-13,1%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(119.645)	(114.085)	-4,6%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	(48.295)	(55.233)	14,4%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total	(167.940)	(169.318)	0,8%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	(17.743)	(105.526)	494,8%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	(15.339)	(7.139)	-53,5%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total	(33.082)	(112.665)	240,6%
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(33.123)	(136.053)	310,8%
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	10.805	(2.015)	-118,7%
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	647.690	610.126	-5,8%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	625.372	472.058	-24,5%



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

III. Principales Hechos del Periodo

- En enero el Grupo Falabella anunció el plan de crecimiento orgánico para el periodo 2015-2018, el cual contempla inversiones por MMUS\$ 4.363, las cuales se distribuirán de la siguiente forma:
 - 53% de las inversiones en el periodo se destinará a la apertura de 140 nuevas tiendas y 11 centros comerciales en los seis países donde la empresa está presente.
 - 21% se asignará a ampliaciones y remodelaciones de las tiendas y centros comerciales existentes.
 - 26% se destinará a logística y tecnológica, lo que está enfocado en mejoras de eficiencia y productividad, así como potenciar la estrategia omnicanal.
- En el primer trimestre Sodimac abrió una nueva tienda en la ciudad de Chiclayo, en Perú, con una superficie de venta de 7.800 m².
- A mediados de febrero las 30 tiendas de Maestro en Perú comenzaron a operar con la tarjeta CMR.
- En marzo se incorpora Lounge al portfolio de marcas exclusivas de Falabella. Creada en Chile en el año 2005, Lounge es una marca de accesorios para mujeres. Además, en marzo Falabella incorporó la marca Violeta a su portafolio de marcas exclusivas. Violeta es la cuarta marca del Grupo Mango que se incorpora a Falabella.
- Durante el trimestre se continuó con la implementación en las tiendas de Sodimac Chile de Ozom, tecnología que permite la automatización del hogar. Ozom consta de 12 productos que permiten controlar el hogar a distancia a través de una aplicación en el teléfono móvil.

Hechos posteriores

- El 28 de abril se celebró la Junta Ordinaria de Accionistas en la que:
 - Se aprobó el reparto de un dividendo definitivo con cargo a las utilidades del ejercicio 2014 de \$47 por acción. El dividendo se pagó el 12 de mayo de 2015 a los accionistas que estaban inscritos en el Registro de Accionistas al día 6 de mayo de 2015.
 - Se aprobó una política de dividendos consistente en el reparto anual de, al menos, el 30% de las utilidades líquidas de cada ejercicio.
 - Se aprobó la Memoria, Balance General, Estado de Resultados y Dictamen de Auditores Externos correspondientes al ejercicio terminado el día 31 de diciembre de 2014.
 - Se designó a EY en las funciones de Auditor Externo de la sociedad para el ejercicio 2015.
- En abril se abrieron dos tiendas de mejoramiento del hogar Chile, la primera con el formato Imperial en la ciudad de Puerto Montt y la segunda con el formato Homecenter en la comuna de Coronel en la región del Bío Bío, con una superficie de venta de 6.200 m² y 9.300 m², respectivamente.
- En abril, el Grupo Falabella inició operaciones en un sexto país, Uruguay, abriendo su primera tienda Sodimac en Montevideo. La tienda cuenta con una superficie de venta de 9.400 m² e integra los formatos Homecenter y Constructor. La inversión inicial en Uruguay asciende a alrededor de US\$ 40 millones y contempla también una segunda tienda en la capital, ya en construcción, cuya apertura está planificada para el último trimestre de este año.



RESULTADOS 1º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

IV. Resultados 1er Trimestre 2015

1. Resultado Operacional

Ingresos

En el primer trimestre de 2015, los ingresos consolidados aumentaron 13,1% explicado, por una parte, por la consolidación de los resultados de Maestro, la cadena de 30 tiendas de mejoramiento del hogar en Perú adquirida en septiembre del año pasado. La mayor superficie de venta también contribuyó al crecimiento de los ingresos de la Compañía, dado que se agregaron 112.580 m² en los últimos 12 meses, con la apertura de 25 tiendas nuevas.

En Chile, Tottus y Plaza presentaron el mayor crecimiento, con ingresos que aumentaron un 12,5% y 12,3% respectivamente. El aumento de ingresos en el caso de Tottus se explica por un SSS de 6,2% y la apertura de cuatro nuevas tiendas en los últimos 12 meses. En el caso de Plaza, contribuyó la mayor superficie arrendable, principalmente por la apertura de Mall Plaza Copiapó en noviembre 2014, la apertura de nuevas etapas de Mall Plaza Egaña y la ampliación de Mall Plaza Oeste. Destacamos también el aumento de SSS de 7,9% obtenido por Sodimac en el periodo. Tiendas por departamento, en cambio, reportó una caída de 0,1% de ingresos, pese al crecimiento de 4,0% de SSS y la apertura de dos nuevas tiendas en los últimos 12 meses, principalmente explicado por el cierre parcial o total de siete tiendas por remodelaciones o inundaciones en el norte de Chile.

Los ingresos de CMR Chile crecieron 7,6%, principalmente por el aumento de 17,5% en colocaciones en el periodo. En el caso de Banco Falabella en Chile, sin embargo, el ingreso cayó 3,4% este trimestre, dado que el crecimiento de la cartera de 7,2% no fue suficiente para compensar el impacto que tuvo la variación de la Unidad de Fomento (U.F.) este trimestre, que se mantuvo prácticamente estable respecto al 31 de diciembre del 2014, comparado con la variación de la U.F. en el primer trimestre 2014, que fue de 1,3%.

Las operaciones de Perú, por su parte, nuevamente reportaron un aumento en sus ingresos, más allá de la consolidación de Maestro. La mayor superficie de venta, que aumentó 8,5% en los últimos 12 meses, continúa impulsando el crecimiento de los ingresos de las operaciones *retail*, dado que la moderación en el consumo siguió presionando la variación de SSS, especialmente en tiendas por departamento. Destacamos también el avance en los ingresos observados en el Banco Falabella, atribuible al mayor nivel de colocaciones en el periodo, en parte atribuible al lanzamiento de la tarjeta CMR en las 30 tiendas de Maestro en febrero.

En el caso de Colombia, el crecimiento de los ingresos se desaceleró contra el cuarto trimestre de 2014, aumentando 4,0% en primer trimestre de 2015, principalmente por la deceleración de SSS en tiendas por departamento, que no presentó una variación año a año en el periodo. La pronunciada depreciación de la moneda local en Colombia y la caída en los precios internacionales del petróleo contribuyeron a un menor dinamismo en el consumo. Este menor crecimiento de SSS fue, en parte, compensado por la apertura de tres nuevas tiendas por departamento en los últimos 12 meses. Los ingresos de Banco Falabella en Colombia continuaron creciendo a una tasa de doble dígito, impulsados por el aumento de las colocaciones.

Argentina reportó un aumento en ingresos de 23,7% este trimestre, impulsado principalmente por las operaciones de Sodimac, que reportaron un alza de 41,0% en SSS y un aumento de 12,2% en superficie de venta en los últimos 12 meses, por la apertura de una tienda en la ciudad de La Plata.

Por último, los ingresos de Brasil se vieron nuevamente afectados por la desaceleración económica del país y también por la depreciación del tipo de cambio.

Margen Bruto

La ganancia bruta alcanzó \$672.071 millones (MMUS\$ 1.073), un crecimiento de 13,6% con respecto al mismo periodo del año pasado, con un margen bruto de 34,5%, siendo 16 puntos base mayor año a año.

En Chile destaca la expansión de margen bruto en Banco Falabella, que aumentó en 17,8 puntos porcentuales con respecto al mismo periodo del año pasado, primordialmente por un menor costo de



RESULTADOS 1º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

fondeo y mayores recuperos de castigos. En las tiendas por departamento, el desempeño de la campaña de liquidación y una mayor venta de vestuario por sobre la venta de electro y deco contribuyeron a mejorar el margen bruto del trimestre en 152 puntos base. Parte de estas mejoras se vieron contrarrestadas por un incremento de las provisiones en CMR, comparado con una liberación de provisiones en el mismo periodo del año anterior. Plaza también presentó mayores costos de operación por el inicio de cobro de los estacionamientos y mayores depreciaciones por nuevos centros comerciales.

En Perú la caída del margen bruto de 40 puntos base se explica principalmente por la consolidación de Maestro, que presenta en sus mix de productos mayor cantidad de materiales para la construcción, que aportan un menor margen, en relación al mix de productos de Sodimac Perú y también por una mayor actividad promocional en Tottus. Parte de esta erosión de margen bruto es compensado por una mejora en tiendas por departamento, impactado por una menor actividad promocional con respecto al primer trimestre del año anterior.

En el caso de Colombia, la expansión en 177 puntos base de margen bruto se explica por un mejor desempeño en Falabella. La tienda por departamento realizó una menor venta de liquidación que el mismo trimestre del año pasado, logrando así una mayor venta de productos de temporada durante el periodo.

En Argentina las fluctuaciones de tipo de cambio en el primer trimestre del año pasado impactaron la base de comparación y contribuyeron a la caída de 173 puntos base de margen bruto. En cambio en Brasil, el margen bruto aumentó en 58 puntos base, producto de condiciones comerciales más favorables y a un menor nivel de merma.

Gastos de Administración y Ventas

Los gastos de administración y ventas ascendieron a \$486.952 millones (MMUS\$ 777) en el trimestre, siendo un 14,5% mayor en comparación al mismo trimestre del año 2014, mientras que como porcentaje de los ingresos, aumentó 31 puntos base. Los mayores gastos han sido influidos por tiendas por departamento en Chile, Banco Falabella en Chile, la operación de Colombia y los gastos de pre-apertura de las primeras tiendas Sodimac en Uruguay y Brasil.

En Chile los mayores gastos de administración y ventas se deben, en parte, a tiendas por departamento, por una mayor depreciación por aumento de activos fijos generados por remodelaciones y por una menor dilución de gasto fijo por las tiendas que fueron parcial o totalmente cerradas por al menos parte del periodo, entre otros. En Sodimac el incremento se puede explicar mayormente por arriendos, remuneraciones y otros gastos reajustados por inflación anualizada y los gastos de pre-apertura de las dos tiendas que abrieron en abril. Estos mayores gastos fueron parcialmente compensados por una mayor productividad laboral en Tottus Chile.

En Colombia el aumento en el gasto como porcentaje de las ventas se debe, mayormente, a las tres nuevas tiendas Falabella abiertas en el cuarto trimestre del año pasado.

Por otra parte, estos mayores gastos fueron parcialmente compensados por Sodimac en Perú, que reportó una disminución de gastos de administración y venta como porcentaje de los ingresos, atribuible, principalmente, al proceso de integración con Maestro.

2. Resultado No Operacional

El resultado no operacional resultó en una pérdida de \$35.284 millones (MMUS\$ 56), siendo un 7,8% menor a la pérdida obtenida en el primer trimestre de 2014. Esto se debió principalmente a un menor costo financiero neto que se produjo en el periodo, resultando en una pérdida de \$28.096 millones (MMUS\$ 45). La menor pérdida se explica en gran parte porque la U.F. se mantuvo prácticamente estable este trimestre comparado con el mismo periodo del año pasado donde se incrementó 1,3% y el impacto que esto tuvo en la deuda denominada en U.F.



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

La cuenta otras ganancias/ (pérdidas) registró una pérdida este trimestre, comparado con una ganancia en el mismo periodo del año anterior, principalmente dado a que este trimestre se registró una pérdida por los daños sobre inventarios y activos fijos relacionados con las inundaciones que afectaron las operaciones de la Compañía en el norte de Chile en marzo 2015.

Por su parte, la tasa efectiva de impuestos a la renta aumentó a 23,5%, comparado con 19,7% el mismo periodo del año pasado, por el aumento de la tasa de impuesto en Chile y Colombia.

Como resultado, la utilidad neta del periodo ascendió a \$105.809 millones (MMUS\$ 169), 13,2% mayor al mismo periodo del año anterior. Si se excluye la pérdida no operacional por las inundaciones, la utilidad neta hubiera crecido 17,0%. Cabe recordar que la utilidad neta no incluye revalorización de activos por las propiedades de inversión, ya que la compañía adoptó en 2009 el método de costo histórico.

3. Balance Consolidado

El activo corriente no bancario disminuyó en \$81.017 millones (MMUS\$ 129) en comparación al cierre de 2014, generado principalmente por un menor nivel de efectivo y equivalentes al efectivo y menores deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes. Por su parte, el activo no corriente no bancario se vio incrementado en \$48.101 millones (MMUS\$ 77), principalmente por aumentos en otros activos financieros no corrientes, propiedad de inversión y propiedades, planta y equipo. Variaciones de tipo de cambio contribuyeron al incremento en otros activos financieros no corrientes. El incremento en propiedad de inversión y propiedades, planta y equipo reflejan la inversión en nuevas instalaciones y en ampliaciones y remodelaciones de tiendas y centros comerciales existentes. En el caso de los negocios bancarios, el total de activos creció en \$17.563 millones (MMUS\$ 28) en comparación a diciembre 2014, principalmente debido al aumento de operaciones con liquidación en curso e instrumentos de inversión disponibles para la venta, por una mayor actividad en el negocio. Esto se ve parcialmente compensado por una disminución en efectivo y depósitos en bancos, instrumentos para negociación y adeudado por bancos. Como resultado, el activo total bajó en \$15.353 millones (MMUS\$ 25).

El pasivo corriente no bancario disminuyó en \$237.711 millones (MMUS\$ 379) en comparación con diciembre 2014, explicado principalmente por menores pasivos financieros corrientes y, en menor medida, por una disminución en cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar, y otros pasivos no financieros corrientes. Esto se explica principalmente por pago de pasivos a corto plazo. A su vez, el pasivo no corriente no bancario se incrementó en \$83.024 millones (MMUS\$ 133) por el crecimiento en otros pasivos financieros no corrientes, que aumentó principalmente por un incremento en la deuda financiera a largo plazo. Por su parte, el pasivo total de negocios bancarios creció en \$54.057 millones (MMUS\$ 86) por mayores operaciones con liquidación en curso. Como resultado, el pasivo total bajó en \$100.631 millones (MMUS\$ 161).

4. Flujo de Caja Consolidado

El flujo de efectivo procedente de actividades de operación del negocio no bancario creció en \$28.711 millones (MMUS\$ 46) a marzo 2015 en comparación al mismo periodo del año anterior, explicado principalmente por un mayor crecimiento neto en los cobros procedentes de las ventas de bienes y prestaciones de servicios, en línea con la mayor actividad del negocio. El flujo de efectivo procedente de actividades de operación de negocios bancarios, en tanto, disminuyó en \$50.681 millones (MMUS\$ 81), explicado principalmente por la disminución de depósitos y otras captaciones a plazo. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de operación consolidado disminuyó en \$21.969 millones (MMUS\$ 35) en el periodo.

El flujo de efectivo procedente de actividades de inversión del negocio no bancario fue \$5.560 millones (MMUS\$ 9) menos negativo en comparación al mismo periodo del año anterior, principalmente explicado por la mayor apertura de tiendas en 1Q14 comparado con este periodo. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de inversión de negocios bancarios fue \$6.938 millones (MMUS\$ 11) más negativo respecto al mismo periodo del año anterior, debido principalmente a un aumento neto en instrumentos de



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

inversión disponibles para la venta. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de inversión consolidado a marzo 2015 resultó en \$1.378 millones (MMUS\$ 2) más negativo que el mismo periodo del año 2014.

El flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio no bancario a marzo 2015 fue \$87.784 millones (MMUS\$ 140) más negativo que el año anterior, explicado principalmente por mayores préstamos pagados. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio bancario fue \$8.201 millones (MMUS\$ 13) más positivo a lo obtenido el trimestre del año anterior debido al menor pago de deuda este trimestre. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de financiación consolidado resultó en \$79.583 millones (MMUS\$ 127) más negativo al mismo flujo del periodo anterior.



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

V. Indicadores de Retail

1. Ingresos de Negocios Retail

Ingresos Retail 1Q 2015 (MMUS\$) ^{1,2,3}

	1Q14	1Q15	Var %	Var Moneda Local %
Chile				
Tiendas por Departamento	467,8	467,5	-0,1%	-0,1%
Mejoramiento del Hogar	755,6	809,2	7,1%	7,1%
Supermercados	221,2	248,9	12,5%	12,5%
Perú				
Tiendas por Departamento	177,8	192,1	8,1%	4,0%
Mejoramiento del Hogar	136,7	268,2	96,1%	88,4%
Supermercados	212,8	244,7	15,0%	10,8%
Colombia				
Tiendas por Departamento	106,7	108,8	2,0%	10,7%
Mejoramiento del Hogar	302,5	307,3	1,6%	10,7%
Argentina				
Tiendas por Departamento	109,4	121,3	10,9%	12,4%
Mejoramiento del Hogar	47,0	74,5	58,7%	61,2%
Brasil				
Mejoramiento del Hogar	74,0	70,2	-5,1%	1,0%

Crecimiento de Ventas Nominal por Local Equivalente – Same Store Sales (SSS) ^{4,5,6,7}

¹ No incluye ingresos de negocios de crédito.

² Pesos chilenos nominales, convertidos a US\$ al tipo de cambio observado del 1 de abril de 2015.

³ Variación de ventas en moneda local aísla los efectos de tipo de cambio en la traducción de los estados financieros para Chile.



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	1Q14	2Q14	3Q14	4Q14	2014	1Q15
Chile						
Tiendas por Departamento	5,5%	5,6%	-4,5%	-0,3%	1,5%	4,0%
Mejoramiento del Hogar	7,2%	3,7%	4,6%	5,1%	5,3%	7,9%
Supermercados	6,5%	9,3%	5,6%	2,0%	5,5%	6,2%
Perú						
Tiendas por Departamento	3,7%	-3,4%	0,6%	-1,3%	-0,7%	-1,3%
Mejoramiento del Hogar	-2,5%	-5,0%	-4,4%	-2,1%	-3,4%	0,3%
Supermercados	5,3%	6,4%	4,9%	4,5%	5,1%	3,2%
Colombia						
Tiendas por Departamento	2,2%	13,6%	8,7%	6,9%	7,8%	0,0%
Mejoramiento del Hogar	5,9%	4,1%	5,8%	6,8%	6,0%	9,5%
Argentina						
Tiendas por Departamento	35,6%	31,3%	20,5%	17,4%	24,7%	9,5%
Mejoramiento del Hogar	28,8%	21,4%	27,1%	26,8%	26,1%	41,0%
Brasil						
Mejoramiento del Hogar	2,2%	-0,9%	-4,4%	-8,1%	-3,1%	-0,3%

⁴ Todos los crecimientos son en términos nominales y han sido calculados en moneda local de cada país.

⁵ Los crecimientos de venta nominal por local incorporan las ventas del canal online (en los casos que exista dicha operación).

⁶ Los SSS de Mejoramiento del Hogar Perú no incluyen la operación de Maestro, ya que se adquirió en septiembre 2014.

⁷ El cálculo de SSS no considera las tiendas que tienen cambios significativos, con el periodo comparable, en su superficie de venta, ya sea por remodelaciones, ampliaciones, reducciones o cierres.



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

2. Número de Locales y Superficies de Ventas de Formatos Retail^{8,9,10}

	Marzo 2014		Marzo 2015	
	Superficie (m ²)	Locales (#)	Superficie (m ²)	Locales (#)
Chile				
Tiendas por Departamento	297.123	44	311.443	45
Mejoramiento del Hogar	680.201	83	684.379	83
Supermercados	175.296	48	182.892	52
Perú				
Tiendas por Departamento	145.385	23	155.226	25
Mejoramiento del Hogar	188.153	25	371.904	57
Supermercados	164.687	42	181.824	49
Colombia				
Tiendas por Departamento	95.405	15	114.022	18
Mejoramiento del Hogar	322.609	33	331.441	34
Argentina				
Tiendas por Departamento	57.762	11	57.762	11
Mejoramiento del Hogar	74.600	7	83.736	8
Brasil				
Mejoramiento del Hogar	121.706	57	120.931	57
Total Locales	2.322.928	388	2.595.560	439

3. Número de Centros Comerciales y Superficie Arrendable de Operadores Inmobiliarios¹¹

	Marzo 2014		Marzo 2015	
	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)
Chile				
Mall Plaza	1.125.000	14	1.184.000	15
Open Plaza	234.000	10	233.000	10
Perú				
Aventura Plaza	258.000	4	274.000	4
Open Plaza	230.000	8	234.000	8
Colombia				
Mall Plaza	26.000	1	26.000	1
Total Inmobiliario	1.873.000	37	1.951.000	38

Adicionalmente, el Grupo es dueño de aproximadamente 953.000 m² adicionales de superficie arrendable en ubicaciones *free standing* de Falabella, Sodimac, Tottus y Maestro en la región.

⁸ Durante 2014 hubo recuento de superficies que puede implicar diferencias con la información entregada en marzo 2014.

⁹ La superficie de venta incluye la línea de caja. En el caso de Tottus, representa aproximadamente un 7% de la superficie. Esta definición puede diferir de cómo lo miden otros actores del mercado y tiene implicancias en la comparación de venta/m²

¹⁰ En el conteo de marzo 2015 se elimina la tienda Sodimac Ñuñoa en Chile debido al incendio de septiembre 2014. La tienda Ñuñoa permanece cerrada a la fecha. Adicionalmente, se cerraron dos de las franquicias Dico en Brasil en la segunda mitad del 2014.

¹¹ Open Plaza considera los Power Centers (ubicaciones donde hay 2 tiendas anclas y locales menores) y Shopping Centers (ubicaciones con 3 tiendas anclas además de tiendas menores) distintos a los operados por Mall Plaza.



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

4. Venta por Metro Cuadrado de Formatos Retail

Ventas por metro cuadrado 1Q 2015 (US\$ / m²)^{12,13}

	1Q14	1Q15	Var %
Chile			
Tiendas por Departamento	1.599	1.517	-5,2%
Mejoramiento del Hogar	1.117	1.178	5,5%
Supermercados	1.272	1.361	7,0%
Perú			
Tiendas por Departamento	1.223	1.238	1,2%
Mejoramiento del Hogar	743	729	-2,0%
Supermercados	1.309	1.343	2,6%
Colombia			
Tiendas por Departamento	1.119	955	-14,7%
Mejoramiento del Hogar	941	927	-1,5%
Argentina			
Tiendas por Departamento	1.894	2.100	10,9%
Mejoramiento del Hogar	629	887	41,1%
Brasil			
Mejoramiento del Hogar	617	572	-7,3%
TOTAL	1.133	1.123	-0,9%

¹² Ingresos divididos por superficie promedio del periodo. Los montos en dólares de ambos periodos se convirtieron al tipo de cambio del periodo corriente. Es decir, la variación observada corresponde a variación registrada en pesos chilenos, y no en moneda local. La venta por metro cuadrado "Total" corresponde a la suma de los ingresos del negocio Retail dividido por el promedio de la superficie total de tiendas del periodo. Los ingresos de cada negocio comprenden todos los canales, incluyendo también el canal online.

¹³ La superficie de venta incluye la línea de caja. En el caso de Tottus, representa aproximadamente un 7% de la superficie. Esta definición puede diferir de cómo lo miden otros actores del mercado y tiene implicancias en la comparación de venta/m².



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

VI. Indicadores Financieros

1. Indicadores de Crédito^{14,15,16,17,18}

			1Q14	2Q14	3Q14	4Q14	1Q15
CMR Chile (Tarjeta)							
Stock Colocaciones Brutas	MM CLP		1.068.905	1.089.630	1.111.685	1.224.623	1.255.878
Stock Provisiones	MM CLP		(39.911)	(44.582)	(44.333)	(42.861)	(46.978)
Castigo Neto (de recuperó)	MM CLP		10.536	18.369	30.695	41.735	12.412
Cuentas Abiertas (con saldo)	#		2.113.062	2.140.968	2.160.685	2.247.183	2.294.285
Duración	Meses		3,7	4,0	4,2	4,3	3,9
Deuda Promedio	CLP		505.856	508.943	514.506	544.959	547.394
Banco Falabella Chile							
Stock Colocaciones Brutas	MM CLP		1.240.235	1.264.198	1.278.712	1.311.374	1.329.908
Stock Provisiones	MM CLP		(60.483)	(64.174)	(63.639)	(63.318)	(65.118)
Castigo Neto (de recuperó)	MM CLP		8.600	18.570	27.121	35.902	9.919
Banco Falabella Perú							
Stock Colocaciones Brutas	MM SOL		2.479	2.619	2.712	3.076	3.188
Stock Provisiones	MM SOL		(187)	(193)	(201)	(213)	(225)
Castigo Neto (de recuperó)	MM SOL		26	52	75	98	26
Cuentas Abiertas (con saldo)	#		922.545	948.773	965.078	1.017.653	1.022.313
Duración	Meses		9,8	9,6	10,0	10,0	10,7
Deuda Promedio Consumo	SOL		2.687	2.761	2.810	3.023	3.119
Banco Falabella Colombia							
Stock Colocaciones Brutas	MM COP		1.153.403	1.245.697	1.302.908	1.471.806	1.442.319
Stock Provisiones	MM COP		(76.451)	(78.869)	(79.971)	(84.922)	(84.926)
Castigo Neto (de recuperó)	MM COP		12.788	24.812	36.689	49.030	13.764
Cuentas Abiertas (con saldo)	#		722.110	739.464	749.720	803.984	792.865
Duración	Meses		7,6	7,8	7,9	7,7	8,2
Deuda Promedio Consumo	COP		1.597.268	1.684.595	1.737.859	1.830.641	1.819.124
CMR Argentina (Tarjeta)							
Stock Colocaciones Brutas	MM ARS		1.797	1.819	1.714	1.938	2.021
Stock Provisiones	MM ARS		(43)	(53)	(47)	(48)	(49)
Castigo Neto (de recuperó)	MM ARS		(9)	(21)	(37)	(54)	(15)
Cuentas Abiertas (con saldo)	#		539.337	525.034	512.447	504.244	528.600
Duración	Meses		3,1	2,8	2,6	2,7	2,7
Deuda Promedio	ARS		3.332	3.465	3.345	3.844	3.823

¹⁴ a. Cartera de Colocaciones CMR Chile, considera saldo de colocaciones automotrices. Las nuevas colocaciones de este tipo forman parte de la cartera de Banco Falabella.

b. Provisiones de Banco Falabella Chile incluyen provisiones adicionales sugeridas por SBIF presentadas como pasivos.

c. Las colocaciones y provisiones del Banco Falabella considera solo colocaciones de personas, y por lo tanto, no coinciden con las informadas en los Estados Financieros de la compañía.

¹⁵ La duración se calcula en meses según la duración de Macaulay, suponiendo vencimiento revolving de 30 días.

¹⁶ El stock de colocaciones brutas incluye todas las colocaciones, no solamente consumo.

¹⁷ A mediados de febrero se lanza la tarjeta CMR en las 30 tiendas de Maestro, lo que contribuye al crecimiento de colocaciones en Banco Falabella Perú.

¹⁸ Las cuentas abiertas con balance corresponden al stock de cuentas CMR con mora menor a 90 días y con transacción voluntaria en los últimos 24 meses que presentan saldo mayor a cero en algún momento del periodo.



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

2. Porcentaje de Venta a través de Tarjeta CMR^{19,20,21}

	1Q 14	1S 14	9M14	2014	1Q 15
Chile - Falabella	51,5%	52,9%	53,0%	52,7%	50,1%
Chile - Sodimac	28,4%	28,5%	28,3%	28,3%	27,5%
Chile - Tottus	17,4%	18,6%	19,5%	19,6%	19,0%
Perú - Saga, Sodimac, Tottus	39,5%	41,9%	41,8%	42,5%	35,1%
Colombia - Falabella y Sodimac	22,6%	24,7%	24,6%	25,7%	22,3%
Argentina - Falabella y Sodimac	27,7%	29,7%	28,5%	27,4%	25,6%

¹⁹ Porcentaje de venta con CMR: es la venta a través de la tarjeta con respecto a la venta total de cada negocio.

²⁰ A partir de enero 2015, CMR Falabella excluyó del concepto de intermediación con tarjeta de crédito el monto asociado generado por una transacción CMR pero intermediada por otro medio de pago. Para efectos de comparación, se presenta el historial con esta nueva metodología.

²¹ Números incorporan las ventas de Maestro desde el 1Q15.



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

VII. Otros Indicadores

5. Días de Cobro,²² de Pago y Rotación de Inventario²³

Chile

	Tiendas por Dep.		Mejor. del Hogar		Supermercados		Promotora CMR		Plaza S.A.	
	1Q14	1Q15	1Q14	1Q15	1Q14	1Q15	1Q14	1Q15	1Q14	1Q15
Días promedio de cobro	6,6	6,0	24,0	23,1	2,7	2,0	111,0	117,0	28,0	32,0
Días promedio de pago	46,9	50,4	49,1	45,6	47,1	45,6	NA	NA	NA	NA
Días de inventario	90,3	84,6	65,8	70,7	38,7	38,8	NA	NA	NA	NA

Operaciones Internacionales²⁴

	Perú		Argentina		Colombia		Brasil	
	1Q14	1Q15	1Q14	1Q15	1Q14	1Q15	1Q14	1Q15
Días promedio de cobro	2,9	2,6	16,2	15,3	6,8	7,0	77,6	64,1
Días promedio de pago	46,6	47,0	68,6	60,1	69,8	72,7	88,8	109,7
Días de inventario	86,4	81,6	119,8	106,7	114,9	101,4	126,4	117,7

²² Días de cobro no incluye las cuentas por cobrar de los formatos de *retail* (tiendas por departamento, mejoramiento del hogar y supermercados) con Promotora CMR S.A.

²³ Promedio de cobro (no incluye Promotora CMR ni Plaza): Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar, Corrientes (neto) * 90 / Ingresos Ordinarios

Promedio de cobro para Promotora CMR: Duración * 30

Promedio de cobro para Plaza corresponde al cobro de los gastos comunes del inmueble.

Promedio de pago: Acreedores Comerciales y Otras Cuentas por Pagar, Corrientes * 90 / Costos de ventas

Rotación de Inventarios: Inventarios (neto) * 90 / Costos de ventas.

²⁴ Los indicadores incluyen las operaciones de *retail* únicamente.



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

VIII. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio

Resultados Operacionales 1Q 2015 (MMUS\$)^{25,26}

Chile

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	1Q14	1Q15	Var %	1Q14	1Q15	Var %	1Q14	1Q15	Var %
Ingresos	467,8	467,5	-0,1%	755,6	809,2	7,1%	221,2	248,9	12,5%
Margen Bruto	28,4%	29,9%	5,3%	28,6%	28,8%	7,7%	24,0%	24,0%	12,8%
GAV / Ingresos	-27,4%	-29,0%	6,1%	-21,3%	-21,6%	9,0%	-24,0%	-23,2%	8,8%
GAV s D&A / Ingresos	-25,5%	-26,9%	5,3%	-19,9%	-20,2%	8,8%	-21,0%	-20,5%	9,9%
Margen EBITDA	2,9%	3,0%	5,7%	8,9%	8,8%	4,9%	2,9%	3,5%	33,5%
Margen Operacional	1,0%	0,9%	-15,4%	7,3%	7,1%	3,8%	0,0%	0,8%	NA

	Promotora CMR			Banco Falabella Chile			Plaza S.A.		
	1Q14	1Q15	Var %	1Q14	1Q15	Var %	1Q14	1Q15	Var %
Ingresos	128,5	138,2	7,6%	106,4	102,8	-3,4%	81,8	91,8	12,3%
Margen Bruto	50,5%	48,7%	3,8%	40,7%	58,5%	39,0%	79,1%	78,0%	10,7%
GAV / Ingresos	-9,9%	-10,6%	15,3%	-28,9%	-33,8%	12,8%	-11,5%	-14,5%	41,2%
GAV s D&A / Ingresos	-9,9%	-10,6%	15,3%	-26,7%	-31,0%	12,4%	-11,2%	-11,1%	10,6%
Margen EBITDA	40,6%	38,1%	0,9%	14,0%	27,5%	89,7%	80,1%	79,8%	11,8%
Margen Operacional	40,6%	38,1%	0,9%	11,7%	24,7%	103,4%	67,6%	63,5%	5,5%

Operaciones Internacionales

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil		
	1Q14	1Q15	Var %	1Q14	1Q15	Var %	1Q14	1Q15	Var %	1Q14	1Q15	Var %
Ingresos	599,2	796,0	32,8%	156,7	163,0	4,0%	178,9	221,3	23,7%	74,0	70,2	-5,1%
Margen Bruto	30,2%	29,8%	31,1%	38,5%	40,3%	8,8%	41,2%	39,5%	18,5%	31,8%	32,3%	-3,4%
GAV / Ingresos	-24,2%	-23,3%	28,0%	-35,6%	-39,0%	13,7%	-35,1%	-35,4%	24,8%	-32,5%	-37,2%	8,7%
GAV s D&A / Ingresos	-21,3%	-20,2%	25,7%	-32,4%	-35,5%	14,2%	-33,8%	-34,2%	25,0%	-30,5%	-35,2%	9,6%
Margen EBITDA	9,0%	9,7%	44,2%	6,1%	4,7%	-19,8%	7,4%	5,3%	-11,0%	1,2%	-2,9%	NA
Margen Operacional	6,1%	6,6%	43,3%	2,8%	1,3%	-52,3%	6,1%	4,1%	-17,8%	-0,7%	-4,9%	526,5%

²⁵ Resultados Operacionales internacionales incluyen negocios que desarrollan giro Bancario en Perú y Colombia, negocio de crédito en Argentina y negocio de centros comerciales en Perú.

²⁶ Las variaciones presentadas en la columna Var% corresponden a variaciones de montos absolutos y no de los márgenes sobre ingresos.



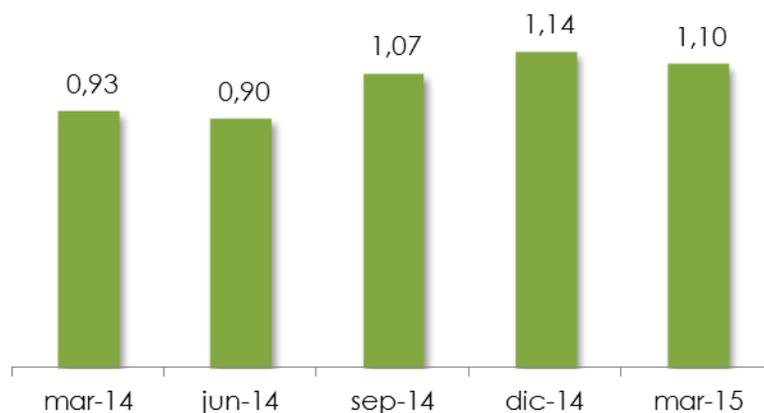
RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

IX. Estructura Financiera

El Total Pasivos al 31 de marzo de 2015 alcanzó \$7.106.561 millones (MMUS\$ 11.342).

Por su parte, el Leverage de los Negocios no Bancarios²⁷ asciende a 1,10. Considerando la deuda financiera²⁸ de los negocios no bancarios, el ratio Deuda Financiera Neta / EBITDA asciende a 3,01.²⁹

Leverage Negocios no Bancarios



Deuda Financiera Neta / EBITDA Negocios no Bancario³⁰



²⁷ Leverage Negocios No Bancarios = Pasivos totales negocios no bancarios dividido en Patrimonio total consolidado.

²⁸ Deuda Financiera Negocios No Bancarios = Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros, no corrientes - Pasivos financieros a valor justo por resultado (Nota 33 Instrumentos Financieros y Administración del Riesgo)

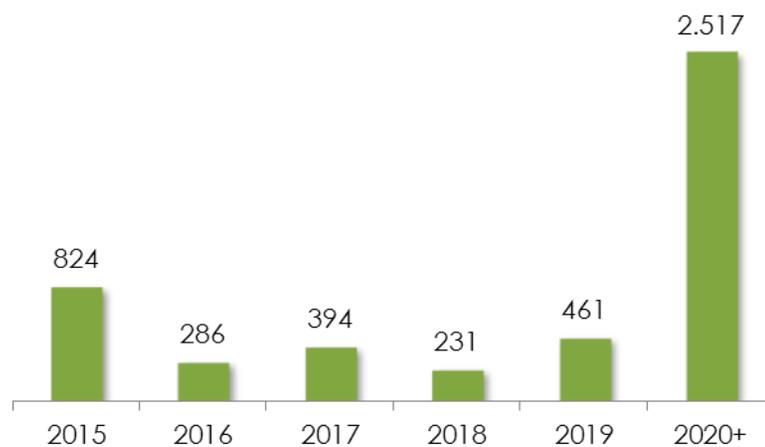
²⁹ Desde septiembre 2014 se considera la deuda financiera de Maestro, mientras que el EBITDA de Maestro se consolida sólo en el último trimestre de 2014.

³⁰ Para el cálculo de este ratio, la Deuda Financiera Neta incorpora el valor razonable de los instrumentos financieros derivados, asociados a contabilidad de cobertura de deuda financiera. En consecuencia: Deuda Financiera Neta= Deuda financiera Negocios No Bancarios – Efectivo y equivalentes al Efectivo – Valor Derivados de Cobertura Asociados a la Deuda Financiera.



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Perfil de Vencimientos de Deuda^{31,32}



Deuda Financiera Total Consolidada (sin operaciones bancarias): MMUS\$ 4.713.

³¹ La Deuda Financiera Total Consolidada no incluye las operaciones bancarias del Grupo Falabella (Banco Falabella Chile, Banco Falabella Perú y Banco Falabella Colombia) ni intereses devengados, pero sí incluye la operación de CMR en Chile y Argentina.

³² Saldos en USD convertidos al tipo de cambio de cierre de cada país.



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

X. Estados Financieros S.A.C.I. Falabella

	Por el Periodo terminado al 31-mar-15	Por el Periodo terminado al 31-mar-14
	M\$	M\$
Estado de Resultados		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Ingresos de actividades ordinarias	1.809.754.201	1.593.865.140
Costo de ventas	(1.223.052.430)	(1.070.285.706)
Ganancia bruta	586.701.771	523.579.434
Costos de distribución	(20.877.076)	(21.655.604)
Gastos de administración	(380.370.217)	(328.305.757)
Otros gastos, por función	(30.491.937)	(28.321.151)
Otras ganancias (pérdidas)	(4.365.426)	1.540.439
Ingresos financieros	10.781.290	5.391.030
Costos financieros	(39.373.580)	(28.757.869)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	6.691.858	6.768.159
Diferencias de cambio	(9.617.679)	(12.604.576)
Resultado por unidades de reajuste	496.503	(10.634.299)
Ganancia antes de impuestos	119.575.507	106.999.806
Gasto por impuestos a las ganancias	(25.907.404)	(19.048.103)
Ganancia de negocios no bancarios	93.668.103	87.951.703
Negocios Bancarios (Presentación)		
Ingresos por intereses y reajustes	109.942.157	105.000.212
Gastos por intereses y reajustes	(26.594.406)	(32.314.076)
Ingreso neto por intereses y reajustes	83.347.751	72.686.136
Ingresos por comisiones	29.504.036	24.699.813
Gastos por comisiones	(7.788.427)	(5.863.182)
Ingreso neto por comisiones	21.715.609	18.836.631
Utilidad neta de operaciones financieras	1.289.560	1.501.793
Utilidad (Pérdida) de cambio neta	2.287.591	1.176.760
Otros ingresos operacionales	166.479	130.317
Provisión por riesgo de crédito	(23.438.166)	(26.372.446)
Total ingreso operacional neto	85.368.824	67.959.191
Remuneraciones y gastos del personal	(22.479.386)	(19.323.523)
Gastos de Administración	(26.351.184)	(22.211.400)
Depreciaciones y amortizaciones	(3.800.039)	(3.235.209)
Otros gastos operacionales	(2.582.257)	(2.222.689)
Total gastos operacionales	(55.212.866)	(46.992.821)
Resultado operacional	30.155.958	20.966.370
Resultado por inversiones en sociedades	102.899	37.467
Resultado antes de impuesto a la renta	30.258.857	21.003.837
Impuesto a la renta	(9.268.603)	(6.164.244)
Ganancia de negocios bancarios	20.990.254	14.839.593
Ganancia	114.658.357	102.791.296
Ganancia atribuible a		
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	105.809.136	93.463.467
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	8.849.221	9.327.829
Ganancia	114.658.357	102.791.296
Ganancias por acción		
Ganancia por acción básica		
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	0,0435	0,0385
Ganancia por acción básica	0,0435	0,0385
Ganancia por acción diluida		
Ganancia por acción diluida procedente de operaciones continuadas	0,0435	0,0384
Ganancia por acción diluida	0,0435	0,0384



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	31-mar-15	31-dic-14
	M\$	M\$
Activos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Activos corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	146.509.221	211.219.868
Otros activos financieros corrientes	20.503.203	19.518.703
Otros activos no financieros corrientes	87.565.765	88.613.455
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	1.436.659.548	1.460.886.123
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	12.993.602	14.382.645
Inventarios	1.023.883.422	1.019.199.966
Activos por impuestos corrientes	54.255.310	49.566.343
Total de activos corrientes distintos de los activos o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	2.782.370.071	2.863.387.103
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta	5.149.611	5.150.100
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	5.149.611	5.150.100
Total activos corrientes	2.787.519.682	2.868.537.203
Activos no corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	93.027.427	71.524.973
Otros activos no financieros no corrientes	35.140.032	32.688.857
Derechos por cobrar no corrientes	206.642.437	206.165.723
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	166.395.791	163.334.299
Activos intangibles distintos de la plusvalía	229.486.268	233.503.315
Plusvalía	456.574.790	462.525.345
Propiedades, planta y equipo	2.127.716.094	2.119.695.908
Propiedad de inversión	2.137.157.246	2.122.042.651
Activos por impuestos diferidos	75.609.831	68.168.041
Total activos no corrientes	5.527.749.916	5.479.649.112
Total activos de negocios no bancarios	8.315.269.598	8.348.186.315
Activos Negocios Bancarios (Presentación)		
Efectivo y depósitos en bancos	317.515.820	347.215.192
Operaciones con liquidación en curso	65.661.349	10.125.348
Instrumentos para negociación	12.833.303	55.864.410
Contratos de derivados financieros	12.607.740	14.503.691
Adeudado por bancos	-	29.977.748
Créditos y cuentas por cobrar a clientes	2.195.254.059	2.180.384.460
Instrumentos de inversión disponibles para la venta	314.051.191	264.017.567
Inversiones en sociedades	2.102.262	1.910.151
Intangibles	24.899.829	23.769.265
Activo fijo	36.362.258	36.934.564
Impuestos corrientes	3.036.945	1.873.669
Impuestos diferidos	13.588.609	14.509.536
Otros activos	16.920.402	16.184.783
Total activos negocios bancarios	3.014.833.767	2.997.270.384
Total activos	11.330.103.365	11.345.456.699



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	31-mar-15	31-dic-14
	M\$	M\$
Patrimonio Neto y Pasivos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Pasivos corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	600.212.123	736.529.589
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	910.252.223	966.061.609
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	9.864.152	9.894.036
Otras provisiones a corto plazo	10.116.094	10.248.584
Pasivos por Impuestos corrientes	28.877.520	25.734.030
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	99.364.672	110.578.122
Otros pasivos no financieros corrientes	92.186.381	129.538.281
Total pasivos corrientes	1.750.873.165	1.988.584.251
Pasivos no corrientes		
Otros pasivos financieros no corrientes	2.400.086.120	2.316.360.511
Pasivos no corrientes	1.225.390	1.208.738
Otras provisiones a largo plazo	14.422.760	14.898.205
Pasivo por impuestos diferidos	369.888.075	369.652.474
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	18.719.362	19.717.004
Otros pasivos no financieros no corrientes	32.702.507	32.183.682
Total pasivos no corrientes	2.837.044.214	2.754.020.614
Total pasivos de negocios no bancarios	4.587.917.379	4.742.604.865
Pasivos Negocios Bancarios (Presentación)		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	246.059.558	241.347.479
Operaciones con liquidación en curso	61.338.298	4.852.755
Depósitos y otras captaciones a plazo	1.690.204.020	1.671.548.562
Contratos de derivados financieros	11.102.062	8.637.377
Obligaciones con bancos	42.852.005	66.923.264
Instrumentos de deuda emitidos	237.654.125	240.739.591
Otras obligaciones financieras	172.487.411	175.729.113
Impuestos corrientes	626.767	59.511
Provisiones	5.597.061	5.491.575
Otros pasivos	50.722.064	49.257.187
Total pasivos negocios bancarios	2.518.643.371	2.464.586.414
Total pasivos	7.106.560.750	7.207.191.279
Patrimonio Neto		
Capital emitido	533.409.643	533.409.643
Ganancias acumuladas	3.019.333.572	2.913.524.436
Primas de emisión	93.482.329	93.482.329
Acciones propias en cartera	(3.495.432)	(3.495.432)
Otras reservas	(109.210.229)	(92.000.283)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	3.533.519.883	3.444.920.693
Participaciones no controladoras	690.022.732	693.344.727
Patrimonio total	4.223.542.615	4.138.265.420
Total de patrimonio y pasivos	11.330.103.365	11.345.456.699



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	31-mar-15	31-mar-14
	M\$	M\$
Estado de flujos de efectivo		
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	2.171.039.029	1.982.264.693
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(1.578.500.560)	(1.464.155.828)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(253.577.490)	(219.268.340)
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(33.727.705)	(29.732.120)
Otras entradas (salidas) de efectivo	(159.380.952)	(151.967.238)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación de negocios no bancarios	145.852.322	117.141.167
Negocios Bancarios (Presentación)		
Utilidad (pérdida) consolidada del ejercicio	20.990.254	14.839.593
Cargos (abonos) a resultados que no significan movimientos de efectivo:		
Depreciaciones y amortizaciones	3.800.039	3.235.209
Provisiones por riesgo de crédito	29.191.129	31.649.754
Utilidad neta por inversiones en sociedades con influencia significativa	(102.899)	(37.467)
Otros cargos (abonos) que no significan movimiento de efectivo	6.922.606	4.000.562
Variación neta de intereses, reajustes y comisiones devengadas sobre activos y pasivos	(2.404.831)	(3.731.173)
Cambios en activos y pasivos que afectan al flujo operacional:		
(Aumento) disminución neta en adeudado por bancos	29.977.748	-
(Aumento) disminución en créditos y cuentas por cobrar a clientes	(73.339.281)	(76.698.017)
(Aumento) disminución neta de instrumentos para negociación	4.414.333	1.058.459
Aumento (disminución) de depósitos y otras obligaciones a la vista	4.712.079	22.691.025
Aumento (disminución) de depósitos y otras captaciones a plazo	21.933.379	67.581.243
Aumento (disminución) de obligaciones con bancos	(24.005.215)	2.952.594
Otros	(22.011.643)	(16.783.485)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de la operación negocios bancarios	77.698	50.758.297
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	145.930.020	167.899.464
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Préstamos a entidades relacionadas	(421.098)	(3.995.659)
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	557.577	362.059
Compras de propiedades, planta y equipo	(78.533.260)	(84.792.216)
Compras de activos intangibles	(8.612.710)	(3.380.989)
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	-	518.249
Compras de otros activos a largo plazo	(32.845.422)	(44.957.320)
Dividendos recibidos	3.944	206.724
Intereses recibidos	4.349.266	5.829.168
Otras entradas (salidas) de efectivo	1.416.667	10.564.963
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión de negocios no bancarios	(114.085.036)	(119.645.021)
Negocios Bancarios (Presentación)		
(Aumento) disminución neta de instrumentos de inversión disponibles para la venta	(50.841.222)	(45.639.356)
Compras de activos fijos	(4.063.507)	(3.135.494)
Otros	(328.410)	479.509
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión negocios bancarios	(55.233.139)	(48.295.341)
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(169.318.175)	(167.940.362)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Importes procedentes de la emisión de acciones	-	18.619.077
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	28.006.615	43.277.911
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	844.632.551	355.811.680
Total importes procedentes de préstamos	872.639.166	399.089.591
Pagos de préstamos	(954.355.674)	(412.176.367)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(5.180.656)	(2.187.238)
Dividendos pagados	-	(590.095)
Intereses pagados	(18.322.350)	(17.294.624)
Otras entradas (salidas) de efectivo	(306.787)	(3.203.102)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación de negocios no bancarios	(105.526.301)	(17.742.758)
Negocios Bancarios (Presentación)		
(Rescate) Emisión de letras de crédito	(3.278.941)	1.061.313
Pago de bonos y otros préstamos obtenidos a largo plazo	(5.698.905)	(18.357.124)
Otros	1.839.192	1.956.427
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación negocios bancarios	(7.138.654)	(15.339.384)
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	(112.664.955)	(33.082.142)
Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	(136.053.110)	(33.123.040)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo		
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(2.015.302)	10.805.161
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	(138.068.412)	(22.317.879)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	610.126.163	647.689.942
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	472.057.751	625.372.063



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Flujo de Caja – Operaciones en Chile (MM\$)

Marzo 2015	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Promotora CMR	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	86.022	42.447	8.417	(18.663)	(4.576)	59.956
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(14.255)	(14.178)	(2.717)	(10.148)	(1.768)	(30.450)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(89.099)	(31.490)	(10.663)	29.426	(60.142)	(20.349)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(17.331)	(3.220)	(4.962)	615	(66.487)	9.157
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(24)	55	(12)	0	0	13
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	42.831	20.646	11.559	13.157	245.872	15.776
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	25.476	17.481	6.585	13.772	179.385	24.946

Marzo 2014	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Promotora CMR	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	33.006	46.092	4.819	(38.152)	27.405	49.996
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(52.070)	(9.552)	(18.853)	2.830	(1.836)	(33.056)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	12.015	(36.636)	9.285	35.447	(35.431)	(28.833)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(7.049)	(95)	(4.748)	124	(9.862)	(11.893)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(201)	75	7	0	0	26
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	32.827	21.017	9.833	4.284	236.906	101.928
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	25.576	20.997	5.091	4.408	227.044	90.061

Flujo de Caja – Operaciones Internacionales (MM\$)

Marzo 2015	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	(1.557)	(36.042)	(5.818)	(1.165)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(18.467)	(3.094)	(1.412)	(3.214)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(9.248)	23.214	6.688	414
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(29.272)	(15.922)	(542)	(3.965)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(598)	(459)	42	(1.193)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	183.232	48.215	4.307	10.845
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	153.362	31.835	3.807	5.686

Marzo 2014	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	23.331	4.683	(11.187)	(6.388)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(45.407)	(47.944)	(7.213)	2.520
Flujo de efectivo de actividades de financiación	22.171	30.549	24.103	188
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	94	(12.712)	5.704	(3.680)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	9.178	964	(1.368)	2.010
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	165.121	37.414	5.837	22.863
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	174.393	25.665	10.172	21.193



RESULTADOS 1° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA



S.A.C.I. Falabella

Dirección:

Manuel Rodríguez Norte 730
Santiago, Chile

Contactos:

Isabel Darrigrandi /María Paz Fernández
Relación con Inversionistas
Teléfono: (56 2) 2380 2012
Email: inversionistas@falabella.cl

Website:

www.falabella.com/inversionistas

S.A.C.I. Falabella no se hace responsable por daños, perjuicios o pérdidas que pudiesen resultar de la interpretación de este reporte o de la evolución de los mercados, en particular de la Bolsa de Valores.

f.....