

SACI FALABELLA



**RESULTADOS**  
2<sup>do</sup> TRIMESTRE 2015





## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### Índice

<b>I. Resumen Ejecutivo</b> .....	3
<b>II. Resultados Consolidados a Junio 2015</b> .....	4
<b>III. Principales Hechos del Periodo</b> .....	6
<b>IV. Resultados 2do Trimestre 2015</b> .....	8
<b>V. Indicadores de Retail</b> .....	12
<b>VI. Indicadores Financieros</b> .....	16
<b>VII. Otros Indicadores</b> .....	18
<b>VIII. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio</b> .....	19
<b>IX. Estructura Financiera</b> .....	21
<b>X. Estados Financieros S.A.C.I. Falabella</b> .....	23

#### Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado del 1 de julio de 2015: 639,04 \$/US\$.
- Simbología para trimestres: 1Q, 2Q, 3Q y 4Q, según corresponda.
- Otras simbologías para periodos del año: 1S para 1er. semestre y 6M para los primeros 6 meses del año.
- Simbología monedas: \$: pesos chilenos; US\$: dólares de Estados Unidos; M: miles; MM: millones.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### I. Resumen Ejecutivo

Los ingresos consolidados en el segundo trimestre de 2015 ascendieron a \$2.001.878 millones (MMUS\$ 3.133), lo que representa un crecimiento de 10,1% con respecto al mismo periodo del año pasado. Los mayores ingresos se explican, en parte, por la consolidación de Maestro, por un incremento en la superficie de venta (6,2%) y el crecimiento de ingresos de Sodimac, Tottus y el negocio inmobiliario en Chile.

La cartera consolidada de colocaciones al 30 de junio de 2015 ascendió a \$3.858.358 (MMUS\$ 6.038), un 15% mayor al mismo periodo de 2014, impulsado principalmente por Perú y CMR Chile, las cuales aumentaron 33,3% y 17,2%, respectivamente, con respecto al mismo periodo del 2014 (en moneda local). El ratio de provisiones sobre colocaciones disminuyó levemente año a año en todos los países.

La ganancia bruta en el trimestre ascendió a \$716.149 millones (MMUS\$ 1.121), un 12,8% más que el mismo periodo del 2014, mientras que el margen bruto creció 86 puntos base año a año. Esta expansión se explica principalmente por Banco Falabella en Chile y por las operaciones de retail de la Compañía. Al igual que en el primer trimestre de este año, en el caso de Banco Falabella en Chile, el menor costo de fondeo contribuyó a la expansión del margen bruto. Las operaciones de Falabella, Sodimac y Tottus, a su vez, presentaron mejoras de margen bruto en prácticamente todos los países donde operan, pese al menor dinamismo del consumo en la región y a la tardía llegada del otoño/invierno, que afectó la venta de vestuario y otros artículos de la temporada.

Los gastos de administración y ventas del segundo trimestre ascendieron a \$510.503 millones (MMUS\$ 799), siendo un 14% mayor en comparación al mismo trimestre del año 2014, mientras que como porcentaje de los ingresos, aumentó 87 puntos base. Los mayores gastos sobre ingresos son atribuibles, principalmente, a Falabella y Sodimac en Chile, y a los gastos de pre-apertura y puesta en marcha de las primeras tiendas Sodimac en Uruguay y Brasil. Las tiendas por departamento en Chile presentaron una menor dilución de gastos fijos este trimestre, dado el moderado crecimiento de las ventas mismas tiendas (SSS) y el cierre total o parcial de cinco tiendas, por remodelaciones y, en el norte del país, por reparaciones después de las inundaciones de marzo.

El EBITDA consolidado en el segundo trimestre ascendió a \$262.906 millones (MMUS\$ 411), creciendo un 11,2% año a año, mientras que el margen EBITDA fue 13,1%, 12 puntos base mayor al margen obtenido en el segundo trimestre de 2014. En Chile, destacó el crecimiento de EBITDA de Banco Falabella y Tottus este trimestre, con un aumento de 48,4% y 34,1%, respectivamente. Falabella Chile también logró un crecimiento de doble dígito de EBITDA (16,8%), principalmente por la expansión de su margen bruto.

La utilidad neta consolidada del trimestre alcanzó los \$115.422 millones (MMUS\$ 181), mostrando un incremento de 10% en comparación al mismo periodo del 2014. 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 segundo trimestre se abrieron seis nuevas tiendas en la región. Sodimac abrió cinco tiendas de mejoramiento del hogar, incluyendo la primera tienda del Grupo Falabella en Uruguay (en Montevideo) y la primera tienda con formato Homecenter en Brasil (en Sao Paulo). Además, Sodimac abrió dos tiendas en Chile (un Homecenter en Coronel y un Imperial en Puerto Montt) y una en Colombia (en Girardot). Tottus abrió un supermercado en Chile (en Santiago).

En cuanto a los hechos posteriores al trimestre, vale la pena mencionar que Fitch Ratings subió la clasificación de riesgo del emisor de S.A.C.I. Falabella a "BBB+" desde "BBB". Adicionalmente, Fitch subió la clasificación de todos los bonos internacionales de la Compañía. También en agosto, Fitch y Moody's subieron la clasificación de Maestro y de sus bonos.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### II. Resultados Consolidados a Junio 2015

#### Estado de Resultados Consolidados 2Q 2015 (MM\$)<sup>1</sup>

	2Q14	% Ing.	2Q15	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	1.681.182		1.850.868		10,1%
Ingresos de Negocios Bancarios	137.062		151.010		10,2%
<b>Total Ingresos</b>	<b>1.818.244</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.001.878</b>	<b>100,0%</b>	<b>10,1%</b>
Costo de Ventas no Bancarios	(1.121.347)	-66,7%	(1.219.293)	-65,9%	8,7%
Costo de Ventas Bancarios	(61.988)	-45,2%	(66.437)	-44,0%	7,2%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>634.909</b>	<b>34,9%</b>	<b>716.149</b>	<b>35,8%</b>	<b>12,8%</b>
GAV	(447.868)	-24,6%	(510.503)	-25,5%	14,0%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>187.041</b>	<b>10,3%</b>	<b>205.645</b>	<b>10,3%</b>	<b>9,9%</b>
Depreciación + Amortización	49.488	2,7%	57.260	2,9%	15,7%
<b>EBITDA</b>	<b>236.529</b>	<b>13,0%</b>	<b>262.906</b>	<b>13,1%</b>	<b>11,2%</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	(971)		725		NA
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(46.094)		(50.319)		9,2%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	4.444		5.141		15,7%
Diferencias de Cambio	(2.914)		(532)		-81,7%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(45.535)</b>	<b>-2,5%</b>	<b>(44.985)</b>	<b>-2,2%</b>	<b>-1,2%</b>
<b>Resultado Antes de Impuestos</b>	<b>141.506</b>	<b>7,8%</b>	<b>160.660</b>	<b>8,0%</b>	<b>13,5%</b>
Impuesto a la Renta	(27.238)		(34.816)		27,8%
Interés Minoritario	(9.302)		(10.422)		12,0%
<b>Ganancia / (Pérdida) Neta</b>	<b>104.966</b>	<b>5,8%</b>	<b>115.422</b>	<b>5,8%</b>	<b>10,0%</b>

#### Estado de Resultados Consolidados 1S 2015 (MM\$)

	1S14	% Ing.	1S15	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	3.275.047		3.660.622		11,8%
Ingresos de Negocios Bancarios	266.892		290.623		8,9%
<b>Total Ingresos</b>	<b>3.541.940</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.951.245</b>	<b>100,0%</b>	<b>11,6%</b>
Costo de Ventas no Bancarios	(2.191.632)	-66,9%	(2.442.345)	-66,7%	11,4%
Costo de Ventas Bancarios	(123.860)	-46,4%	(120.681)	-41,5%	-2,6%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>1.226.448</b>	<b>34,6%</b>	<b>1.388.219</b>	<b>35,1%</b>	<b>13,2%</b>
GAV	(873.144)	-24,7%	(998.261)	-25,3%	14,3%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>353.304</b>	<b>10,0%</b>	<b>389.958</b>	<b>9,9%</b>	<b>10,4%</b>
Depreciación + Amortización	96.882	2,7%	115.795	2,9%	19,5%
<b>EBITDA</b>	<b>450.187</b>	<b>12,7%</b>	<b>505.753</b>	<b>12,8%</b>	<b>12,3%</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	570		(3.641)		NA
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(80.095)		(78.415)		-2,1%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	11.250		11.936		6,1%
Diferencias de Cambio	(15.519)		(10.150)		-34,6%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(83.795)</b>	<b>-2,4%</b>	<b>(80.269)</b>	<b>-2,0%</b>	<b>-4,2%</b>
<b>Resultado Antes de Impuestos</b>	<b>269.510</b>	<b>7,6%</b>	<b>309.689</b>	<b>7,8%</b>	<b>14,9%</b>
Impuesto a la Renta	(52.450)		(69.186)		31,9%
Interés Minoritario	(18.630)		(19.272)		3,4%
<b>Ganancia / (Pérdida) Neta</b>	<b>198.429</b>	<b>5,6%</b>	<b>221.231</b>	<b>5,6%</b>	<b>11,5%</b>

<sup>1</sup> Negocio Bancario no incluye CMR Chile ni CMR Argentina.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### Balance Consolidado Resumido al 30 de Junio 2015 (MM\$)

	31-12-2014	30-06-2015	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	2.868.537	2.879.262	0,4%
Activos No Corrientes No Bancarios	5.479.649	5.599.109	2,2%
<b>Activos Total No Bancarios</b>	<b>8.348.186</b>	<b>8.478.371</b>	<b>1,6%</b>
<b>Activos Total Negocios Bancarios</b>	<b>2.997.270</b>	<b>3.240.756</b>	<b>8,1%</b>
<b>Activos Total</b>	<b>11.345.457</b>	<b>11.719.127</b>	<b>3,3%</b>
Pasivos Corrientes No Bancarios	1.988.584	1.785.519	-10,2%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	2.754.021	2.885.439	4,8%
<b>Pasivos Total No Bancarios</b>	<b>4.742.605</b>	<b>4.670.959</b>	<b>-1,5%</b>
<b>Pasivos Total Negocios Bancarios</b>	<b>2.464.586</b>	<b>2.735.654</b>	<b>11,0%</b>
<b>Pasivos Total</b>	<b>7.207.191</b>	<b>7.406.612</b>	<b>2,8%</b>
<b>Patrimonio Total</b>	<b>4.138.265</b>	<b>4.312.514</b>	<b>4,2%</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio Total</b>	<b>11.345.457</b>	<b>11.719.127</b>	<b>3,3%</b>

### Flujo de Caja Resumido al 30 de Junio 2015 (MM\$)

	30-06-2014	30-06-2015	Var %
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	176.801	186.310	5,4%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	57.998	124.637	114,9%
<b>Flujo de efectivo de actividades de operación - Total</b>	<b>234.798</b>	<b>310.947</b>	<b>32,4%</b>
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(288.957)	(201.599)	-30,2%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	(132.064)	(85.210)	-35,5%
<b>Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total</b>	<b>(421.022)</b>	<b>(286.810)</b>	<b>-31,9%</b>
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	(10.033)	(54.561)	443,8%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	(41.011)	(16.738)	-59,2%
<b>Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total</b>	<b>(51.044)</b>	<b>(71.299)</b>	<b>39,7%</b>
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(237.267)</b>	<b>(47.162)</b>	<b>-80,1%</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	13.780	550	-96,0%
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo</b>	<b>647.690</b>	<b>610.126</b>	<b>-5,8%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo</b>	<b>424.202</b>	<b>563.514</b>	<b>32,8%</b>



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### III. Principales Hechos del Periodo

- En el segundo trimestre se abrieron seis tiendas en la región:
  - Sodimac abrió cinco nuevas tiendas:
    - En Chile, en la ciudad de Puerto Montt con formato Imperial y en la región del Bío-Bío en la comuna de Coronel con formato Homecenter, con una superficie de venta de 6.200 m<sup>2</sup> y 9.300 m<sup>2</sup>, respectivamente.
    - En Uruguay, en Montevideo, la primera tienda Homecenter del país, con una superficie de venta de 9.400 m<sup>2</sup>.
    - En Colombia, en la ciudad de Girardot una tienda Homecenter con una superficie de venta de 6.800 m<sup>2</sup>.
    - En Brasil, en Tamboré en la ciudad de Sao Paulo, la primera tienda Homecenter del país, con una superficie de venta de 11.500 m<sup>2</sup>.
  - Tottus abrió una nueva tienda en Chile en la ciudad de Santiago en la comuna de Independencia con una superficie de venta de 4.000 m<sup>2</sup>.
- Durante el segundo trimestre el Centro Comercial Open Plaza Huánuco en Perú, que ya contaba con dos tiendas anclas abiertas (Falabella y Tottus), incorporó una variada oferta de locales nuevos, incluyendo patio de comida, zona de entretención, locales de moda y tecnología, entre otros. En los próximos meses seguirá sumando nuevos locales menores hasta alcanzar un GLA de alrededor de 13.000 m<sup>2</sup>.
- Durante el segundo trimestre Würden, la marca propia de electrodomésticos que se comercializa Falabella y Sodimac, comienza a ser ofrecida también en los supermercados Tottus en Chile.
- A fines de junio Falabella abrió una boutique de la marca de artículos de lujo Longchamp en Parque Arauco. Longchamp también se agrega al portafolio de marcas exclusivas de Falabella.
- 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.

#### Hechos posteriores

- El 30 de julio, el Grupo Falabella y Marriott International abrieron el primer Hotel Courtyard by Marriott en Santiago, Chile. El nuevo hotel de cuatro estrellas aprovecha la privilegiada ubicación de un power center de Falabella, en Avenida Kennedy, al lado del ya existente Santiago Marriott de cinco estrellas. El Hotel Courtyard by Marriott, que será operado por Marriott, cuenta con 205 habitaciones y está enfocado mayormente al viajero de negocios.
- El 31 de julio la Junta Universal de Accionistas de la filial Maestro Perú S.A. acordó aprobar un aumento de capital hasta la suma de MUS\$ 77 que será destinado al prepago parcial de bonos que mantiene dicha filial. Dicho rescate parcial de bonos se realizará durante el mes de septiembre de 2015.
- El 5 de agosto Moody's Investors Service subió la clasificación de riesgo del emisor ("corporate family rating") y la clasificación de sus USD 200 millones en notas senior no garantizadas de Maestro Perú S.A. a Ba2. El 11 de agosto, Fitch Ratings subió la clasificación de riesgo del emisor ("Local and Foreign Currency



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Issuer Default Rating") y la clasificación de las notas senior no garantizadas de Maestro Perú S.A. (Maestro) a "BBB" desde "B".

- El 11 de agosto, Fitch Ratings subió la clasificación de riesgo del emisor ("Issuer Default Rating") de S.A.C.I. Falabella a "BBB+" desde "BBB". Adicionalmente, Fitch subió la clasificación de todos los bonos internacionales de la Compañía. Fitch también ratificó la clasificación en escala nacional de S.A.C.I. Falabella de "AA(cl)" y "N1+" y subió la clasificación patrimonial nacional ("national scale equity rating") a Primera Clase Nivel 1 ("First Class Level 1").
- El 18 de agosto, Falabella celebró un importante hito histórico al abrir su tienda por departamento #100. Ubicada en el Centro Cívico de Lima, esta tienda cuenta con aproximadamente 6.900 m<sup>2</sup>. Con esta nueva apertura, Falabella tiene 26 tiendas en Perú.
- El 19 de agosto, Falabella inauguró una nueva tienda por departamento en Chile, en la ciudad de Castro, en la isla Chiloé, en la región de Los Lagos. Esta tienda reemplazará la Expo Falabella que se ubica en la misma ciudad.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### IV. Resultados 2do Trimestre 2015

#### 1. Resultado Operacional

##### Ingresos

En el segundo trimestre de 2015, los ingresos consolidados ascendieron a \$2.001.878 millones (MMUS\$ 3.133), lo que representa un crecimiento de 10,1%, 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. Una mayor superficie de venta también contribuyó al crecimiento de los ingresos de la Compañía, dado que se agregaron aproximadamente 145.300 m<sup>2</sup> en los últimos 12 meses, con la apertura de 24 nuevas tiendas (sin incluir Maestro). Los SSS de tiendas por departamento y supermercados enfrentaron una difícil base de comparación este trimestre, dado el impacto que la Copa Mundial tuvo el año pasado en la venta de Electro y en la generación de tráfico a tiendas (el crecimiento de SSS es nominal y en moneda local).

En Chile, los ingresos fueron impulsados, en gran parte, por Sodimac y Tottus, cuyas ventas crecieron 9,3% y 9,5%, respectivamente. En el caso de Sodimac, el crecimiento se explica por un SSS que aumentó 8,7% y por la apertura de dos tiendas en los últimos 12 meses. Tottus, a su vez, abrió cuatro nuevas tiendas en el mismo periodo y presentó un SSS de 4,1%. Tiendas por departamento presentó ingresos que aumentaron 0,7% en el periodo, explicado por un SSS de 2,8% y el cierre temporal de áreas de venta por remodelaciones y, en el norte, por reparaciones después del aluvión. El SSS de tiendas por departamento fue presionado, en parte, por el clima inusualmente cálido y seco, que afectó la venta de vestuario, calzado y otros artículos de otoño/invierno.

Los ingresos de Plaza aumentaron 7,5%, principalmente por la mayor superficie arrendable 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. El crecimiento de ingresos de Plaza se desaceleró con respecto al 1Q15 principalmente por Mall Plaza Copiapó, que estuvo parcialmente cerrado durante casi la mitad del trimestre, luego de los temporales de marzo en el norte de Chile.

CMR destacó este trimestre con un crecimiento de ingresos de 7,6%, explicado por un aumento de 17,2% en colocaciones en el periodo, que fue parcialmente contrarrestado por la menor tasa de interés en el periodo. Banco Falabella Chile, a su vez, reportó ingresos que crecieron 2,4%, impulsado por la cartera que aumentó 6,5%, pero parcialmente contrarrestado por una disminución en ingresos por reajuste, dado que la Unidad de Fomento (U.F.) presentó una menor variación en el 2T15 que en el mismo periodo del año pasado.

En Perú, los ingresos subieron 20,9%, principalmente por la consolidación de Maestro, que impulsó el crecimiento de 82,9% en los ingresos de Sodimac. También contribuyó Banco Falabella Perú, que reportó un 33,3% de crecimiento de su cartera (en moneda local). Tottus reportó un crecimiento de 6,5% en ingresos (7,7% en moneda local), principalmente por una mayor superficie de venta por la apertura de seis nuevas tiendas en los últimos 12 meses. En Perú, la moderación en el consumo afectó a los SSS de los tres formatos de retail de la Compañía. Además, al igual que en Chile, el trimestre fue marcado por la tardía llegada del invierno, que impactó la venta de vestuario y otros artículos de la temporada. Estos dos factores afectaron, especialmente, al formato de tiendas por departamento, que reportó una variación en SSS de -2,7% y una disminución en los ingresos de 1,3% (-0,2% en moneda local). Sodimac también presentó una variación negativa de SSS (-1,9%), explicada, principalmente, por una menor demanda por materiales de construcción por la menor actividad de ese sector.

En el caso de Colombia, los ingresos disminuyeron 4,1%, explicado mayormente por la pronunciada depreciación del COP frente al CLP. Los ingresos de tiendas por departamento cayeron 8,4% (7% de crecimiento en moneda local), con una variación negativa de SSS (-1,1%), explicado, en parte, por la alta base de comparación (13,6% en 2Q14, impulsado por la Copa Mundial). Este SSS negativo fue compensado, parcialmente, por el aumento en la superficie de ventas por la apertura de tres nuevas tiendas Falabella en los últimos 12 meses. Los ingresos de Banco Falabella Colombia crecieron a un ritmo más moderado este trimestre, pese al aumento de 21,0% en las colocaciones (en moneda local), principalmente por la ya mencionada depreciación de la moneda local y, en menor grado, por la variación de la tasa máxima, que ha bajado en el último año.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Argentina reportó un aumento en ingresos de 22% este trimestre, impulsado principalmente por las operaciones de Sodimac, que reportaron un alza de 37,9% en SSS (en moneda local) 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. Tiendas por departamento, en cambio, presentó un moderado crecimiento de ingresos, en términos nominales, presionado por la tardía llegada del invierno.

Los ingresos de Brasil se vieron nuevamente afectados por la depreciación del tipo de cambio y la moderación del consumo en el país.

### Utilidad Bruta

La ganancia bruta alcanzó \$716.149 millones (MMUS\$ 1.121), un crecimiento de 12,8% con respecto al mismo periodo del año pasado, con un margen bruto de 35,8%, siendo 86 puntos base mayor año a año.

En Chile destaca la expansión de margen bruto en Banco Falabella, que aumentó en 9,9 puntos porcentuales, principalmente por un menor costo de fondeo, explicado por una menor tasa de referencia del Banco Central y por una mayor captación de depósitos. En tiendas por departamento, el margen bruto aumentó en 245 puntos base, debido a una planificación de compras más conservadora, menores liquidaciones de fin de temporada y un mayor mix de productos de Vestuario y Deco. Tottus y Sodimac también reportaron expansiones de margen bruto, aunque en menor medida. Plaza presentó un deterioro de 215 puntos base en margen bruto, dado los mayores costos de operación y depreciación de los nuevos centros comerciales, acentuado por el cierre temporal de Mall Plaza Copiapó. CMR también presentó una disminución en su margen bruto (68 puntos base) explicado, en parte, por el aumento en la provisión de colocaciones, en línea con el crecimiento del stock de colocaciones.

En Perú el margen bruto aumentó 74 puntos base, principalmente por mejoras de margen en los tres formatos de retail, explicado por una planificación de compras más conservadora y mejores condiciones comerciales.

En Colombia el margen bruto se expandió 112 puntos base, explicado principalmente por tiendas por departamento, donde hubo un mayor control de inventario y un mix de ventas con mayor participación de Vestuario y Deco.

En Argentina el margen bruto aumentó 214 puntos base, impulsado por CMR, principalmente por un menor gasto en provisiones, y por menores liquidaciones en tiendas por departamento. Brasil también reportó una expansión de margen bruto (272 puntos base), explicado por el mix de productos y un menor nivel de merma.

### Gastos de Administración y Ventas

Los gastos de administración y ventas ascendieron a \$510.503 millones (MMUS\$ 799) en el segundo trimestre, siendo un 14% mayor que el mismo trimestre del año 2014, mientras que, como porcentaje de los ingresos, aumentó 87 puntos base. Este incremento de GAV/ingresos es atribuible, en gran parte, a las operaciones de Falabella y Sodimac en Chile y, en menor grado, a mejoramiento del hogar en Brasil.

En Chile Falabella presentó un incremento en GAV/ventas de 186 puntos base, en parte explicado por el acotado crecimiento de ingresos y el gasto en remuneraciones de tiendas parcialmente cerradas. También influyó el mayor gasto en tecnología en las tiendas y el centro de distribución. Sodimac reportó un aumento en GAV/ingresos este trimestre (91 puntos base), en parte por un mayor gasto laboral y en tecnología. CMR y Banco Falabella Chile, a su vez, también presentaron mayores gastos en sistemas (iniciativas de productividad y omnicanal).

Estos mayores gastos fueron parcialmente compensados por Tottus Chile que reportó una mejora de 46 puntos base en GAV/ingresos, principalmente por una mayor dilución de gasto fijo producto de la apertura y maduración de tiendas nuevas, además de mejoras en métricas de productividad laboral. Plaza también presentó una reducción de gasto como porcentaje de los ingresos, principalmente por dilución de gastos de oficina central.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

En Brasil, el aumento en los gastos de administración y ventas se debe, principalmente, a los gastos de puesta en marcha y de pre-apertura de las primeras tiendas Sodimac en el país.

En Colombia y Argentina, el aumento del GAV/ingresos se debe, principalmente, a las operaciones de tiendas por departamento, que presentaron una menor dilución de gastos fijos por la moderación de crecimiento de ingresos. En el caso de Perú, el segmento de mejoramiento del hogar, también presentó un menor apalancamiento operacional.

### 2. Resultado No Operacional y Utilidad Neta

El resultado no operacional presentó una pérdida de \$44.985 millones (MMUS\$ 70), siendo un 1,2% menor a la pérdida obtenida en el segundo trimestre de 2014. Esto se explica, en parte, por la cuenta Otras Ganancias (Pérdidas) que registró una ganancia de \$725 millones (MMUS\$ 1), comparado con una pérdida por \$971 millones (MMUS\$ 2) el mismo periodo del año pasado. La variación positiva en esta cuenta se debe, en parte, al reconocimiento de las indemnizaciones de los seguros por siniestros correspondientes a dos tiendas Sodimac que sufrieron incendios el año pasado.

Por otra parte, se registró un costo financiero neto de \$50.319 millones (MMUS\$ 79), que representa un incremento con respecto al mismo periodo del año pasado, principalmente por el aumento en deuda financiera por la adquisición de Maestro en septiembre del año pasado. El mayor costo financiero se vio compensado, en parte, por un menor reajuste de la deuda denominada en U.F., dado que la variación de la U.F. fue de 1,4% este trimestre, comparado con 1,7% en el mismo periodo del año pasado.

La ganancia en empresas asociadas aumentó 15,7% este trimestre, principalmente por los positivos resultados de Aventura Plaza, que mejoró sus ingresos por metro cuadrado y aumentó su superficie arrendable en 6,2% con respecto al mismo periodo del año pasado.

Por su parte, la tasa efectiva de impuestos a la renta aumentó a 21,7%, comparado con 19,2% 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 \$115.422 millones (MMUS\$ 181), 10% mayor al mismo periodo del año anterior. 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 aumentó en \$10.725 millones (MMUS\$ 17) en comparación al cierre de 2014, generado principalmente por un mayor nivel de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, compensado parcialmente por un menor nivel de efectivo y equivalentes al efectivo. Por su parte, el activo no corriente no bancario se vio incrementado en \$119.460 millones (MMUS\$ 187), principalmente por aumentos en propiedad de inversión, propiedades, planta y equipo y otros activos financieros no corrientes. 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 \$243.485 millones (MMUS\$ 381) en comparación a diciembre 2014, principalmente debido al aumento de créditos y cuentas por cobrar a clientes y por operaciones con liquidación en curso e instrumentos de inversión disponibles para la venta, por una mayor actividad en el negocio. Como resultado, el activo total aumentó en \$373.670 millones (MMUS\$ 585).

El pasivo corriente no bancario disminuyó en \$203.065 millones (MMUS\$ 318) en comparación con diciembre 2014, explicado principalmente por una disminución en cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar. Esto se explica principalmente por pago de pasivos a corto plazo. A su vez, el pasivo no corriente no bancario se incrementó en \$131.419 millones (MMUS\$ 206) por el crecimiento en otros pasivos financieros no corrientes, que aumentó principalmente por el traspaso de deuda financiera del corto plazo al largo plazo. Por su parte, el pasivo total de negocios bancarios creció en \$271.068 millones (MMUS\$ 424) por mayores depósitos



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

y otras captaciones a plazo y por mayores operaciones con liquidación en curso. Como resultado, el pasivo total aumentó en \$199.421 millones (MMUS\$ 312).

### 4. Flujo de Caja Consolidado

El flujo de efectivo procedente de actividades de operación del negocio no bancario creció en \$9.509 millones (MMUS\$ 15) a junio 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, aumentó en \$66.640 millones (MMUS\$ 104), explicado principalmente por el aumento de depósitos y otras captaciones a plazo. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de operación consolidado aumentó en \$76.148 millones (MMUS\$ 119) en el periodo.

El flujo de efectivo procedente de actividades de inversión del negocio no bancario fue \$87.358 millones (MMUS\$ 137) menos negativo en comparación al mismo periodo del año anterior, principalmente explicado por menores compras de propiedad, planta y equipo y menores compras de otros activos de largo plazo. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de inversión de negocios bancarios fue \$46.854 millones (MMUS\$ 73) menos negativo respecto al mismo periodo del año anterior, debido principalmente a un flujo menos negativo en la variación de instrumentos de inversión disponibles para la venta. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de inversión consolidado a junio 2015 resultó en \$134.212 millones (MMUS\$ 210) menos negativo que el mismo periodo del año 2014.

El flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio no bancario a junio 2015 fue \$44.528 millones (MMUS\$ 70) más negativo que el año anterior, explicado principalmente por mayores préstamos pagados y pago de dividendos. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio bancario fue \$24.272 millones (MMUS\$ 38) menos negativo a lo obtenido el mismo periodo del año anterior debido al menor pago de deuda. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de financiación consolidado resultó en \$20.255 millones (MMUS\$ 32) más negativo al mismo flujo del periodo anterior.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### V. Indicadores de Retail

#### 1. Ingresos de Negocios Retail

##### Ingresos Retail 2Q 2015 (MMUS\$) <sup>2,3,4</sup>

	2Q14	2Q15	Var %	Var Moneda Local %
<b>Chile</b>				
Tiendas por Departamento	507,4	511,0	0,7%	0,7%
Mejoramiento del Hogar	704,0	769,7	9,3%	9,3%
Supermercados	230,0	251,9	9,5%	9,5%
<b>Perú</b>				
Tiendas por Departamento	217,0	214,1	-1,3%	-0,2%
Mejoramiento del Hogar	123,7	226,3	82,9%	84,6%
Supermercados	218,5	232,7	6,5%	7,7%
<b>Colombia</b>				
Tiendas por Departamento	140,6	128,7	-8,4%	7,0%
Mejoramiento del Hogar	291,8	284,6	-2,5%	13,9%
<b>Argentina</b>				
Tiendas por Departamento	127,8	139,7	9,3%	9,0%
Mejoramiento del Hogar	42,0	66,3	57,8%	57,4%
<b>Brasil</b>				
Mejoramiento del Hogar	76,2	64,1	-15,9%	3,9%

##### Ingresos Retail 1S 2015 (MMUS\$)

	1S14	1S15	Var %	Var Moneda Local <sup>2</sup> %
<b>Chile</b>				
Tiendas por Departamento	966,2	969,4	0,3%	0,3%
Mejoramiento del Hogar	1.444,9	1.563,1	8,2%	8,2%
Supermercados	446,9	495,9	11,0%	11,0%
<b>Perú</b>				
Tiendas por Departamento	391,3	402,5	2,9%	1,7%
Mejoramiento del Hogar	257,8	489,2	89,8%	86,6%
Supermercados	427,1	472,7	10,7%	9,2%
<b>Colombia</b>				
Tiendas por Departamento	245,3	235,5	-4,0%	8,7%
Mejoramiento del Hogar	588,4	585,9	-0,4%	12,2%
<b>Argentina</b>				
Tiendas por Departamento	235,1	258,6	10,0%	10,5%
Mejoramiento del Hogar	88,0	139,4	58,3%	59,3%
<b>Brasil</b>				
Mejoramiento del Hogar	148,7	132,9	-10,6%	2,5%

<sup>2</sup> No incluye ingresos de negocios de crédito.

<sup>3</sup> Pesos chilenos nominales, convertidos a US\$ al tipo de cambio observado del 1 de julio de 2015.

<sup>4</sup> Variación de ventas en moneda local aísla los efectos de tipo de cambio en la traducción de los estados financieros para Chile.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### Crecimiento de Ventas Nominal por Local Equivalente – Same Store Sales (SSS) <sup>5,6,7,8</sup>

	1Q14	2Q14	3Q14	4Q14	2014	1Q15	2Q15	1S14	1S15
<b>Chile</b>									
Tiendas por Departamento	5,5%	5,6%	-4,5%	-0,3%	1,5%	4,0%	2,8%	5,6%	3,4%
Mejoramiento del Hogar	7,2%	3,7%	4,6%	5,1%	5,3%	7,9%	8,7%	5,6%	8,3%
Supermercados	6,5%	9,3%	5,6%	2,0%	5,5%	6,2%	4,1%	7,9%	5,2%
<b>Perú</b>									
Tiendas por Departamento	3,7%	-3,4%	0,6%	-1,3%	-0,7%	-1,3%	-2,7%	-1,0%	-2,0%
Mejoramiento del Hogar	-2,5%	-5,0%	-4,4%	-2,1%	-3,4%	0,3%	-1,9%	-3,5%	-0,8%
Supermercados	5,3%	6,4%	4,9%	4,5%	5,1%	3,2%	2,1%	5,6%	2,6%
<b>Colombia</b>									
Tiendas por Departamento	2,2%	13,6%	8,7%	6,9%	7,8%	0,0%	-1,1%	8,3%	-0,6%
Mejoramiento del Hogar	5,9%	4,1%	5,8%	6,8%	6,0%	9,5%	11,8%	5,6%	10,6%
<b>Argentina</b>									
Tiendas por Departamento	35,6%	31,3%	20,5%	17,4%	24,7%	9,5%	11,3%	33,0%	10,5%
Mejoramiento del Hogar	28,8%	21,4%	27,1%	26,8%	26,1%	41,0%	37,9%	25,0%	39,5%
<b>Brasil</b>									
Mejoramiento del Hogar	2,2%	-0,9%	-4,4%	-8,1%	-3,1%	-0,3%	2,2%	0,6%	0,9%

<sup>5</sup> Todos los crecimientos son en términos nominales y han sido calculados en moneda local de cada país.

<sup>6</sup> Los crecimientos de venta nominal por local incorporan las ventas del canal online (en los casos que exista dicha operación).

<sup>7</sup> Los SSS de Mejoramiento del Hogar Perú no incluyen la operación de Maestro, ya que se adquirió en septiembre 2014.

<sup>8</sup> El cálculo de SSS no considera las tiendas que tienen cambios significativos, con el período comparable, en su superficie de venta, ya sea por remodelaciones, ampliaciones, reducciones o cierres.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### 2. Número de Locales y Superficies de Ventas de Formatos Retail<sup>9,10,11</sup>

	Junio 2014		Junio 2015	
	Superficie (m <sup>2</sup> )	Locales (#)	Superficie (m <sup>2</sup> )	Locales (#)
<b>Chile</b>				
Tiendas por Departamento	291.288	44	304.077	45
Mejoramiento del Hogar	683.615	83	703.230	85
Supermercados	174.632	49	187.209	53
<b>Perú</b>				
Tiendas por Departamento	152.932	24	155.226	25
Mejoramiento del Hogar	188.337	25	372.401	57
Supermercados	165.232	43	181.781	49
<b>Colombia</b>				
Tiendas por Departamento	95.405	15	114.025	18
Mejoramiento del Hogar	322.609	33	337.950	35
<b>Argentina</b>				
Tiendas por Departamento	57.762	11	57.762	11
Mejoramiento del Hogar	74.600	7	83.736	8
<b>Brasil</b>				
Mejoramiento del Hogar	121.706	57	132.420	58
<b>Uruguay</b>				
Mejoramiento del Hogar	--	--	12.271	1
<b>Total Locales</b>	<b>2.328.118</b>	<b>391</b>	<b>2.642.088</b>	<b>445</b>

### 3. Número de Centros Comerciales y Superficie Arrendable de Operadores Inmobiliarios<sup>12</sup>

	Junio 2014		Junio 2015	
	Superficie Arrendable (m <sup>2</sup> )	Centros Comerciales (#)	Superficie Arrendable (m <sup>2</sup> )	Centros Comerciales (#)
<b>Chile</b>				
Mall Plaza	1.136.000	14	1.190.000	15
Open Plaza	235.000	10	232.000	10
<b>Perú</b>				
Aventura Plaza	258.000	4	274.000	4
Open Plaza	232.000	8	247.000	9
<b>Colombia</b>				
Mall Plaza	26.000	1	26.000	1
<b>Total Inmobiliario</b>	<b>1.887.000</b>	<b>37</b>	<b>1.969.000</b>	<b>39</b>

Adicionalmente, el Grupo es dueño de aproximadamente 991.000 m<sup>2</sup> adicionales de superficie arrendable en ubicaciones *free standing* de Falabella, Sodimac, Tottus y Maestro en la región.

<sup>9</sup> Durante 2014 hubo recuento de superficies que puede implicar diferencias con la información entregada en junio 2014.

<sup>10</sup> 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/m<sup>2</sup>.

<sup>11</sup> En el conteo de junio 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 Dicico en Brasil en la segunda mitad del 2014.

<sup>12</sup> 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.



#### 4. Venta por Metro Cuadrado de Formatos Retail

##### Ventas por metro cuadrado 2Q 2015 (US\$ / m<sup>2</sup>)<sup>13,14</sup>

	2Q14	2Q15	Var %
<b>Chile</b>			
Tiendas por Departamento	1.725	1.660	-3,7%
Mejoramiento del Hogar	1.032	1.109	7,5%
Supermercados	1.315	1.361	3,5%
<b>Perú</b>			
Tiendas por Departamento	1.455	1.379	-5,2%
Mejoramiento del Hogar	657	608	-7,5%
Supermercados	1.325	1.280	-3,4%
<b>Colombia</b>			
Tiendas por Departamento	1.474	1.129	-23,4%
Mejoramiento del Hogar	905	850	-6,0%
<b>Argentina</b>			
Tiendas por Departamento	2.213	2.419	9,3%
Mejoramiento del Hogar	563	792	40,6%
<b>Brasil</b>			
Mejoramiento del Hogar	626	506	-19,2%
<b>TOTAL</b>	<b>1.162</b>	<b>1.104</b>	<b>-4,9%</b>

##### Ventas por metro cuadrado 1S 2015 (US\$ / m<sup>2</sup>)

	1S14	1S15	Var %
<b>Chile</b>			
Tiendas por Departamento	3.336	3.183	-4,6%
Mejoramiento del Hogar	2.130	2.245	5,4%
Supermercados	2.575	2.680	4,1%
<b>Perú</b>			
Tiendas por Departamento	2.624	2.593	-1,2%
Mejoramiento del Hogar	1.401	1.329	-5,1%
Supermercados	2.624	2.595	-1,1%
<b>Colombia</b>			
Tiendas por Departamento	2.571	2.065	-19,7%
Mejoramiento del Hogar	1.831	1.750	-4,4%
<b>Argentina</b>			
Tiendas por Departamento	4.070	4.478	10,0%
Mejoramiento del Hogar	1.179	1.659	40,7%
<b>Brasil</b>			
Mejoramiento del Hogar	1.240	1.034	-16,7%
<b>TOTAL</b>	<b>2.228</b>	<b>2.166</b>	<b>-2,8%</b>

<sup>13</sup> 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.

<sup>14</sup> 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/m<sup>2</sup>.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### VI. Indicadores Financieros

#### 1. Indicadores de Crédito<sup>15,16,17,18,19</sup>

		1Q14	2Q14	3Q14	4Q14	1Q15	2Q15
<b>CMR Chile (Tarjeta)</b>							
Stock Colocaciones Brutas	MM CLP	1.068.905	1.089.630	1.111.685	1.224.623	1.255.878	1.277.464
Stock Provisiones	MM CLP	(39.911)	(44.582)	(44.333)	(42.861)	(46.978)	(51.619)
Castigo Neto (de recuperó)	MM CLP	10.536	18.369	30.695	41.735	12.412	23.271
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	2.113.062	2.140.968	2.160.685	2.247.183	2.294.285	2.311.288
Duración	Meses	3,7	4,0	4,2	4,3	3,9	4,1
Deuda Promedio	CLP	505.856	508.943	514.506	544.959	547.394	552.707
<b>Banco Falabella Chile</b>							
Stock Colocaciones Brutas	MM CLP	1.240.235	1.264.198	1.278.712	1.311.374	1.329.908	1.346.129
Stock Provisiones	MM CLP	(60.483)	(64.174)	(63.639)	(63.318)	(65.118)	(64.868)
Castigo Neto (de recuperó)	MM CLP	8.600	18.570	27.121	35.902	9.919	19.914
<b>Banco Falabella Perú</b>							
Stock Colocaciones Brutas	MM SOL	2.479	2.619	2.712	3.076	3.188	3.491
Stock Provisiones	MM SOL	(187)	(193)	(201)	(213)	(225)	(244)
Castigo Neto (de recuperó)	MM SOL	26	52	75	98	26	67
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	922.545	948.773	965.078	1.017.653	1.022.313	1.033.171
Duración	Meses	10	10	10	10	11	11
Deuda Promedio Consumo	SOL	2.687	2.761	2.810	3.023	3.119	3.379
<b>Banco Falabella Colombia</b>							
Stock Colocaciones Brutas	MM COP	1.153.403	1.245.697	1.302.908	1.471.806	1.442.319	1.507.428
Stock Provisiones	MM COP	(76.451)	(78.869)	(79.971)	(84.922)	(84.926)	(92.426)
Castigo Neto (de recuperó)	MM COP	12.788	24.812	36.689	49.030	13.764	27.235
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	722.110	739.464	749.720	803.984	792.865	817.481
Duración	Meses	7,6	7,8	7,9	7,7	8,2	8,1
Deuda Promedio Consumo	COP	1.597.268	1.684.595	1.737.859	1.830.641	1.819.124	1.843.991
<b>CMR Argentina (Tarjeta)</b>							
Stock Colocaciones Brutas	MM ARS	1.797	1.819	1.714	1.938	2.021	2.219
Stock Provisiones	MM ARS	(43)	(53)	(47)	(48)	(49)	(52)
Castigo Neto (de recuperó)	MM ARS	9	21	37	54	15	23
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	539.337	525.034	512.447	504.244	528.600	519.261
Duración	Meses	3,1	2,8	2,6	2,7	2,7	2,9
Deuda Promedio	ARS	3.332	3.465	3.345	3.844	3.823	4.274

<sup>15</sup> 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.

<sup>16</sup> La duración se calcula en meses según la duración de Macaulay, suponiendo vencimiento revolving de 30 días.

<sup>17</sup> El stock de colocaciones brutas incluye todas las colocaciones, no solamente consumo.

<sup>18</sup> 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.

<sup>19</sup> 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 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

VII. Otros Indicadores

Días de Cobro,<sup>23</sup> de Pago y Rotación de Inventario<sup>24</sup>

Chile

	Tiendas por Dep.		Mejor. del Hogar		Supermercados		Promotora CMR		Plaza S.A.	
	2Q14	2Q15	2Q14	2Q15	2Q14	2Q15	2Q14	2Q15	2Q14	2Q15
Días promedio de cobro	6,8	7,2	25,6	25,3	2,8	4,0	120,0	123,8	30,0	31,0
Días promedio de pago	45,1	41,6	49,3	42,6	45,2	42,9	NA	NA	NA	NA
Días de inventario	79,4	78,1	70,3	69,5	38,9	38,7	NA	NA	NA	NA

Operaciones Internacionales<sup>25</sup>

	Perú		Argentina		Colombia		Brasil	
	2Q14	2Q15	2Q14	2Q15	2Q14	2Q15	2Q14	2Q15
Días promedio de cobro	2,8	4,0	15,4	16,0	8,9	5,5	69,3	65,1
Días promedio de pago	45,7	50,7	65,3	62,9	56,7	66,0	73,2	135,1
Días de inventario	82,6	87,2	121,0	105,1	86,8	93,9	113,0	160,4

<sup>23</sup> 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.

<sup>24</sup> 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.

<sup>25</sup> Los indicadores incluyen las operaciones de retail únicamente, excepto Perú, que incluye las dos empresas inmobiliarias de Maestro.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### VIII. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio

#### Resultados Operacionales 2Q 2015 (MMUS\$)<sup>26,27</sup>

##### Chile

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	2Q14	2Q15	Var %	2Q14	2Q15	Var %	2Q14	2Q15	Var %
Ingresos	507,4	511,0	0,7%	704,0	769,7	9,3%	230,0	251,9	9,5%
Margen Bruto	29,8%	32,3%	9,0%	28,4%	28,8%	10,8%	24,6%	25,3%	12,8%
GAV / Ingresos	-26,2%	-28,0%	7,9%	-22,5%	-23,4%	13,7%	-23,7%	-23,2%	7,3%
GAV s D&A / Ingresos	-24,5%	-26,1%	7,2%	-20,9%	-21,7%	13,7%	-20,8%	-20,7%	8,9%
Margen EBITDA	5,3%	6,2%	16,8%	7,7%	7,2%	2,8%	3,8%	4,6%	34,1%
Margen Operacional	3,7%	4,2%	16,8%	5,9%	5,4%	-0,2%	0,9%	2,1%	155,0%

	Promotora CMR			Banco Falabella Chile			Plaza S.A.		
	2Q14	2Q15	Var %	2Q14	2Q15	Var %	2Q14	2Q15	Var %
Ingresos	129,9	139,7	7,6%	109,3	111,9	2,4%	86,8	93,3	7,5%
Margen Bruto	50,9%	50,2%	6,1%	46,7%	56,5%	24,1%	80,6%	78,5%	4,6%
GAV / Ingresos	-9,5%	-10,9%	23,1%	-28,8%	-30,0%	6,7%	-11,3%	-10,8%	3,1%
GAV s D&A / Ingresos	-9,5%	-10,9%	23,1%	-26,6%	-27,5%	5,8%	-11,0%	-10,4%	2,0%
Margen EBITDA	41,4%	39,3%	2,2%	20,1%	29,1%	48,4%	80,9%	80,7%	7,2%
Margen Operacional	41,4%	39,3%	2,2%	17,8%	26,5%	52,3%	69,3%	67,6%	4,9%

##### Operaciones Internacionales

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil		
	2Q14	2Q15	Var %	2Q14	2Q15	Var %	2Q14	2Q15	Var %	2Q14	2Q15	Var %
Ingresos	632,4	764,5	20,9%	190,8	182,9	-4,1%	189,7	231,6	22,0%	76,2	64,1	-15,9%
Margen Bruto	31,2%	32,0%	23,8%	36,2%	37,3%	-1,2%	41,0%	43,2%	28,4%	30,6%	33,3%	-8,4%
GAV / Ingresos	-23,6%	-24,2%	24,5%	-31,1%	-33,3%	2,6%	-35,9%	-37,3%	27,0%	-32,6%	-43,0%	11,0%
GAV s D&A / Ingresos	-20,8%	-21,2%	23,1%	-27,8%	-30,5%	5,2%	-34,6%	-36,1%	27,3%	-30,5%	-40,7%	12,2%
Margen EBITDA	10,4%	10,8%	25,2%	8,4%	6,8%	-22,1%	6,4%	7,1%	34,5%	0,1%	-7,4%	NA
Margen Operacional	7,7%	7,7%	21,6%	5,0%	4,0%	-24,2%	5,2%	5,9%	38,3%	-2,0%	-9,6%	315,8%

<sup>26</sup> 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.

<sup>27</sup> Las variaciones presentadas en la columna Var% corresponden a variaciones de montos absolutos y no de los márgenes sobre ingresos.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### Resultados Operacionales 1S 2015 (MMUS\$)<sup>28,29</sup>

#### Chile

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	1S14	1S15	Var %	1S14	1S15	Var %	1S14	1S15	Var %
Ingresos	966,2	969,4	0,3%	1.444,9	1.563,1	8,2%	446,9	495,9	11,0%
Margen Bruto	29,2%	31,2%	7,3%	28,5%	28,8%	9,2%	24,3%	24,7%	12,8%
GAV / Ingresos	-26,7%	-28,5%	7,0%	-21,8%	-22,5%	11,4%	-23,8%	-23,2%	8,1%
GAV s D&A / Ingresos	-25,0%	-26,5%	6,3%	-20,4%	-20,9%	11,3%	-20,9%	-20,6%	9,4%
Margen EBITDA	4,2%	4,7%	13,2%	8,3%	8,0%	3,9%	3,4%	4,1%	33,9%
Margen Operacional	2,4%	2,7%	10,2%	6,7%	6,3%	2,1%	0,4%	1,5%	263,7%

	Promotora CMR <sup>17</sup>			Banco Falabella Chile			Plaza S.A.		
	1S14	1S15	Var %	1S14	1S15	Var %	1S14	1S15	Var %
Ingresos	255,8	275,2	7,6%	213,6	212,7	-0,4%	167,0	183,3	9,8%
Margen Bruto	50,7%	49,5%	5,0%	43,7%	57,5%	30,9%	79,9%	78,2%	7,5%
GAV / Ingresos	-9,7%	-10,8%	19,2%	-28,9%	-31,8%	9,7%	-11,4%	-12,6%	21,6%
GAV s D&A / Ingresos	-9,7%	-10,8%	19,2%	-26,6%	-29,2%	9,0%	-11,1%	-10,7%	6,2%
Margen EBITDA	41,0%	38,7%	1,6%	17,1%	28,3%	64,9%	80,5%	80,2%	9,4%
Margen Operacional	41,0%	38,7%	1,6%	14,9%	25,7%	72,0%	68,5%	65,6%	5,2%

#### Operaciones Internacionales

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil		
	1S14	1S15	Var %	1S14	1S15	Var %	1S14	1S15	Var %	1S14	1S15	Var %
Ingresos	1.220,0	1.545,0	26,6%	344,5	342,8	-0,5%	365,1	448,6	22,8%	148,7	132,9	-10,6%
Margen Bruto	30,7%	30,9%	27,2%	37,2%	38,7%	3,4%	41,1%	41,4%	23,6%	31,2%	32,8%	-5,9%
GAV / Ingresos	-23,8%	-23,8%	26,2%	-33,1%	-35,9%	7,9%	-35,5%	-36,4%	26,0%	-32,5%	-40,0%	9,9%
GAV s D&A / Ingresos	-21,0%	-20,7%	24,3%	-29,8%	-32,8%	9,5%	-34,2%	-35,2%	26,2%	-30,5%	-37,9%	10,9%
Margen EBITDA	9,7%	10,3%	33,6%	7,4%	5,8%	-21,2%	6,9%	6,2%	11,0%	0,6%	-5,1%	NA
Margen Operacional	6,9%	7,1%	30,8%	4,1%	2,7%	-33,0%	5,6%	5,0%	9,0%	-1,4%	-7,2%	371,9%

<sup>28</sup> 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.

<sup>29</sup> Las variaciones presentadas en la columna Var% corresponden a variaciones de montos absolutos y no de los márgenes sobre ingresos.



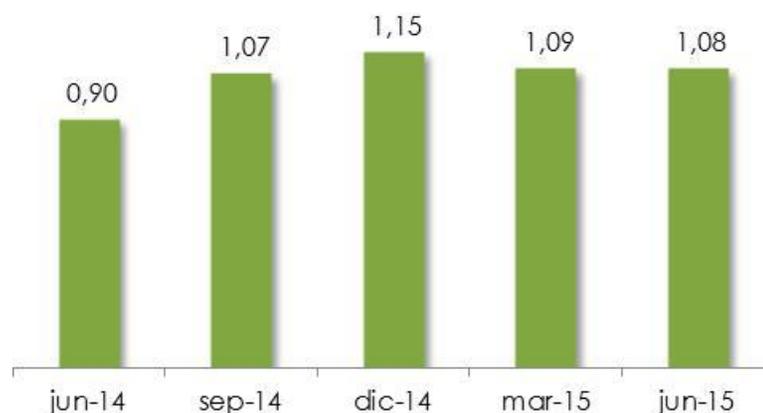
## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### IX. Estructura Financiera

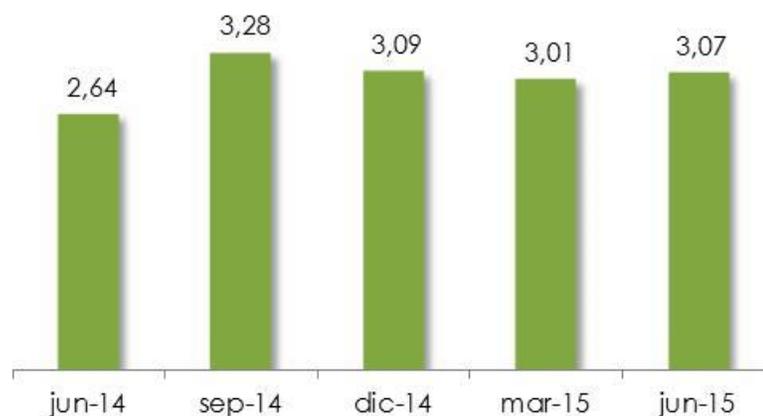
El Total Pasivos al 30 de junio de 2015 alcanzó \$7.406.612 millones (MMUS\$ 11.590).

Por su parte, el Leverage de los Negocios no Bancarios<sup>30</sup> asciende a 1,0. Considerando la deuda financiera<sup>31</sup> de los negocios no bancarios, el ratio Deuda Financiera Neta / EBITDA asciende a 3,01.<sup>32</sup>

#### Leverage Negocios no Bancarios



#### Deuda Financiera Neta / EBITDA Negocios no Bancario<sup>33</sup>



<sup>30</sup> Leverage Negocios No Bancarios = Pasivos totales negocios no bancarios dividido en Patrimonio total consolidado.

<sup>31</sup> 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)

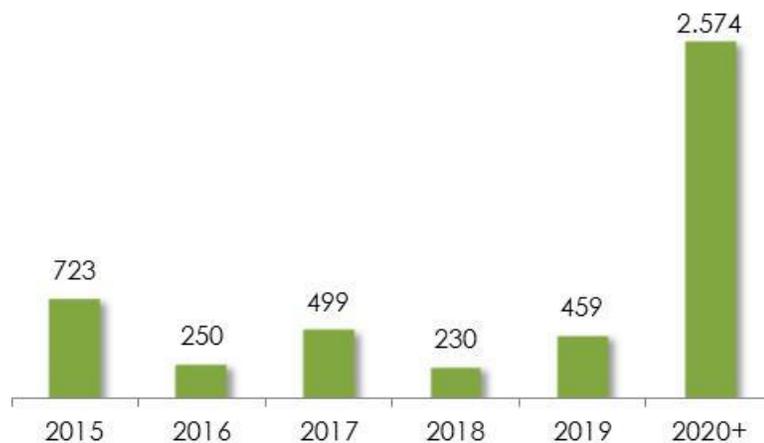
<sup>32</sup> Desde septiembre 2014 se considera la deuda financiera de Maestro, mientras que el EBITDA de Maestro se consolida sólo en el último trimestre de 2014.

<sup>33</sup> 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 2° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### Perfil de Vencimientos de Deuda<sup>34,35</sup>



Deuda Financiera Total Consolidada (sin operaciones bancarias): MMUS\$ 4.735.

<sup>34</sup> 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.

<sup>35</sup> Saldos en USD convertidos al tipo de cambio de cierre de cada país.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

### X. Estados Financieros S.A.C.I. Falabella 36

	Por el Periodo terminado al 30-Jun-15	Por el Periodo terminado al 30-Jun-14
	M\$	M\$
<b>Estado de Resultados</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
Ingresos de actividades ordinarias	3.660.622.153	3.275.047.423
Costo de ventas	(2.442.345.177)	(2.191.632.311)
<b>Ganancia bruta</b>	<b>1.218.276.976</b>	<b>1.083.415.112</b>
Costos de distribución	(40.605.583)	(41.096.397)
Gastos de administración	(779.205.339)	(670.543.004)
Otros gastos, por función	(68.655.107)	(64.862.635)
Otras ganancias (pérdidas)	(3.640.801)	569.510
Ingresos financieros	14.340.989	7.459.419
Costos financieros	(80.377.807)	(60.997.011)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	11.596.217	11.034.030
Diferencias de cambio	(10.149.585)	(15.518.823)
Resultado por unidades de reajuste	(12.378.304)	(26.557.756)
<b>Ganancia antes de impuestos</b>	<b>249.201.656</b>	<b>222.902.445</b>
Gasto por impuestos a las ganancias	(52.840.541)	(39.518.278)
<b>Ganancia de negocios no bancarios</b>	<b>196.361.115</b>	<b>183.384.167</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Ingresos por intereses y reajustes	230.671.862	215.816.810
Gastos por intereses y reajustes	(59.257.418)	(65.687.704)
<b>Ingreso neto por intereses y reajustes</b>	<b>171.414.444</b>	<b>150.129.106</b>
Ingresos por comisiones	59.034.835	50.860.435
Gastos por comisiones	(15.607.507)	(12.651.866)
<b>Ingreso neto por comisiones</b>	<b>43.427.328</b>	<b>38.208.569</b>
Utilidad neta de operaciones financieras	546.766	4.442.789
Utilidad (Pérdida) de cambio neta	4.888.707	727.336
Otros ingresos operacionales	916.220	215.109
Provisión por riesgo de crédito	(51.251.266)	(50.690.182)
<b>Total ingreso operacional neto</b>	<b>169.942.199</b>	<b>143.032.727</b>
Remuneraciones y gastos del personal	(43.711.890)	(38.927.136)
Gastos de Administración	(53.544.057)	(46.181.144)
Depreciaciones y amortizaciones	(7.570.785)	(6.917.916)
Otros gastos operacionales	(4.968.022)	(4.615.394)
<b>Total gastos operacionales</b>	<b>(109.794.754)</b>	<b>(96.641.590)</b>
<b>Resultado operacional</b>	<b>60.147.445</b>	<b>46.391.137</b>
Resultado por inversiones en sociedades	339.975	215.954
<b>Resultado antes de impuesto a la renta</b>	<b>60.487.420</b>	<b>46.607.091</b>
Impuesto a la renta	(16.345.888)	(12.931.573)
<b>Ganancia de negocios bancarios</b>	<b>44.141.532</b>	<b>33.675.518</b>
<b>Ganancia</b>	<b>240.502.647</b>	<b>217.059.685</b>
<b>Ganancia atribuible a</b>		
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	221.230.990	198.429.453
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	19.271.657	18.630.232
<b>Ganancia</b>	<b>240.502.647</b>	<b>217.059.685</b>
<b>Ganancias por acción</b>		
<b>Ganancia por acción básica</b>		
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	0,0909	0,0817
<b>Ganancia por acción básica</b>	<b>0,0909</b>	<b>0,0817</b>
<b>Ganancia por acción diluida</b>		
Ganancia por acción diluida procedente de operaciones continuadas	0,0909	0,0814
<b>Ganancia por acción diluida</b>	<b>0,0909</b>	<b>0,0814</b>



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	30-jun-15	31-dic-14
	M\$	M\$
<b>Activos</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
<b>Activos corrientes</b>		
Efectivo y equivalentes al efectivo	175.334.017	211.219.868
Otros activos financieros corrientes	16.849.784	19.518.703
Otros activos no financieros corrientes	87.052.404	88.613.455
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	1.509.013.890	1.460.886.123
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	8.748.735	14.382.645
Inventarios	1.024.257.292	1.019.199.966
Activos por impuestos corrientes	55.068.315	49.566.343
<b>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</b>	<b>2.876.324.437</b>	<b>2.863.387.103</b>
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	2.937.803	5.150.100
<b>Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios</b>	<b>2.937.803</b>	<b>5.150.100</b>
<b>Total activos corrientes</b>	<b>2.879.262.240</b>	<b>2.868.537.203</b>
<b>Activos no corrientes</b>		
Otros activos financieros no corrientes	101.255.665	71.524.973
Otros activos no financieros no corrientes	38.941.129	32.688.857
Derechos por cobrar no corrientes	202.173.892	206.165.723
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	178.046.916	163.334.299
Activos intangibles distintos de la plusvalía	240.141.001	233.503.315
Plusvalía	457.241.889	462.525.345
Propiedades, planta y equipo	2.134.348.385	2.119.695.908
Propiedad de inversión	2.162.430.162	2.122.042.651
Activos por impuestos diferidos	84.530.034	68.168.041
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>5.599.109.073</b>	<b>5.479.649.112</b>
<b>Total activos de negocios no bancarios</b>	<b>8.478.371.313</b>	<b>8.348.186.315</b>
<b>Activos Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Efectivo y depósitos en bancos	346.928.083	347.215.192
Operaciones con liquidación en curso	97.191.546	10.125.348
Instrumentos para negociación	56.543.602	55.864.410
Contratos de derivados financieros	9.809.119	14.503.691
Adeudado por bancos	-	29.977.748
Créditos y cuentas por cobrar a clientes	2.292.713.622	2.180.384.460
Instrumentos de inversión disponibles para la venta	339.227.608	264.017.567
Inversiones en sociedades	2.763.514	1.910.151
Intangibles	27.203.994	23.769.265
Activo fijo	35.441.929	36.934.564
Impuestos corrientes	2.935.403	1.873.669
Impuestos diferidos	14.244.253	14.509.536
Otros activos	15.752.852	16.184.783
<b>Total activos negocios bancarios</b>	<b>3.240.755.525</b>	<b>2.997.270.384</b>
<b>Total activos</b>	<b>11.719.126.838</b>	<b>11.345.456.699</b>

<sup>36</sup> Negocio Bancario no incluye CMR Chile ni CMR Argentina.



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	30-jun-15	31-dic-14
	M\$	M\$
<b>Patrimonio Neto y Pasivos</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
<b>Pasivos corrientes</b>		
Otros pasivos financieros corrientes	717.739.414	736.529.589
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	814.757.516	966.061.609
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	12.851.436	9.894.036
Otras provisiones a corto plazo	10.446.496	10.248.584
Pasivos por Impuestos corrientes	18.189.154	25.734.030
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	112.064.078	110.578.122
Otros pasivos no financieros corrientes	99.471.212	129.538.281
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>1.785.519.306</b>	<b>1.988.584.251</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>	-	-
Otros pasivos financieros no corrientes	2.446.371.974	2.316.360.511
Pasivos no corrientes	1.237.966	1.208.738
Otras provisiones a largo plazo	14.108.877	14.898.205
Pasivo por impuestos diferidos	370.772.535	369.652.474
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	18.296.995	19.717.004
Otros pasivos no financieros no corrientes	34.650.899	32.183.682
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>2.885.439.246</b>	<b>2.754.020.614</b>
<b>Total pasivos de negocios no bancarios</b>	<b>4.670.958.552</b>	<b>4.742.604.865</b>
<b>Pasivos Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	254.852.394	241.347.479
Operaciones con liquidación en curso	93.963.891	4.852.755
Depósitos y otras captaciones a plazo	1.842.892.955	1.671.548.562
Contratos de derivados financieros	10.740.916	8.637.377
Obligaciones con bancos	71.190.888	66.923.264
Instrumentos de deuda emitidos	233.337.172	240.739.591
Otras obligaciones financieras	171.421.692	175.729.113
Impuestos corrientes	905.298	59.511
Provisiones	5.625.029	5.491.575
Otros pasivos	50.723.684	49.257.187
<b>Total pasivos negocios bancarios</b>	<b>2.735.653.919</b>	<b>2.464.586.414</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>7.406.612.471</b>	<b>7.207.191.279</b>
<b>Patrimonio Neto</b>		
Capital emitido	533.409.643	533.409.643
Ganancias acumuladas	3.098.950.147	2.913.524.436
Primas de emisión	93.482.329	93.482.329
Acciones propias en cartera	(4.896.333)	(3.495.432)
Otras reservas	(108.493.055)	(92.000.283)
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>3.612.452.731</b>	<b>3.444.920.693</b>
Participaciones no controladoras	700.061.636	693.344.727
<b>Patrimonio total</b>	<b>4.312.514.367</b>	<b>4.138.265.420</b>
<b>Total de patrimonio y pasivos</b>	<b>11.719.126.838</b>	<b>11.345.456.699</b>



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	30-06-2015	30-06-2014
	MS	MS
<b>Estado de flujos de efectivo</b>		
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
<b>Clases de cobros por actividades de operación</b>		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	4.310.651.862	3.912.092.155
<b>Clases de pagos</b>		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(3.330.309.848)	(3.062.771.933)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(464.145.177)	(405.854.417)
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(69.926.429)	(42.339.435)
Otras entradas (salidas) de efectivo	(259.960.843)	(224.325.705)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación de negocios no bancarios</b>	<b>186.309.565</b>	<b>176.800.665</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Utilidad (pérdida) consolidada del ejercicio	44.141.532	33.675.518
<b>Cargos (abonos) a resultados que no significan movimientos de efectivo:</b>		
Depreciaciones y amortizaciones	7.570.785	6.917.916
Provisiones por riesgo de crédito	63.516.128	69.371.046
Utilidad neta por inversiones en sociedades con influencia significativa	(339.975)	(215.954)
Otros cargos (abonos) que no significan movimiento de efectivo	12.097.883	8.671.988
Variación neta de intereses, reajustes y comisiones devengadas sobre activos y pasivos	(2.958.946)	(4.128.962)
<b>Cambios en activos y pasivos que afectan al flujo operacional:</b>		
(Aumento) disminución neta en adeudado por bancos	29.977.748	-
(Aumento) disminución en créditos y cuentas por cobrar a clientes	(201.321.086)	(170.511.632)
(Aumento) disminución neta de instrumentos para negociación	(2.630.216)	32.623.682
Aumento (disminución) de depósitos y otras obligaciones a la vista	12.320.976	18.608.212
Aumento (disminución) de depósitos y otras captaciones a plazo	169.556.739	98.864.485
Aumento (disminución) de obligaciones con bancos	4.267.624	(22.946.490)
Otras salidas de efectivo	(11.561.879)	(12.932.031)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de la operación negocios bancarios</b>	<b>124.637.313</b>	<b>57.997.778</b>
<b>Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación</b>	<b>310.946.878</b>	<b>234.798.443</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
Aportes realizados en asociadas	(4.090.717)	-
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	1.610.326	588.216
Compras de propiedades, planta y equipo	(131.584.533)	(182.495.547)
Compras de activos intangibles	(20.248.358)	(9.916.378)
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	-	518.249
Compras de otros activos a largo plazo	(56.551.450)	(107.194.105)
Dividendos recibidos	4.965.083	4.536.843
Intereses recibidos	2.966.907	3.910.215
Otras entradas (salidas) de efectivo	1.333.348	1.095.414
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión de negocios no bancarios</b>	<b>(201.599.394)</b>	<b>(288.957.093)</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
(Aumento) disminución neta de instrumentos de inversión disponibles para la venta	(76.176.465)	(125.447.435)
Compras de activos fijos	(9.697.044)	(7.242.711)
Aportes realizados en asociadas	(819.263)	-
Dividendos recibidos de inversiones en sociedades	385.586	202.870
Otras entradas de efectivo	1.096.916	422.839
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión negocios bancarios</b>	<b>(85.210.270)</b>	<b>(132.064.437)</b>
<b>Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión</b>	<b>(286.809.664)</b>	<b>(421.021.530)</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
Importes procedentes de la emisión de acciones	-	36.153.391
Pagos por adquirir las acciones de la entidad	(1.400.901)	-
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	116.963.409	66.439.607
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	1.591.773.064	889.940.437
Total importes procedentes de préstamos	1.708.736.473	956.380.044
Préstamos de entidades relacionadas	962.665	995.446
Pagos de préstamos	(1.584.871.550)	(863.735.617)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(9.591.984)	(4.438.690)
Dividendos pagados	(129.399.926)	(105.473.653)
Intereses pagados	(39.823.180)	(28.516.791)
Otras entradas (salidas) de efectivo	827.466	(1.397.359)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación de negocios no bancarios</b>	<b>(54.560.937)</b>	<b>(10.033.229)</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
(Rescate) Emisión de letras de crédito	(4.780.880)	(4.349.029)
Pago de bonos y otros préstamos obtenidos a largo plazo	(3.361.724)	(25.191.402)
Otros	(8.595.815)	(11.470.416)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación negocios bancarios</b>	<b>(16.738.419)</b>	<b>(41.010.847)</b>
<b>Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación</b>	<b>(71.299.356)</b>	<b>(51.044.076)</b>
<b>Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio</b>	<b>(47.162.142)</b>	<b>(237.267.163)</b>
<b>Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo</b>		
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	549.750	13.779.705
<b>Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(46.612.392)</b>	<b>(223.487.458)</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	610.126.163	647.689.942
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>563.513.771</b>	<b>424.202.484</b>



## RESULTADOS 2º TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

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

Junio 2015	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Promotora CMR	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	56.959	71.094	9.176	31.784	126.130	103.689
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(22.176)	(26.687)	(6.395)	(844)	(4.048)	(53.720)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(43.672)	(44.112)	(5.887)	(28.522)	(106.639)	(50.752)
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(8.889)</b>	<b>294</b>	<b>(3.106)</b>	<b>2.418</b>	<b>15.444</b>	<b>(783)</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(27)	163	(15)	--	--	256
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>42.931</b>	<b>20.646</b>	<b>11.559</b>	<b>13.157</b>	<b>245.872</b>	<b>15.776</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>34.015</b>	<b>21.103</b>	<b>8.438</b>	<b>15.575</b>	<b>261.316</b>	<b>15.249</b>

Junio 2014	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Promotora CMR	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	62.134	66.988	5.431	61.175	(259)	87.039
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(69.642)	(16.996)	(13.902)	(11.224)	(3.254)	(76.932)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(7.575)	(55.112)	7.427	(41.266)	(116.568)	(72.383)
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(15.082)</b>	<b>(5.121)</b>	<b>(1.044)</b>	<b>8.686</b>	<b>(120.081)</b>	<b>(62.276)</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(155)	123	10	7	--	139
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>32.861</b>	<b>21.017</b>	<b>9.833</b>	<b>4.284</b>	<b>236.906</b>	<b>101.928</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>17.625</b>	<b>16.018</b>	<b>8.799</b>	<b>12.976</b>	<b>116.825</b>	<b>39.791</b>

### Flujo de Caja – Operaciones Internacionales (MM\$)

Junio 2015	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	25.501	(62.731)	6.994	(7.720)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(43.132)	(12.154)	(3.276)	(5.985)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(7.806)	56.892	(4.496)	5.202
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(25.436)</b>	<b>(17.993)</b>	<b>(778)</b>	<b>(8.503)</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(302)	784	89	(1.011)
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>183.232</b>	<b>48.215</b>	<b>4.307</b>	<b>10.874</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>157.494</b>	<b>31.007</b>	<b>3.618</b>	<b>1.360</b>

Junio 2014	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	45.987	(6.587)	(13.430)	(3.882)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(100.293)	(57.734)	(13.473)	(24.098)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	27.918	48.087	44.789	9.460
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(26.388)</b>	<b>(16.234)</b>	<b>17.886</b>	<b>(18.520)</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	10.610	1.823	(1.542)	2.383
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>165.121</b>	<b>37.414</b>	<b>5.837</b>	<b>23.307</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>149.342</b>	<b>23.003</b>	<b>22.180</b>	<b>7.170</b>



## RESULTADOS 2º 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](http://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*.....