

SACI FALABELLA



RESULTADOS
3^{er} TRIMESTRE 2015





RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Índice

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

Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado del 1 de octubre de 2015: 698,72 \$/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; CLP: pesos chilenos; US\$: dólares de Estados Unidos; PEN: nuevos soles de Perú; COP: pesos colombianos; ARS: pesos argentinos; BRL: reales de Brasil.
- M: miles; MM: millones.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

I. Resumen Ejecutivo

Los ingresos consolidados en el tercer trimestre de 2015 ascendieron a \$1.996.532 millones (MMUS\$ 2.857), lo que representa un crecimiento de 12,7% con respecto al mismo periodo del año pasado. Los mayores ingresos se explican por la consolidación de Maestro; por un incremento en la superficie de venta (6,5%), impulsado en parte por las aperturas de Tottus; y por el crecimiento de ingresos mismas tiendas (SSS) de Falabella y Sodimac en Chile.

La cartera consolidada de colocaciones al 30 de septiembre de 2015 ascendió a \$3.959.399 millones (MMUS\$ 5.667), un 14,3% mayor al mismo periodo de 2014, impulsado principalmente por Banco Falabella Perú y CMR Chile, las cuales aumentaron 33,5% y 14%, respectivamente, con respecto al mismo periodo del 2014 (en moneda local). El ratio de provisiones sobre colocaciones se mantuvo estable, o disminuyó levemente, año a año en todos los países.

La ganancia bruta en el trimestre ascendió a \$708.148 millones (MMUS\$ 1.013), un 13,9% más que el mismo periodo del 2014, mientras que el margen bruto creció 39 puntos base año a año. Esta expansión se explica, en gran parte, por las operaciones de Falabella, Sodimac y Tottus, dado una conservadora planificación de compras que permitió limitar las liquidaciones, y también por el impacto positivo del mix de ventas.

Los gastos de administración y ventas del tercer trimestre ascendieron a \$528.308 millones (MMUS\$ 756), un 13,4% mayor en comparación al mismo trimestre del año 2014, mientras que, como porcentaje de los ingresos, aumentó 17 puntos base. Los mayores gastos sobre ingresos son atribuibles, principalmente, a mayores gastos en tecnología y sistemas en Chile y Perú, además de los gastos de pre-apertura de las primeras tiendas Sodimac en Brasil y Uruguay.

El EBITDA consolidado en el tercer trimestre ascendió a \$238.753 millones (MMUS\$ 342), un 15,2% más que el mismo periodo del año pasado, mientras que el margen EBITDA fue 12%, un aumento de 26 puntos base con respecto al tercer trimestre de 2014. En Chile, Falabella, Plaza y Tottus reportaron expansión de margen EBITDA este trimestre. Con respecto a las operaciones internacionales, Perú y Argentina incrementaron también su margen EBITDA.

La utilidad neta consolidada del trimestre alcanzó los \$94.689 millones (MMUS\$ 136), mostrando un incremento de 16,2% 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 tercer trimestre se abrieron tres nuevas tiendas en la región. Falabella celebró un importante hito al abrir su tienda por departamento número 100, ubicada en Lima, Perú, y, además, abrió una tienda en Chile en la ciudad de Castro. Por su parte, Sodimac abrió su segunda tienda en Uruguay, en el noroeste de Montevideo.

También este trimestre 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. Además, Moody's Investor Service y Fitch subieron la clasificación de riesgo de Maestro y de sus bonos.

Es importante destacar también que este trimestre el Grupo Falabella fue seleccionado para ingresar al Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index (DJSI EM), índice que evalúa a las mayores empresas del mundo emergente en cuanto a factores sociales, medioambientales y de gobierno corporativo. En el proceso, 800 firmas de 23 países fueron evaluadas, de las cuales quedaron incorporadas 92 empresas al DJSI EM, incluyendo dos compañías de retail de América Latina. El Grupo Falabella también fue seleccionada para ingresar al Dow Jones Sustainability Chile Index (DJSI Chile), el primer indicador de sostenibilidad que agrupa a emisores chilenos.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

II. Resultados Consolidados a Septiembre 2015

Estado de Resultados Consolidados 3Q 2015 (MM\$)¹

	3Q14	% Ing.	3Q15	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	1.634.118		1.833.199		12,2%
Ingresos de Negocios Bancarios	137.678		163.333		18,6%
Total Ingresos	1.771.796	100,0%	1.996.532	100,0%	12,7%
Costo de Ventas no Bancarios	(1.097.663)	-67,2%	(1.216.140)	-66,3%	10,8%
Costo de Ventas Bancarios	(52.585)	-38,2%	(72.244)	-44,2%	37,4%
Ganancia Bruta	621.548	35,1%	708.148	35,5%	13,9%
GAV	(465.756)	-26,3%	(528.308)	-26,5%	13,4%
Resultado Operacional	155.792	8,8%	179.839	9,0%	15,4%
Depreciación + Amortización	51.540	2,9%	58.914	3,0%	14,3%
EBITDA	207.332	11,7%	238.753	12,0%	15,2%
Otras Ganancias (Pérdidas)	883		(545)		NA
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(33.050)		(43.962)		33,0%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	6.513		5.686		-12,7%
Diferencias de Cambio	(7.292)		(6.407)		-12,1%
Resultado No Operacional	(32.945)	-1,9%	(45.228)	-2,3%	37,3%
Resultado Antes de Impuestos	122.847	6,9%	134.611	6,7%	9,6%
Impuesto a la Renta	(29.330)		(28.124)		-4,1%
Interés Minoritario	(12.005)		(11.798)		-1,7%
Ganancia / (Pérdida) Neta	81.512	4,6%	94.689	4,7%	16,2%

Estado de Resultados Consolidados 9M 2015 (MM\$)

	9M14	% Ing.	9M15	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	4.909.165		5.493.821		11,9%
Ingresos de Negocios Bancarios	404.571		453.956		12,2%
Total Ingresos	5.313.736	100,0%	5.947.777	100,0%	11,9%
Costo de Ventas no Bancarios	(3.289.295)	-67,0%	(3.658.485)	-66,6%	11,2%
Costo de Ventas Bancarios	(176.445)	-43,6%	(192.925)	-42,5%	9,3%
Ganancia Bruta	1.847.996	34,8%	2.096.367	35,2%	13,4%
GAV	(1.338.899)	-25,2%	(1.526.569)	-25,7%	14,0%
Resultado Operacional	509.096	9,6%	569.798	9,6%	11,9%
Depreciación + Amortización	148.422	2,8%	174.709	2,9%	17,7%
EBITDA	657.518	12,4%	744.507	12,5%	13,2%
Otras Ganancias (Pérdidas)	1.452		(4.186)		NA
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(113.145)		(122.377)		8,2%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	17.763		17.622		-0,8%
Diferencias de Cambio	(22.811)		(16.557)		-27,4%
Resultado No Operacional	(116.740)	-2,2%	(125.498)	-2,1%	7,5%
Resultado Antes de Impuestos	392.357	7,4%	444.300	7,5%	13,2%
Impuesto a la Renta	(81.780)		(97.310)		19,0%
Interés Minoritario	(30.636)		(31.070)		1,4%
Ganancia / (Pérdida) Neta	279.941	5,3%	315.920	5,3%	12,9%

¹ CMR Chile y CMR Argentina están incluidos en Negocios No Bancarios.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

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

	31-12-2014	30-09-2015	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	2.868.537	3.068.691	7,0%
Activos No Corrientes No Bancarios	5.481.152	5.813.695	6,1%
Activos Total No Bancarios	8.349.690	8.882.386	6,4%
Activos Total Negocios Bancarios	2.997.270	3.425.847	14,3%
Activos Total	11.346.960	12.308.233	8,5%
Pasivos Corrientes No Bancarios	1.988.584	1.924.242	-3,2%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	2.755.524	3.065.966	11,3%
Pasivos Total No Bancarios	4.744.108	4.990.207	5,2%
Pasivos Total Negocios Bancarios	2.464.586	2.909.899	18,1%
Pasivos Total	7.208.695	7.900.106	9,6%
Patrimonio Total	4.138.265	4.408.127	6,5%
Total Pasivo y Patrimonio Total	11.346.960	12.308.233	8,5%

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

	30-09-2014	30-09-2015	Var %
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	175.168	371.028	111,8%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	59.260	145.732	145,9%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Total	234.428	516.761	120,4%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(690.306)	(339.814)	-50,8%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	(96.351)	(134.154)	39,2%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total	(786.657)	(473.968)	-39,7%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	344.075	(97.303)	-128,3%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	(26.166)	42.884	-263,9%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total	317.909	(54.419)	-117,1%
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(234.320)	(11.627)	-95,0%
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	23.684	13.442	-43,2%
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	647.690	610.126	-5,8%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	437.054	611.942	40,0%



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

III. Principales Hechos del Periodo

- En el tercer trimestre se abrieron tres tiendas en la región:
 - Falabella celebró un importante hito al abrir su tienda por departamento número 100. Ubicada en el Centro Cívico de Lima, Perú, esta tienda cuenta con una superficie de venta de 6.900 m².
 - Falabella abrió una nueva tienda por departamento en Chile, en la ciudad de Castro, en la isla Chiloé, en la región de Los Lagos, con una superficie de venta de 2.200 m². Esta tienda reemplaza el local Expo Falabella que se ubicaba en la misma ciudad.
 - Sodimac abrió su segunda tienda en Uruguay, en el noroeste de Montevideo, con formato Homecenter y con una superficie de venta de 9.700 m².
- El Grupo Falabella fue seleccionado para ingresar al Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index (DJSI EM), índice que evalúa a las mayores empresas del mundo emergente en cuanto a factores sociales, medioambientales y de gobierno corporativo. En el proceso, 800 firmas de 23 países fueron evaluadas, de las cuales quedaron incorporadas 92 empresas al DJSI EM, incluyendo dos compañías de retail de América Latina.
- El Grupo Falabella fue seleccionado para ingresar al Dow Jones Sustainability Chile Index (DJSI Chile), el primer indicador de sostenibilidad que agrupa a los emisores chilenos. El índice integra 12 compañías chilenas.
- En Sesión Ordinaria de Directorio, el 29 de septiembre, se aprobó el reparto de un dividendo provisorio con cargo a las utilidades del ejercicio 2015 de \$26 por acción. Este dividendo se pagó el 21 de octubre.
- El Grupo Falabella y Marriott International abrieron el primer Hotel Courtyard by Marriott en Santiago, Chile. El nuevo hotel de cuatro estrellas está ubicado en el centro comercial de Falabella en Avenida Kennedy. El Hotel Courtyard by Marriott, que es operado por Marriott, cuenta con 205 habitaciones y está enfocado mayormente al viajero de negocios.
- El 16 de septiembre Chile registró un terremoto de magnitud 8,4 en la región de Coquimbo, al norte de Santiago. El fuerte sismo generó daños menores a Mall Plaza La Serena, y a un Sodimac y Falabella de la zona, pero las operaciones no fueron interrumpidas mayormente.
- Falabella incorporó nuevas marcas líderes mundiales en carteras, accesorios y equipaje a su portafolio de marcas internacionales exclusivas. Estas marcas de semi-lujo incluyen Michael Kors, Coach, Kate Spade y Tumi. La primera tienda departamental en Chile en que se encuentran disponibles es la tienda Alto Las Condes.
- Sodimac comenzó a ofrecer Ozom en sus tiendas en Perú y Colombia. Ozom es una línea de productos que permite controlar, a distancia, una serie de funciones del hogar, a través de una aplicación en el teléfono móvil. Además, Sodimac terminó de instalar MicroBlend en todas las tiendas Homecenter en Chile. MicroBlend es una innovadora tecnología que permite manufacturar pintura con colores a pedido. MicroBlend también está disponible en las operaciones de Colombia y Brasil.
- La filial Maestro Perú S.A. realizó un aumento de capital por US\$ 77 millones que se destinó al rescate parcial (35%) del bono internacional por US\$ 200 millones, con vencimiento 2019, que mantiene dicha filial.
- 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").
- Moody's Investors Service subió la clasificación de riesgo del emisor ("corporate family rating") de Maestro Perú S.A. y la clasificación de sus US\$ 200 millones en notas senior no garantizadas a Ba2. Fitch Ratings subió la clasificación de riesgo del emisor ("Local and Foreign Currency Issuer Default Rating") de Maestro y la clasificación de sus notas senior no garantizadas a "BBB" desde "B".



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Hechos posteriores

- Sodimac abrió en octubre una tienda Homecenter en Colombia, en la ciudad de Yopal, capital del departamento de Casanare, con una superficie de venta de 6.500 m².
- Sodimac abrió en octubre una tienda Homecenter en Chile, en la ciudad de Copiapó, con una superficie de venta de 9.200 m².
- Falabella abrió en octubre una tienda por departamento en Colombia, en la localidad de Chía, a las afueras de Bogotá, con una superficie de venta de 10.000 m².
- Durante octubre en Colombia se inauguraron dos tiendas especialistas en el Centro Comercial Fontanar en la localidad de Chía, a las afueras de Bogotá. Las tiendas son Call it Spring y La Martina.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

IV. Resultados 3er Trimestre 2015

1. Resultado Operacional

Ingresos

En el tercer trimestre de 2015, los ingresos consolidados ascendieron a \$1.996.532 millones (MMUS\$ 2.857), lo que representa un aumento de 12,7% con respecto al mismo periodo del año anterior. Esto se explica, por una parte, por la consolidación de los resultados de Maestro, empresa Peruana adquirida a fines del tercer trimestre del año pasado. Una mayor superficie de venta también contribuyó al crecimiento de los ingresos de la Compañía, dado que se agregaron, aproximadamente, 161.800 m² en los últimos 12 meses, con la apertura de 27 nuevas tiendas. Los ingresos consolidados fueron impulsados, además, por el aumento de SSS, particularmente en Chile, y el crecimiento de las colocaciones en todos los países. En Colombia, aunque los ingresos en moneda local crecieron, la depreciación del COP contra el CLP contrarrestó este crecimiento en los ingresos consolidados.

En Chile, todas las unidades de negocio contribuyeron al aumento de los ingresos consolidados. Por su tamaño relativo, Sodimac y Falabella, cuyas ventas crecieron 7,0% y 7,3%, respectivamente, fueron las unidades que más aportaron al crecimiento de los ingresos en Chile. En el caso de Sodimac, las ventas fueron impulsadas por un SSS que aumentó 5,7% y por la apertura de tres nuevas tiendas en los últimos 12 meses. Por su parte, los ingresos de Falabella se explican por un aumento en SSS de 7,9%, y por la apertura de dos tiendas en los últimos doce meses, lo cual fue contrarrestado, en parte, por menores ingresos de dos tiendas en remodelación. El alza en SSS de Falabella se debe a la recuperación de la categoría Electro, la positiva acogida de las nuevas colecciones primavera-verano y el crecimiento de ventas omnicanal, en parte por la mayor variedad de productos publicados en el sitio web. Por otro lado, Tottus presentó ingresos que aumentaron 8% en el periodo, explicado por un crecimiento de SSS de 2,1% y la apertura de cuatro tiendas en los últimos 12 meses.

Los ingresos de Plaza aumentaron 12,1%, impulsado en parte por un aumento de 5% en superficie arrendable, explicado por la apertura de Mall Plaza Copiapó en noviembre 2014, la apertura de nuevas etapas de Mall Plaza Egaña y por la ampliación de los centros Mall Plaza Oeste y Mall Plaza Trébol.

Banco Falabella destacó este trimestre con un crecimiento de ingresos de 18%, explicado por un aumento de 7,6% en colocaciones; un aumento en ingreso por reajustes, dado que la Unidad de Fomento (U.F.) tuvo una variación de 1,5% en el 3Q15 comparado con 0,6% en el mismo periodo del año pasado; y un mayor mix de créditos de consumo en las colocaciones. CMR, a su vez, reportó ingresos que crecieron 7,4%, impulsado por la cartera que aumentó 14%.

En Perú, los ingresos subieron 27,6%, principalmente por la consolidación de Maestro, que impulsó el aumento de 84,8% de los ingresos de la unidad de mejoramiento del hogar de Perú, y por la apreciación del PEN contra el CLP. También contribuyó Banco Falabella Perú, cuyas colocaciones aumentaron 33,5% (en moneda local). Tottus reportó un crecimiento de ingresos de 8,9% (5,8% 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 desaceleración económica y la moderación en el consumo, afectó a los SSS de los tres formatos de retail de la Compañía, afectando particularmente a Sodimac, que presentó una variación de SSS de -4,3%, principalmente por la caída en el sector construcción en el país. El formato tiendas por departamento reportó un crecimiento en ingresos de 7,2% (4,3% en moneda local) explicado por una mayor superficie de venta por la apertura de dos nuevas tiendas en los últimos 12 meses.

En el caso de Colombia, los ingresos disminuyeron 10,0%, explicado mayormente por la depreciación del COP frente al CLP. Los ingresos de tiendas por departamento cayeron 10,1%, (aumentaron 18,1% en moneda local), pese a un crecimiento de SSS de 7,1% y la apertura de tres nuevas tiendas en los últimos 12 meses. Los ingresos de Banco Falabella Colombia también disminuyeron, pese a que las colocaciones aumentaron 18,6% (en moneda local). Argentina reportó un aumento en ingresos de 31,6% este trimestre, impulsado principalmente por los SSS de Sodimac y Falabella, además de la apreciación del ARS frente al CLP. Los ingresos de Brasil se vieron nuevamente afectados por la depreciación del tipo de cambio y la moderación del consumo en el país.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Ganancia Bruta

La ganancia bruta alcanzó \$708.148 millones (MMUS\$ 1.013), un crecimiento de 13,9% con respecto al mismo periodo del año pasado, con un margen bruto de 35,5%, lo que equivale a un incremento de 39 puntos base, respecto al año anterior.

En Chile las unidades que más contribuyeron a la expansión de margen bruto fueron tiendas por departamento y mejoramiento del hogar. En el caso de Falabella, el margen bruto aumentó 257 puntos base, principalmente por menores liquidaciones que el mismo periodo del año pasado. En el caso de Sodimac, el margen bruto mejoró 98 puntos base, explicado por el mix de venta y por menores liquidaciones, debido a que las bajas temperaturas prolongaron la demanda por productos de invierno. Tottus presentó una mejora de margen bruto de 50 puntos base por mejores condiciones comerciales, menores mermas y menores liquidaciones en Vestuario. Estas mejoras de margen bruto fueron contrarrestadas, en parte, por el negocio financiero. El margen bruto de Banco Falabella disminuyó 5,2 puntos porcentuales, principalmente por el incremento en provisiones, acentuado por la base de comparación, dado que el año pasado en este mismo periodo hubo liberación de provisiones. En el caso de CMR, el margen bruto disminuyó 173 puntos base explicado, en parte, por el aumento en provisiones por el crecimiento de la cartera. Plaza presentó un deterioro de 314 puntos base en margen bruto, dado los mayores costos de operación y depreciación de los nuevos centros comerciales.

En Perú el margen bruto aumentó 152 puntos base, impulsado por los tres formatos de retail. Colombia presentó un deterioro en el margen bruto de 262 puntos base, explicado por mayores liquidaciones en tiendas por departamento y por costos indexados a la inflación en Banco Falabella. En Argentina el margen bruto aumentó 130 puntos base, principalmente por menores liquidaciones en tiendas por departamento. Brasil reportó una caída en margen bruto de 180 puntos base, explicado, en parte, por el impacto de tipo de cambio en productos importados.

Gastos de Administración y Ventas

Los gastos de administración y ventas ascendieron a \$528.308 millones (MMUS\$ 756) en el tercer trimestre, siendo un 13,4% mayor que el mismo periodo del año 2014, mientras que, como porcentaje de los ingresos, aumentó 17 puntos base. Este incremento de GAV/ingresos es atribuible, en parte, a mayores gastos en tecnología y sistemas en Chile y Perú, además de los gastos de pre-apertura de las primeras tiendas Sodimac en Brasil y Uruguay. A nivel regional, el negocio financiero de la Compañía enfrentó mayores gastos por la integración de nuevos sistemas de informática (core bancario y core tarjetas de crédito, entre otros).

En Chile Sodimac presentó un incremento de 165 puntos base en gasto de administración y ventas como porcentaje de los ingresos, explicado por un mayor gasto en remuneraciones y por gastos en tecnología. Tiendas por departamento reportó un aumento de 31 puntos base en GAV/ingresos, principalmente por mayores gastos en publicidad por desfase de campañas. CMR, a su vez, tuvo mayores gastos en sistemas, lo que contribuyó al aumento de 108 puntos base en gastos como porcentaje de ingresos.

Estos gastos fueron parcialmente compensados por Plaza, que presentó una reducción de 4,2 puntos porcentuales en GAV/ingresos, en parte por menores gastos en marketing, debido al desfase de algunas campañas. Banco Falabella también reportó una mejora en el gasto como porcentaje del ingreso, de 300 puntos base, producto del apalancamiento operacional, dado el crecimiento de doble dígito de los ingresos, y también por la aplicación de medidas de eficiencia.

En Perú los tres formatos de retail presentaron un aumento en el GAV/ingresos, principalmente por una menor dilución de gastos fijos por el moderado crecimiento de ingresos. En Brasil, el GAV/ingresos se deterioró por la menor dilución de gastos fijos y por los gastos de puesta en marcha y de pre-apertura de las primeras tiendas Sodimac en el país. Colombia, por su parte, presentó una mejora de 126 puntos base, impulsado por todas sus unidades de negocio, principalmente por la implementación de medidas de eficiencia y por una mayor dilución de gastos fijos.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

2. Resultado No Operacional y Utilidad Neta

El resultado no operacional presentó una pérdida de \$45.228 millones (MMUS\$ 65), siendo un 37,3% mayor a la pérdida obtenida en el tercer trimestre de 2014. Esto se explica, en gran parte, por el costo financiero neto, que alcanzó \$43.962 millones (MMUS\$ 63) este trimestre, un aumento de 33% con respecto al mismo periodo del año pasado. La variación en esta cuenta se debe, principalmente, a un aumento en deuda financiera por la adquisición de Maestro en septiembre del año pasado, los costos asociados al prepago parcial del bono internacional de Maestro y por el mayor reajuste de la deuda denominada en U.F., dado que la variación de la U.F. fue de 1,5% este trimestre, comparado con 0,6% en el mismo periodo del año pasado.

La ganancia en empresas asociadas decreció 12,7% este trimestre, principalmente por el impacto de la depreciación del COP frente al CLP, que redujo la contribución de Sodimac Colombia a los resultados consolidados de la Compañía.

Por su parte, la tasa efectiva de impuestos a la renta disminuyó a 20,9%, comparado con 23,9% el mismo periodo del año pasado, por el impacto del incremento de la inflación respecto del mismo periodo del año anterior.

Como resultado, la utilidad neta del periodo ascendió a \$94.689 millones (MMUS\$ 136), 16,2% 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 \$200.154 millones (MMUS\$ 286) en comparación al cierre de 2014, generado principalmente por un mayor nivel de inventarios. Por su parte, el activo no corriente no bancario se vio incrementado en \$332.542 millones (MMUS\$ 476), principalmente por aumentos en propiedades, planta y equipo, otros activos financieros no corrientes y propiedad de inversión. 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 \$428.577 millones (MMUS\$ 613) en comparación a diciembre 2014, principalmente debido al aumento de créditos y cuentas por cobrar a clientes, por un incremento en operaciones con liquidación en curso y por un aumento en instrumentos de inversión disponibles para la venta, por una mayor actividad en el negocio. Como resultado, el activo total aumentó en \$961.273 millones (MMUS\$ 1.376).

El pasivo corriente no bancario disminuyó en \$64.342 millones (MMUS\$ 92) 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 \$310.442 millones (MMUS\$ 444), 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 \$445.313 millones (MMUS\$ 637) por mayores depósitos y otras captaciones a plazo y por mayores operaciones con liquidación en curso. Como resultado, el pasivo total aumentó en \$691.412 millones (MMUS\$ 990).

4. Flujo de Caja Consolidado

El flujo de efectivo procedente de actividades de operación del negocio no bancario creció en \$195.860 millones (MMUS\$ 280) a septiembre 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 \$86.472 millones (MMUS\$ 124), 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 \$282.332 millones (MMUS\$ 404) en el periodo.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

El flujo de efectivo procedente de actividades de inversión del negocio no bancario fue \$350.492 millones (MMUS\$ 502) menos negativo en comparación al mismo periodo del año anterior, principalmente por la adquisición de Maestro en septiembre de 2014, por menores compras de otros activos de largo plazo y menores compras de propiedad, planta y equipo. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de inversión de negocios bancarios fue \$37.803 millones (MMUS\$ 54) más negativo respecto al mismo periodo del año anterior, debido principalmente a un flujo más 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 septiembre 2015 resultó en \$312.689 millones (MMUS\$ 448) menos negativo que el mismo periodo del año 2014.

El flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio no bancario a septiembre 2015 fue \$441.378 millones (MMUS\$ 632) 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 \$69.050 millones (MMUS\$ 99) menos negativo a lo obtenido el mismo periodo del año anterior debido al menor pago de deuda y a la emisión de bonos por parte del Banco Falabella Chile. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de financiación consolidado resultó en \$372.328 millones (MMUS\$ 533) más negativo al mismo flujo del periodo anterior.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

V. Indicadores de Retail

1. Ingresos de Negocios Retail

Ingresos Retail 3Q 2015 (MMUS\$) ^{2,3,4}

	3Q14	3Q15	Var %	Var Moneda Local %
Chile				
Tiendas por Departamento	399,9	429,1	7,3%	7,3%
Mejoramiento del Hogar	600,5	642,6	7,0%	7,0%
Supermercados	218,9	236,4	8,0%	8,0%
Perú				
Tiendas por Departamento	196,0	210,2	7,2%	4,3%
Mejoramiento del Hogar	125,5	231,9	84,8%	79,1%
Supermercados	207,5	226,1	8,9%	5,8%
Colombia				
Tiendas por Departamento	115,2	103,5	-10,1%	18,1%
Mejoramiento del Hogar	316,8	278,9	-12,0%	15,8%
Argentina				
Tiendas por Departamento	110,3	138,8	25,8%	19,6%
Mejoramiento del Hogar	49,3	72,3	46,7%	39,6%
Brasil				
Mejoramiento del Hogar	79,5	59,7	-24,9%	-0,9%

Ingresos Retail 9M 2015 (MMUS\$)

	9M14	9M15	Var %	Var Moneda Local ² %
Chile				
Tiendas por Departamento	1.283,5	1.315,7	2,5%	2,5%
Mejoramiento del Hogar	1.922,0	2.072,2	7,8%	7,8%
Supermercados	627,7	690,0	9,9%	9,9%
Perú				
Tiendas por Departamento	553,9	578,3	4,4%	2,6%
Mejoramiento del Hogar	361,3	679,3	88,0%	84,0%
Supermercados	598,1	658,4	10,1%	8,1%
Colombia				
Tiendas por Departamento	339,5	318,9	-6,1%	11,7%
Mejoramiento del Hogar	854,9	814,7	-4,7%	13,5%
Argentina				
Tiendas por Departamento	325,3	375,3	15,4%	13,6%
Mejoramiento del Hogar	129,8	199,7	53,9%	51,8%
Brasil				
Mejoramiento del Hogar	215,5	181,3	-15,9%	1,3%

² No incluye ingresos de negocios de crédito.

³ Pesos chilenos nominales, convertidos a US\$ al tipo de cambio observado del 1 de octubre de 2015, para el actual periodo y el mismo periodo del año pasado.

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



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Crecimiento de Ventas Nominal por Local Equivalente – Same Store Sales (SSS) ^{5,6,7,8}

	1Q14	2Q14	3Q14	4Q14	2014	1Q15	2Q15	3Q15	9M14	9M15
Chile										
Tiendas por Departamento	5,5%	5,6%	-4,5%	-0,3%	1,5%	4,0%	2,8%	7,9%	2,4%	4,8%
Mejoramiento del Hogar	7,2%	3,7%	4,6%	5,1%	5,3%	7,9%	8,7%	5,7%	5,3%	7,5%
Supermercados	6,5%	9,3%	5,6%	2,0%	5,5%	6,2%	4,1%	2,1%	7,1%	4,0%
Perú										
Tiendas por Departamento	3,7%	-3,4%	0,6%	-1,3%	-0,7%	-1,3%	-2,7%	-0,2%	-0,4%	-1,4%
Mejoramiento del Hogar	-2,5%	-5,0%	-4,4%	-2,1%	-3,4%	0,4%	-1,9%	-4,3%	-3,8%	-2,0%
Supermercados	5,3%	6,4%	4,9%	4,5%	5,1%	3,2%	2,1%	0,2%	5,4%	1,8%
Colombia										
Tiendas por Departamento	2,2%	13,6%	8,7%	6,9%	7,8%	0,0%	-1,1%	7,1%	8,0%	2,0%
Mejoramiento del Hogar	5,9%	4,1%	5,8%	6,8%	6,0%	9,5%	11,8%	13,0%	5,7%	11,4%
Argentina										
Tiendas por Departamento	35,6%	31,3%	20,5%	17,4%	24,7%	9,5%	11,3%	22,4%	28,7%	14,5%
Mejoramiento del Hogar	28,8%	21,4%	27,1%	26,8%	26,1%	41,0%	37,9%	36,3%	26,1%	38,3%
Brasil										
Mejoramiento del Hogar	2,2%	-0,9%	-4,4%	-8,1%	-3,1%	-0,3%	2,2%	-9,0%	-1,3%	-2,6%

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

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

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

⁸ 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 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

2. Número de Locales y Superficies de Ventas de Formatos Retail^{9,10,11}

	Septiembre 2014		Septiembre 2015	
	Superficie (m ²)	Locales (#)	Superficie (m ²)	Locales (#)
Chile				
Tiendas por Departamento	295.946	43	311.721	45
Mejoramiento del Hogar	675.363	82	703.230	85
Supermercados	174.971	49	187.152	53
Perú				
Tiendas por Departamento	152.932	24	162.166	26
Mejoramiento del Hogar	356.963	55	372.401	57
Supermercados	165.232	43	181.781	49
Colombia				
Tiendas por Departamento	95.405	15	114.025	18
Mejoramiento del Hogar	322.609	33	337.950	35
Argentina				
Tiendas por Departamento	57.762	11	57.762	11
Mejoramiento del Hogar	83.736	8	83.736	8
Brasil				
Mejoramiento del Hogar	119.006	56	130.578	57
Uruguay				
Mejoramiento del Hogar	--	--	19.211	2
Total Locales	2.499.925	419	2.661.713	446

3. Número de Centros Comerciales y Superficie Arrendable de Operadores Inmobiliarios¹²

	Septiembre 2014		Septiembre 2015	
	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)
Chile				
Mall Plaza	1.136.000	14	1.195.000	15
Open Plaza	235.000	10	232.000	10
Perú				
Aventura Plaza	261.000	4	275.000	4
Open Plaza	234.000	8	247.000	9
Colombia				
Mall Plaza	26.000	1	26.000	1
Total Inmobiliario	1.892.000	37	1.975.000	39

Adicionalmente, el Grupo es dueño de aproximadamente 1.007.000 m² adicionales de superficie arrendable en ubicaciones *free standing* de Falabella, Sodimac, Tottus y Maestro en la región.

⁹ Durante 2014 hubo recuento de superficies que puede implicar diferencias con la información entregada en septiembre 2014.

¹⁰ La superficie de venta incluye la línea de caja. En el caso de Tottus, representa aproximadamente un 8% de la superficie. Esta definición puede diferir de cómo lo miden otros actores del mercado y tiene implicancias en la comparación de venta/m²

¹¹ En Brasil, durante la segunda mitad del 2014 (en agosto y diciembre), se cerraron dos franquicias Dicico. Durante el 3Q15 se cerró una tienda Dicico.

¹² 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 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

4. Venta por Metro Cuadrado de Formatos Retail

Ventas por metro cuadrado 3Q 2015 (US\$ / m²)^{13,14}

	3Q14	3Q15	Var %
Chile			
Tiendas por Departamento	1.362	1.394	2,3%
Mejoramiento del Hogar	884	914	3,4%
Supermercados	1.252	1.263	0,9%
Perú			
Tiendas por Departamento	1.282	1.324	3,3%
Mejoramiento del Hogar	666	623	-6,6%
Supermercados	1.256	1.244	-1,0%
Colombia			
Tiendas por Departamento	1.207	908	-24,8%
Mejoramiento del Hogar	982	825	-16,0%
Argentina			
Tiendas por Departamento	1.910	2.403	25,8%
Mejoramiento del Hogar	622	863	38,7%
Brasil			
Mejoramiento del Hogar	660	454	-31,3%
TOTAL	1.002	992	-1,1%

Ventas por metro cuadrado 9M 2015 (US\$ / m²)

	9M14	9M15	Var %
Chile			
Tiendas por Departamento	4.380	4.271	-2,5%
Mejoramiento del Hogar	2.835	2.982	5,2%
Supermercados	3.600	3.729	3,6%
Perú			
Tiendas por Departamento	3.714	3.684	-0,8%
Mejoramiento del Hogar	1.941	1.835	-5,5%
Supermercados	3.650	3.618	-0,9%
Colombia			
Tiendas por Departamento	3.558	2.797	-21,4%
Mejoramiento del Hogar	2.655	2.434	-8,3%
Argentina			
Tiendas por Departamento	5.632	6.498	15,4%
Mejoramiento del Hogar	1.687	2.381	41,1%
Brasil			
Mejoramiento del Hogar	1.794	1.425	-20,5%
TOTAL	3.057	3.015	-1,4%

¹³ 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.

¹⁴ La superficie de venta incluye la línea de caja. En el caso de Tottus, representa aproximadamente un 8% 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 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

VI. Indicadores Financieros

1. Indicadores de Crédito^{15,16,17,18,19}

		1Q14	2Q14	3Q14	4Q14	1Q15	2Q15	3Q15
CMR Chile (Tarjeta)								
Stock Colocaciones Brutas	MM CLP	1.068.905	1.089.630	1.111.685	1.224.623	1.255.878	1.277.464	1.266.825
Stock Provisiones	MM CLP	(39.911)	(44.582)	(44.333)	(42.861)	(46.978)	(51.619)	(49.880)
Castigo Neto (de recuperó)	MM CLP	10.536	18.369	30.695	41.735	12.412	23.271	38.540
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	2.113.062	2.140.968	2.160.685	2.247.183	2.294.285	2.311.288	2.306.532
Duración	Meses	3,7	4,0	4,2	4,3	3,9	4,1	4,1
Deuda Promedio	CLP	505.856	508.943	514.506	544.959	547.394	552.707	549.234
Banco Falabella Chile								
Stock Colocaciones Brutas	MM CLP	1.240.235	1.264.198	1.278.712	1.311.374	1.329.908	1.346.129	1.375.583
Stock Provisiones	MM CLP	(60.483)	(64.174)	(63.639)	(63.318)	(65.118)	(64.868)	(67.503)
Castigo Neto (de recuperó)	MM CLP	8.600	18.570	27.121	35.902	9.919	19.914	30.394
Banco Falabella Perú								
Stock Colocaciones Brutas	MM PEN	2.479	2.619	2.712	3.076	3.188	3.491	3.620
Stock Provisiones	MM PEN	(187)	(193)	(201)	(213)	(225)	(244)	(260)
Castigo Neto (de recuperó)	MM PEN	26	52	75	98	26	67	111
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	922.545	948.773	965.078	1.017.653	1.022.313	1.033.171	1.036.351
Duración	Meses	10	10	10	10	11	11	11
Deuda Promedio Consumo	PEN	2.687	2.761	2.810	3.023	3.119	3.379	3.493
Banco Falabella Colombia								
Stock Colocaciones Brutas	MM COP	1.153.403	1.245.697	1.302.908	1.471.806	1.442.319	1.507.428	1.545.704
Stock Provisiones	MM COP	(76.451)	(78.869)	(79.971)	(84.922)	(84.926)	(92.426)	(94.828)
Castigo Neto (de recuperó)	MM COP	12.788	24.812	36.689	49.030	13.764	27.235	43.525
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	722.110	739.464	749.720	803.984	792.865	817.481	829.995
Duración	Meses	7,6	7,8	7,9	7,7	8,2	8,1	8,3
Deuda Promedio Consumo	COP	1.597.268	1.684.595	1.737.859	1.830.641	1.819.124	1.843.991	1.749.925
CMR Argentina (Tarjeta)								
Stock Colocaciones Brutas	MM ARS	1.797	1.819	1.714	1.938	2.021	2.219	2.369
Stock Provisiones	MM ARS	(43)	(53)	(47)	(48)	(49)	(52)	(44)
Castigo Neto (de recuperó)	MM ARS	9	21	37	54	15	23	30
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	539.337	525.034	512.447	504.244	528.600	519.261	512.036
Duración	Meses	3,1	2,8	2,6	2,7	2,7	2,9	2,8
Deuda Promedio	ARS	3.332	3.465	3.345	3.844	3.823	4.274	4.626

¹⁵ 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.

¹⁶ La duración se calcula en meses según la duración implícita: $1/[(\text{flujo del mes})/\text{colocación}]$.

¹⁷ El stock de colocaciones brutas incluye todas las colocaciones, no solamente consumo.

¹⁸ 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.

¹⁹ 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 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

2. Porcentaje de Venta a través de Tarjeta CMR^{20,21,22}

	1Q 14	1S 14	9M14	2014	1Q 15	1S15	9M15
Chile - Falabella	51,5%	52,9%	53,0%	52,7%	50,1%	52,0%	52,0%
Chile - Sodimac	28,4%	28,5%	28,3%	28,3%	27,5%	27,3%	27,3%
Chile - Tottus	17,4%	18,6%	19,5%	19,6%	19,0%	19,4%	19,8%
Perú - Saga, Sodimac, Tottus	39,5%	41,9%	41,8%	42,5%	35,1%	37,5%	37,9%
Colombia - Falabella y Sodimac	22,6%	24,7%	24,6%	25,7%	22,3%	24,3%	23,9%
Argentina - Falabella y Sodimac	27,7%	29,7%	28,5%	27,4%	25,6%	25,1%	24,9%

²⁰ Porcentaje de venta con CMR: es la venta a través de la tarjeta con respecto a la venta total de cada negocio.

²¹ 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.

²² Números incorporan las ventas de Maestro desde el 1Q15.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

VII. Otros Indicadores

Días de Cobro,²³ de Pago y Rotación de Inventario²⁴

Chile

	Tiendas por Dep.		Mejor. del Hogar		Supermercados		Promotora CMR		Plaza S.A.	
	3Q14	3Q15	3Q14	3Q15	3Q14	3Q15	3Q14	3Q15	3Q14	3Q15
Días promedio de cobro	6,5	7,7	25,6	24,6	1,4	1,5	126,0	123,0	34,0	29,0
Días promedio de pago	54,7	44,8	44,0	46,1	44,7	44,3	NA	NA	NA	NA
Días de inventario	91,0	95,0	79,4	84,1	39,1	41,6	NA	NA	NA	NA

Operaciones Internacionales²⁵

	Perú		Argentina		Colombia		Brasil	
	3Q14	3Q15	3Q14	3Q15	3Q14	3Q15	3Q14	3Q15
Días promedio de cobro	4,4	3,0	15,3	13,6	5,7	6,4	64,7	39,7
Días promedio de pago	58,7	51,1	66,3	74,4	82,4	89,7	89,7	94,9
Días de inventario	101,1	95,5	131,5	111,4	122,1	136,3	107,5	127,7

²³ 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.

²⁴ 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.

²⁵ Los indicadores incluyen las operaciones de *retail* únicamente, excepto Perú, que incluye las dos empresas inmobiliarias de Maestro.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

VIII. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio

Resultados Operacionales 3Q 2015 (MMUS\$)^{26,27}

Chile

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	3Q14	3Q15	Var %	3Q14	3Q15	Var %	3Q14	3Q15	Var %
Ingresos	399,9	429,1	7,3%	600,5	642,6	7,0%	218,9	236,4	8,0%
Margen Bruto	27,3%	29,9%	17,4%	28,6%	29,6%	10,7%	23,1%	23,6%	10,3%
GAV / Ingresos	-29,2%	-29,5%	8,4%	-24,7%	-26,3%	14,2%	-23,1%	-23,0%	7,3%
GAV s D&A / Ingresos	-27,2%	-27,3%	7,7%	-23,6%	-25,2%	14,2%	-20,3%	-20,5%	8,9%
Margen EBITDA	0,1%	2,6%	1999,8%	5,8%	5,2%	-4,1%	2,8%	3,1%	20,5%
Margen Operacional	-1,9%	0,4%	NM	3,9%	3,3%	-11,2%	0,0%	0,6%	NM

	Promotora CMR			Banco Falabella Chile			Plaza S.A.		
	3Q14	3Q15	Var %	3Q14	3Q15	Var %	3Q14	3Q15	Var %
Ingresos	117,8	126,5	7,4%	92,8	109,6	18,0%	78,9	88,5	12,1%
Margen Bruto	53,7%	52,0%	4,0%	58,0%	52,8%	7,4%	82,0%	78,9%	7,8%
GAV / Ingresos	-10,3%	-11,4%	18,7%	-34,4%	-31,4%	7,7%	-13,0%	-8,8%	-24,2%
GAV s D&A / Ingresos	-10,3%	-11,4%	18,7%	-31,8%	-29,0%	7,6%	-12,7%	-8,5%	-24,6%
Margen EBITDA	43,4%	40,6%	0,5%	26,2%	23,8%	7,2%	81,8%	82,4%	13,0%
Margen Operacional	43,4%	40,6%	0,5%	23,6%	21,4%	7,0%	69,0%	70,1%	13,9%

Operaciones Internacionales

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil		
	3Q14	3Q15	Var %	3Q14	3Q15	Var %	3Q14	3Q15	Var %	3Q14	3Q15	Var %
Ingresos	600,7	766,5	27,6%	167,7	150,9	-10,0%	180,3	237,3	31,6%	79,5	59,7	-24,9%
Margen Bruto	30,3%	31,8%	34,0%	40,2%	37,6%	-15,9%	40,8%	42,1%	35,8%	33,2%	31,4%	-29,0%
GAV / Ingresos	-23,4%	-24,5%	33,6%	-34,4%	-33,1%	-13,3%	-36,8%	-37,7%	34,9%	-33,8%	-36,9%	-18,0%
GAV s D&A / Ingresos	-20,7%	-21,5%	32,6%	-30,5%	-30,2%	-10,9%	-35,5%	-36,6%	35,4%	-31,9%	-34,3%	-19,2%
Margen EBITDA	9,7%	10,4%	37,0%	9,7%	7,4%	-31,7%	5,2%	5,5%	38,6%	1,3%	-2,9%	-265,6%
Margen Operacional	6,9%	7,3%	35,2%	5,9%	4,5%	-30,9%	4,0%	4,3%	44,4%	-0,6%	-5,4%	NM

²⁶ 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.

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



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Resultados Operacionales 9M 2015 (MMUS\$)^{28,29}

Chile

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	9M14	9M15	Var %	9M14	9M15	Var %	9M14	9M15	Var %
Ingresos	1.283,5	1.315,7	2,5%	1.922,0	2.072,2	7,8%	627,7	690,0	9,9%
Margen Bruto	28,6%	30,7%	10,3%	28,5%	29,0%	9,7%	23,9%	24,3%	11,9%
GAV / Ingresos	-27,5%	-28,8%	7,5%	-22,7%	-23,7%	12,3%	-23,6%	-23,1%	7,8%
GAV s D&A / Ingresos	-25,7%	-26,7%	6,8%	-21,2%	-22,1%	12,3%	-20,7%	-20,6%	9,2%
Margen EBITDA	2,9%	4,0%	41,5%	7,5%	7,1%	2,0%	3,2%	3,7%	29,8%
Margen Operacional	1,1%	1,9%	81,8%	5,8%	5,3%	-0,8%	0,3%	1,2%	363,5%

	Promotora CMR ¹⁷			Banco Falabella Chile			Plaza S.A.		
	9M14	9M15	Var %	9M14	9M15	Var %	9M14	9M15	Var %
Ingresos	351,8	378,2	7,5%	288,2	304,1	5,5%	231,7	256,2	10,6%
Margen Bruto	51,7%	50,3%	4,6%	48,3%	55,8%	21,8%	80,6%	78,5%	7,6%
GAV / Ingresos	-9,9%	-11,0%	19,0%	-30,6%	-31,7%	9,0%	-12,0%	-11,3%	4,6%
GAV s D&A / Ingresos	-9,9%	-11,0%	19,0%	-28,3%	-29,1%	8,5%	-11,6%	-10,0%	-5,3%
Margen EBITDA	41,8%	39,3%	1,2%	20,0%	26,7%	40,6%	81,0%	81,0%	10,6%
Margen Operacional	41,8%	39,3%	1,2%	17,7%	24,1%	44,1%	68,7%	67,2%	8,2%

Operaciones Internacionales

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil		
	9M14	9M15	Var %	9M14	9M15	Var %	9M14	9M15	Var %	9M14	9M15	Var %
Ingresos	1.716,4	2.179,5	27,0%	482,8	464,4	-3,8%	514,3	647,6	25,9%	215,5	181,3	-15,9%
Margen Bruto	30,6%	31,2%	29,6%	38,3%	38,3%	-3,6%	41,0%	41,7%	27,9%	31,9%	32,4%	-14,8%
GAV / Ingresos	-23,7%	-24,0%	28,8%	-33,6%	-35,0%	0,3%	-36,0%	-36,9%	29,2%	-33,0%	-39,0%	-0,7%
GAV s D&A / Ingresos	-20,9%	-21,0%	27,2%	-30,1%	-32,0%	2,3%	-34,7%	-35,7%	29,5%	-31,0%	-36,7%	-0,5%
Margen EBITDA	9,7%	10,3%	34,8%	8,2%	6,3%	-25,5%	6,3%	6,0%	19,0%	0,9%	-4,4%	-509,4%
Margen Operacional	6,9%	7,2%	32,3%	4,7%	3,3%	-32,1%	5,0%	4,8%	18,8%	-1,1%	-6,6%	NM

²⁸ 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.

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



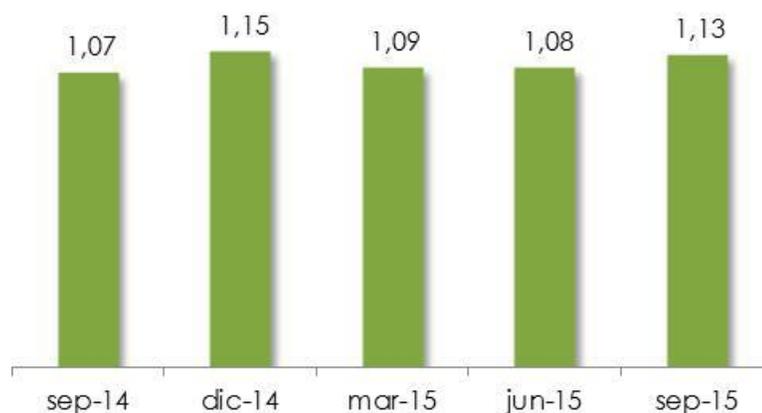
RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

IX. Estructura Financiera

El Total Pasivos al 30 de septiembre de 2015 alcanzó \$7.836.844 millones (MMUS\$ 11.216). Por su parte, el Leverage de los Negocios no Bancarios³⁰ asciende a 1,13. Considerando la deuda financiera³¹ de los negocios no bancarios, el ratio Deuda Financiera Neta / EBITDA asciende a 3,10.³²

S.A.C.I. Falabella tiene, como política para sus negocios, levantar deuda en moneda local o bien en moneda extranjera cubierta a moneda local, para financiar sus necesidades de fondos. Dentro de esa política, la Compañía ha recurrido al mercado internacional para levantar deuda, destacando la emisión, bajo la norma 144^a/Reg S, de dos bonos en dólares, uno por US\$ 500 millones y otro bono por US\$ 400 millones, los cuales están cubiertos, tanto a nivel de capital como de intereses, con swaps hasta su vencimiento.

Leverage Negocios no Bancarios



Deuda Financiera Neta / EBITDA Negocios no Bancario³³



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

³¹ 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)

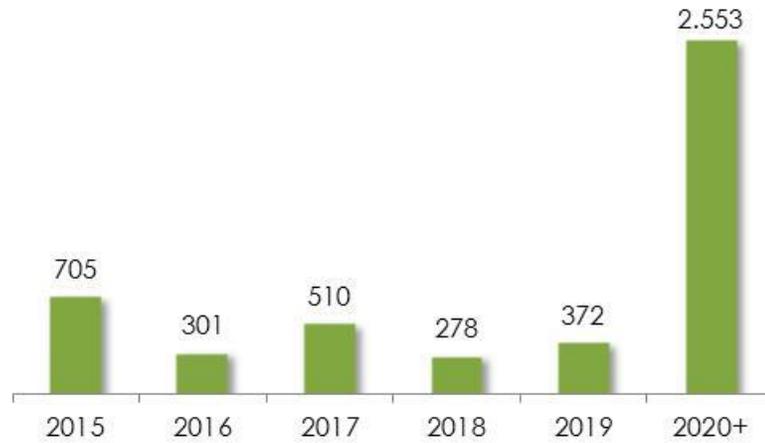
³² Desde septiembre 2014 se considera la deuda financiera de Maestro, mientras que el EBITDA de Maestro se consolida sólo en el último trimestre de 2014.

³³ 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 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Perfil de Vencimientos de Deuda^{34,35}



Deuda Financiera Total Consolidada (sin operaciones bancarias): MMUS\$ 4.720.

³⁴ 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.

³⁵ Saldos en USD convertidos al tipo de cambio de cierre de cada país.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

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

	Por el Periodo terminado al 30-Sept-15	Por el Periodo terminado al 30-Sept-14
	M\$	M\$
Estado de Resultados		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Ingresos de actividades ordinarias	5.493.820.849	4.909.165.262
Costo de ventas	(3.658.485.335)	(3.289.295.297)
Ganancia bruta	1.835.335.514	1.619.869.965
Costos de distribución	(60.546.240)	(60.898.310)
Gastos de administración	(1.195.253.521)	(1.027.369.184)
Otros gastos, por función	(101.386.213)	(99.754.005)
Otras ganancias (pérdidas)	(4.186.106)	1.452.391
Ingresos financieros	26.431.824	14.675.971
Costos financieros	(124.994.275)	(99.469.879)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	17.178.184	17.471.681
Diferencias de cambio	(16.556.899)	(22.810.567)
Resultado por unidades de reajuste	(23.814.649)	(28.350.981)
Ganancia antes de impuestos	352.207.619	314.817.082
Gasto por impuestos a las ganancias	(72.488.960)	(61.310.484)
Ganancia de negocios no bancarios	279.718.659	253.506.598
Negocios Bancarios (Presentación)		
Ingresos por intereses y reajustes	358.562.771	326.236.918
Gastos por intereses y reajustes	(96.289.736)	(94.701.152)
Ingreso neto por intereses y reajustes	262.273.035	231.535.766
Ingresos por comisiones	94.436.261	77.889.150
Gastos por comisiones	(24.151.703)	(20.233.299)
Ingreso neto por comisiones	70.284.558	57.655.851
Utilidad neta de operaciones financieras	(1.267.961)	5.372.818
Utilidad (Pérdida) de cambio neta	9.751.101	1.996.641
Otros ingresos operacionales	956.979	444.546
Provisión por riesgo de crédito	(80.966.414)	(68.880.063)
Total ingreso operacional neto	261.031.298	228.125.559
Remuneraciones y gastos del personal	(67.145.132)	(60.681.834)
Gastos de Administración	(83.492.247)	(72.027.759)
Depreciaciones y amortizaciones	(11.336.748)	(11.040.509)
Otros gastos operacionales	(7.408.946)	(7.127.650)
Total gastos operacionales	(169.383.073)	(150.877.752)
Resultado operacional	91.648.225	77.247.807
Resultado por inversiones en sociedades	444.216	291.782
Resultado antes de impuesto a la renta	92.092.441	77.539.589
Impuesto a la renta	(24.821.244)	(20.469.503)
Ganancia de negocios bancarios	67.271.197	57.070.086
Ganancia	346.989.856	310.576.684
Ganancia atribuible a		
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	315.919.930	279.940.970
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	31.069.926	30.635.714
Ganancia	346.989.856	310.576.684
Ganancias por acción		
Ganancia por acción básica		
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	0,1298	0,1151
Ganancia por acción básica	0,1298	0,1151
Ganancia por acción diluida		
Ganancia por acción diluida procedente de operaciones continuadas	0,1298	0,1148
Ganancia por acción diluida	0,1298	0,1148

³⁶ Negocio Bancario no incluye CMR Chile ni CMR Argentina.



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	30-sep-15	31-dic-14
	M\$	M\$
Activos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Activos corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	183.928.635	211.219.868
Otros activos financieros corrientes	25.860.708	10.591.044
Otros activos no financieros corrientes	108.951.189	88.613.455
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	1.496.687.783	1.469.813.782
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	7.308.765	14.382.645
Inventarios	1.183.876.660	1.019.199.966
Activos por impuestos corrientes	59.139.784	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	3.065.753.524	2.863.387.103
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	2.937.215	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	2.937.215	5.150.100
Total activos corrientes	3.068.690.739	2.868.537.203
Activos no corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	166.634.357	71.524.973
Otros activos no financieros no corrientes	42.140.096	32.688.857
Derechos por cobrar no corrientes	196.418.115	206.165.723
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	183.742.811	163.334.299
Activos intangibles distintos de la plusvalía	243.856.321	233.503.315
Plusvalía	468.317.222	465.969.088
Propiedades, planta y equipo	2.221.999.544	2.118.686.008
Propiedad de inversión	2.199.738.158	2.121.112.163
Activos por impuestos diferidos	90.848.323	68.168.041
Total activos no corrientes	5.813.694.947	5.481.152.467
Total activos de negocios no bancarios	8.882.385.686	8.349.689.670
Activos Negocios Bancarios (Presentación)		
Efectivo y depósitos en bancos	361.167.822	347.215.192
Operaciones con liquidación en curso	125.799.387	10.125.348
Instrumentos para negociación	86.833.615	55.864.410
Contratos de derivados financieros	10.532.530	14.503.691
Adeudado por bancos	-	29.977.748
Créditos y cuentas por cobrar a clientes	2.375.282.708	2.180.384.460
Instrumentos de inversión disponibles para la venta	358.466.618	264.017.567
Inversiones en sociedades	3.084.417	1.910.151
Intangibles	30.346.183	23.769.265
Activo fijo	36.353.622	36.934.564
Impuestos corrientes	3.321.323	1.873.669
Impuestos diferidos	16.510.493	14.509.536
Otros activos	18.148.618	16.184.783
Total activos negocios bancarios	3.425.847.336	2.997.270.384
Total activos	12.308.233.022	11.346.960.054



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	30-sep-15	31-dic-14
	M\$	M\$
Patrimonio Neto y Pasivos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Pasivos corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	752.126.070	736.529.589
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	915.666.040	966.061.609
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	10.170.175	9.894.036
Otras provisiones a corto plazo	12.494.517	10.248.584
Pasivos por Impuestos corrientes	19.970.017	25.734.030
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	117.527.087	110.578.122
Otros pasivos no financieros corrientes	96.287.900	129.538.281
Total pasivos corrientes	1.924.241.806	1.988.584.251
Pasivos no corrientes	-	-
Otros pasivos financieros no corrientes	2.621.346.787	2.316.360.511
Pasivos no corrientes	1.281.185	1.208.738
Otras provisiones a largo plazo	17.077.260	17.548.571
Pasivo por impuestos diferidos	372.317.364	368.505.463
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	17.993.429	19.717.004
Otros pasivos no financieros no corrientes	35.949.577	32.183.682
Total pasivos no corrientes	3.065.965.602	2.755.523.969
Total pasivos de negocios no bancarios	4.990.207.408	4.744.108.220
Pasivos Negocios Bancarios (Presentación)		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	279.135.584	241.347.479
Operaciones con liquidación en curso	121.997.688	4.852.755
Depósitos y otras captaciones a plazo	1.886.149.780	1.671.548.562
Contratos de derivados financieros	10.637.674	8.637.377
Obligaciones con bancos	81.278.971	66.923.264
Instrumentos de deuda emitidos	298.720.078	240.739.591
Otras obligaciones financieras	165.526.040	175.729.113
Impuestos corrientes	3.627.914	59.511
Provisiones	6.418.840	5.491.575
Otros pasivos	56.406.473	49.257.187
Total pasivos negocios bancarios	2.909.899.042	2.464.586.414
Total pasivos	7.900.106.450	7.208.694.634
Patrimonio Neto		
Capital emitido	533.409.643	533.409.643
Ganancias acumuladas	3.130.376.794	2.913.524.436
Primas de emisión	93.482.329	93.482.329
Acciones propias en cartera	(5.757.939)	(3.495.432)
Otras reservas	(55.254.087)	(92.000.283)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	3.696.256.740	3.444.920.693
Participaciones no controladoras	711.869.832	693.344.727
Patrimonio total	4.408.126.572	4.138.265.420
Total de patrimonio y pasivos	12.308.233.022	11.346.960.054



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	30-sep-15	30-sep-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	6.575.909.789	5.880.542.914
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(4.970.538.981)	(4.558.704.464)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(718.552.842)	(621.836.958)
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(99.771.861)	(69.353.726)
Otras entradas (salidas) de efectivo	(416.017.608)	(455.479.378)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación de negocios no bancarios	371.028.497	175.168.388
Negocios Bancarios (Presentación)		
Utilidad (pérdida) consolidada del ejercicio	67.271.197	57.070.086
Cargos (abonos) a resultados que no significan movimientos de efectivo:		
Depreciaciones y amortizaciones	11.336.748	11.040.509
Provisiones por riesgo de crédito	99.413.152	102.939.122
Utilidad neta por inversiones en sociedades con influencia significativa	(444.216)	(291.782)
Otros cargos (abonos) que no significan movimiento de efectivo	17.603.022	6.355.232
Variación neta de intereses, reajustes y comisiones devengadas sobre activos y pasivos	(1.547.350)	(2.465.200)
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	(287.118.511)	(269.396.161)
(Aumento) disminución neta de instrumentos para negociación	(4.803.705)	39.499.732
Aumento (disminución) de depósitos y otras obligaciones a la vista	37.788.106	24.579.611
Aumento (disminución) de depósitos y otras captaciones a plazo	208.102.377	125.349.685
Aumento (disminución) de obligaciones con bancos	14.355.707	(50.683)
Otras salidas de efectivo	(46.202.268)	(35.370.217)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de la operación negocios bancarios	145.732.007	59.259.934
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	516.760.504	234.428.322
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	-	(290.890.488)
Aportes realizados en asociadas	(4.090.717)	-
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	3.643.171	1.076.581
Compras de propiedades, planta y equipo	(238.147.218)	(266.301.657)
Compras de activos intangibles	(21.526.781)	(16.551.443)
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	-	488.038
Compras de otros activos a largo plazo	(94.843.898)	(143.064.147)
Dividendos recibidos	4.969.110	4.540.803
Intereses recibidos	6.336.879	5.629.659
Otras entradas (salidas) de efectivo	3.845.643	14.767.134
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión de negocios no bancarios	(339.813.811)	(690.305.520)
Negocios Bancarios (Presentación)		
(Aumento) disminución neta de instrumentos de inversión disponibles para la venta	(95.393.372)	(63.039.852)
Compras de activos fijos	(14.328.479)	(9.742.436)
Aportes realizados en asociadas	(819.263)	-
Dividendos recibidos de inversiones en sociedades	385.586	202.870
Otras entradas de efectivo	(23.998.578)	(23.772.034)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión negocios bancarios	(134.154.106)	(96.351.452)
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(473.967.917)	(786.656.972)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Importes procedentes de la emisión de acciones	3.816.562	38.774.316
Pagos por adquirir las acciones de la entidad	(2.262.507)	(1.866.984)
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	150.487.194	718.924.813
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	2.161.326.494	1.266.886.124
Total importes procedentes de préstamos	2.311.813.688	1.985.810.937
Préstamos de entidades relacionadas	-	-
Pagos de préstamos	(2.144.439.333)	(1.491.915.161)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(20.831.666)	(6.640.780)
Dividendos pagados	(130.161.146)	(117.208.595)
Intereses pagados	(111.901.586)	(61.915.187)
Otras entradas (salidas) de efectivo	(3.337.103)	(963.927)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación de negocios no bancarios	(97.303.091)	344.074.619
Negocios Bancarios (Presentación)		
(Rescate) Emisión de letras de crédito	(8.043.025)	1.691.878
Pago de bonos y otros préstamos obtenidos a largo plazo	57.980.487	(36.569.611)
Otros	(7.053.733)	8.711.922
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación negocios bancarios	42.883.729	(26.165.811)
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	(54.419.362)	317.908.808
Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	(11.626.775)	(234.319.842)
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	13.442.486	23.684.045
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	1.815.711	(210.635.797)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	610.126.163	647.689.942
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	611.941.874	437.054.145



RESULTADOS 3° TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

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

Septiembre 2015	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Promotora CMR	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	(67.842)	72.361	19.742	52.776	90.979	150.094
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(41.328)	(44.380)	(11.695)	(844)	(8.050)	(88.634)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	93.618	(34.119)	(15.192)	(53.922)	(59.688)	(35.559)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(15.552)	(6.138)	(7.145)	(1.991)	23.241	25.901
Efectos y variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(458)	701	13	--	--	562
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	26.822	15.209	4.428	11.167	269.113	42.239

Septiembre 2014	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Promotora CMR	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	95.957	62.022	13.259	51.707	10.021	123.433
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(128.930)	(26.290)	(28.410)	(20.652)	(6.345)	(125.745)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	19.921	(39.960)	11.216	(23.596)	(42.454)	(81.986)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(13.052)	(4.228)	(3.935)	7.460	(38.778)	(84.298)
Efectos y variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	37	357	5	29	--	219
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	32.826	21.017	9.833	4.284	236.906	101.928
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	19.812	17.145	5.902	11.773	198.128	17.849

Flujo de Caja – Operaciones Internacionales (MM\$)

Septiembre 2015	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	53.419	(101.717)	2.849	(6.912)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(67.195)	162	(5.888)	(8.107)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	20.589	68.501	2.200	6.074
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	6.813	(33.054)	(839)	(8.944)
Efectos y variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	14.377	(1.665)	315	(1.154)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	183.232	50.383	4.307	10.845
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	204.422	15.663	3.782	746

Septiembre 2014	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	39.166	(23.841)	(6.317)	727
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(425.308)	(71.812)	(16.604)	(24.075)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	322.613	75.607	21.626	10.002
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(63.530)	(20.046)	(1.295)	(13.345)
Efectos y variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	18.721	2.598	(963)	1.994
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	165.121	39.823	5.837	23.291
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	120.312	22.375	3.579	11.941



RESULTADOS 3° 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) 2487 3910
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.....