

SACI FALABELLA



RESULTADOS
4^{to} TRIMESTRE 2015





Índice

I. Resumen Ejecutivo	3
II. Resultados Consolidados a Diciembre 2015	4
III. Principales Hechos del Periodo	6
IV. Resultados 4to 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 4 de enero de 2016: 710,16 \$/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 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

I. Resumen Ejecutivo

Durante el cuarto trimestre de 2015, los ingresos consolidados ascendieron a \$2.407.361 millones (MMUS\$ 3.390), lo que representa un crecimiento de 6,6% con respecto al mismo periodo del año pasado, mientras que acumulado a diciembre, los ingresos totalizaron \$8.381.944 millones (MMUS\$ 11.803), un 10,4% más que el 2014. En el cuarto trimestre, los mayores ingresos se explican, principalmente, por un incremento en la superficie de venta (5,3%) por la incorporación de 23 nuevas tiendas durante el año y por el crecimiento de ingresos mismas tiendas (SSS) en Chile. Al cierre del 2015, los ingresos provenientes de operaciones fuera de Chile representan un 42% de los ingresos totales del grupo.

La cartera consolidada de colocaciones al 31 de diciembre de 2015 ascendió a \$4.153.726 millones (MMUS\$ 5.849), un 13,3% mayor a 2014, con crecimiento de la cartera en todos los países (en moneda local). El ratio de provisiones sobre colocaciones se mantuvo en un rango estable, año a año, en todos los países.

La ganancia bruta en el trimestre ascendió a \$891.383 millones (MMUS\$ 1.255), un 7,5% más que el mismo periodo del 2014, mientras que el margen bruto creció 29 puntos base año a año. Esta expansión se explica, en gran parte, por las operaciones de Falabella, Sodimac y Tottus, dado una planificación de compras más acertada que, además, permitió limitar liquidaciones, y también por el impacto positivo del mix de ventas. En el acumulado a diciembre, la ganancia bruta ascendió a \$3.014.556 millones (MMUS\$ 4.245), un 11,7 % más que el año pasado con un aumento en el margen bruto de 43 puntos base.

Los gastos de administración y ventas del cuarto trimestre ascendieron a \$586.256 millones (MMUS\$ 826), un 11% más que el mismo trimestre del año 2014, mientras que, como porcentaje de los ingresos, aumentó 96 puntos base. El mayor gasto sobre ingresos es atribuible a mayores gastos en tecnología y sistemas, gastos indexados a la inflación, los gastos de la puesta en marcha de la operación de Sodimac en Brasil y al mayor peso en los resultados de la operación de Argentina (cuyo GAV/ingresos es mayor al consolidado), entre otros factores. Los gastos de administración y ventas a diciembre ascendieron a \$2.139.631 millones (MMUS\$ 3.013), un 13,4% más que el 2014.

El EBITDA consolidado en el cuarto trimestre ascendió a \$369.377 millones (MMUS\$ 520), un 3,4% más que el mismo periodo del año pasado, mientras que el margen EBITDA fue 15,3%, un deterioro de 48 puntos base con respecto al cuarto trimestre de 2014. El EBITDA consolidado a diciembre ascendió a \$1.113.884 millones (MMUS\$ 1.568), un 9,8% más que el 2014.

La utilidad neta consolidada del trimestre alcanzó los \$204.031 millones (MMUS\$ 287), mostrando un incremento de 10,4% en comparación al mismo periodo del 2014. Acumulada a diciembre, la utilidad neta consolidada alcanzó los \$519.951 millones (MMUS\$ 732), un 11,9% más que el 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 cuarto trimestre se abrió Open Plaza Cajamarca en Perú y se incorporaron 13 nuevas tiendas en la región. En Brasil, se abrió la segunda tienda con formato Sodimac del país, en el municipio Ribeirao Preto en el estado de Sao Paulo. Sodimac, además, abrió una tienda en Chile en la ciudad de Copiapó y otra en Colombia en la ciudad de Yopal. Falabella abrió dos tiendas por departamento en Colombia, una en la localidad de Chía al norte de Bogotá y la otra en Cali. Tottus abrió siete tiendas en la región: cuatro en Chile (en Santiago, Maitencillo, Talca y Copiapó) y tres en Perú (Lima, Huaral y Huacho). El Grupo Falabella, además, abrió su primera tienda Crate & Barrel, reconocida marca estadounidense de muebles y artículos para el hogar, en el centro comercial Jockey Plaza, en Lima. Este trimestre la Compañía también inauguró dos nuevos centros de distribución: uno de Sodimac en Colombia y otro de Tottus en Perú, para productos frescos.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

II. Resultados Consolidados a Diciembre 2015

Estado de Resultados Consolidados 4Q 2015 (MM\$)¹

	4Q14	% Ing.	4Q15	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	2.108.830		2.237.934		6,1%
Ingresos de Negocios Bancarios	148.738		169.427		13,9%
Total Ingresos	2.257.568	100,0%	2.407.361	100,0%	6,6%
Costo de Ventas no Bancarios	(1.365.694)	-64,8%	(1.438.423)	-64,3%	5,3%
Costo de Ventas Bancarios	(62.492)	-42,0%	(77.555)	-45,8%	24,1%
Ganancia Bruta	829.382	36,7%	891.383	37,0%	7,5%
GAV	(528.113)	-23,4%	(586.256)	-24,4%	11,0%
Resultado Operacional	301.269	13,3%	305.127	12,7%	1,3%
Depreciación + Amortización	56.020	2,5%	64.250	2,7%	14,7%
EBITDA	357.289	15,8%	369.377	15,3%	3,4%
Otras Ganancias (Pérdidas)	7.054		37.801		435,9%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(47.640)		(51.242)		7,6%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	8.751		8.181		-6,5%
Diferencias de Cambio	(17.416)		(1.652)		-90,5%
Resultado No Operacional	(49.251)	-2,2%	(6.912)	-0,3%	-86,0%
Resultado Antes de Impuestos	252.018	11,2%	298.216	12,4%	18,3%
Impuesto a la Renta	(45.489)		(71.224)		56,6%
Interés Minoritario	(21.741)		(22.961)		5,6%
Ganancia / (Pérdida) Neta	184.788	8,2%	204.031	8,5%	10,4%

Estado de Resultados Consolidados 12M 2015 (MM\$)

	12M14	% Ing.	12M15	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	7.038.380		7.758.561		10,2%
Ingresos de Negocios Bancarios	553.308		623.383		12,7%
Total Ingresos	7.591.688	100,0%	8.381.944	100,0%	10,4%
Costo de Ventas no Bancarios	(4.654.989)	-66,1%	(5.096.909)	-65,7%	9,5%
Costo de Ventas Bancarios	(238.938)	-43,2%	(270.480)	-43,4%	13,2%
Ganancia Bruta	2.697.762	35,5%	3.014.556	36,0%	11,7%
GAV	(1.887.397)	-24,9%	(2.139.631)	-25,5%	13,4%
Resultado Operacional	810.365	10,7%	874.925	10,4%	8,0%
Depreciación + Amortización	204.442	2,7%	238.959	2,9%	16,9%
EBITDA	1.014.807	13,4%	1.113.884	13,3%	9,8%
Otras Ganancias (Pérdidas)	8.506		33.615		295,2%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(160.784)		(173.619)		8,0%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	26.514		25.804		-2,7%
Diferencias de Cambio	(40.227)		(18.209)		-54,7%
Resultado No Operacional	(165.990)	-2,2%	(132.410)	-1,6%	-20,2%
Resultado Antes de Impuestos	644.374	8,5%	742.516	8,9%	15,2%
Impuesto a la Renta	(127.269)		(168.534)		32,4%
Interés Minoritario	(52.377)		(54.031)		3,2%
Ganancia / (Pérdida) Neta	464.729	6,1%	519.951	6,2%	11,9%

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



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

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

	31-12-2014	31-12-2015	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	2.868.537	3.237.792	12,9%
Activos No Corrientes No Bancarios	5.481.152	5.855.381	6,8%
Activos Total No Bancarios	8.349.690	9.093.173	8,9%
Activos Total Negocios Bancarios	2.997.270	3.513.824	17,2%
Activos Total	11.346.960	12.606.997	11,1%
Pasivos Corrientes No Bancarios	1.988.584	2.079.647	4,6%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	2.755.524	3.145.538	14,2%
Pasivos Total No Bancarios	4.744.108	5.225.185	10,1%
Pasivos Total Negocios Bancarios	2.464.586	2.938.520	19,2%
Pasivos Total	7.208.695	8.163.706	13,2%
Patrimonio Total	4.138.265	4.443.291	7,4%
Total Pasivo y Patrimonio Total	11.346.960	12.606.997	11,1%

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

	31-12-2014	31-12-2015	Var %
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	689.562	549.170	-20,4%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	89.257	231.718	159,6%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Total	778.819	780.889	0,3%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(824.795)	(466.049)	-43,5%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	(20.566)	(183.838)	793,9%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total	(845.361)	(649.887)	-23,1%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	100.696	(113.645)	-212,9%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	(85.291)	40.695	-147,7%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total	15.405	(72.950)	-573,6%
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(51.137)	58.052	-213,5%
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	13.573	(7.119)	-152,4%
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	647.690	610.126	-5,8%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	610.126	661.059	8,3%



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

III. Principales Hechos del Periodo

- En el cuarto trimestre se abrieron 13 tiendas y un centro comercial en la región:
 - Falabella abrió dos tiendas en Colombia:
 - En el centro comercial Fontanar, en la localidad de Chía, en la zona norte de Bogotá, con una superficie de venta de 10.000 m².
 - En el centro comercial Jardín Plaza en la ciudad de Cali, con una superficie de venta 7.900 m².
 - Sodimac abrió tres tiendas en la región:
 - En Chile, en la ciudad de Copiapó, con una superficie de venta de 9.200 m².
 - En Colombia, en la ciudad de Yopal, con una superficie de venta de 6.500 m².
 - En Brasil, la segunda tienda Sodimac del país, ubicada en el municipio Ribeirao Preto en el estado de Sao Paulo, al noroeste de la capital, con una superficie de venta de 12.200 m².
 - Tottus abrió siete tiendas en la región:
 - Cuatro en Chile: en la comuna de Recoleta en Santiago, con una superficie de venta de 2.500 m²; en Maitencillo en la Región de Valparaíso (1.800 m²); en la ciudad de Talca (3.900 m²); y en la ciudad de Copiapó (1.600 m²).
 - Tres en Perú: en el centro comercial Molicentro en la ciudad de Lima; en la provincia de Huaral en el departamento de Lima; y en la provincia de Huacho, también en el departamento de Lima. Estas tres tiendas tienen una superficie de venta de 2.500 m², cada una.
 - El Grupo Falabella abrió la primera tienda Crate & Barrel en Sudamérica, ubicada en la ciudad de Lima, Perú en el Mall Jockey Plaza, con una superficie de venta de 2.500m². Crate & Barrel, basada en EE.UU, es una cadena de tiendas de muebles y artículos para el hogar, reconocida por sus diseños, funcionalidad y relación precio/calidad.
 - Open Plaza Cajamarca, ubicado en Perú, celebró su apertura oficial. Este centro comercial, que ya contaba con dos tiendas anclas abiertas (Sodimac y Tottus), incorporó cines, zonas de entretenimiento y locales de servicio. En los próximos meses seguirá sumando nuevos locales menores, hasta alcanzar un GLA de alrededor de 19.000 m².
- El 21 de octubre se pagó un dividendo provisorio, con cargo a las utilidades del ejercicio 2015, de \$26 por acción. Este dividendo fue aprobado en Sesión Ordinaria de Directorio el 29 de septiembre.
- En octubre en Colombia se inauguraron dos tiendas especialistas en Fontanar Centro Comercial, en la localidad de Chía, en la zona norte de Bogotá. Las tiendas son Call it Spring y La Martina.
- En noviembre se puso en marcha el nuevo centro de distribución de Sodimac en Colombia, con una superficie de más de 68.000 m².
- En diciembre se inauguró el nuevo centro de distribución de productos frescos de Tottus Perú, con 17.000 m² de superficie, que se suma a los más de 34.000 m² del CD de productos secos, inaugurado a fines del 2014.
- En diciembre se dio inicio a un proceso de división de Aventura Plaza S.A., como parte de la reestructuración del área inmobiliaria de Falabella Perú S.A.A. (y de su filial Open Plaza S.A.). Producto de la referida división, se conformarán dos sociedades en las que se repartirán los activos de Aventura Plaza S.A., quedando Falabella Perú como dueña de una de ellas. Se estima que este proceso podría estar concluido dentro de un plazo de, aproximadamente, doce meses desde la fecha de inicio del proceso de división.
- Sodimac incorporó, a nivel regional, la línea de herramientas eléctricas de alto rendimiento Ubermann Multiforce. Esta nueva marca propia se orienta al segmento profesional y destaca por sus herramientas 100% inalámbricas.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 **SACI FALABELLA**

- Falabella incorporó 123, la marca francesa de vestuario de mujer, a su portafolio de marcas internacionales exclusivas. Adicionalmente, ingresó a Chile la española Cortefiel, que ya se encontraba disponible en Perú.
- Tottus comenzó a ofrecer productos de la marca Tesco, cadena internacional de supermercados con sede en Reino Unido. Tottus seguirá incorporando productos marca Tesco durante los próximos meses.

Hechos posteriores

- En enero el Grupo Falabella anunció su plan de crecimiento orgánico para el periodo 2016-2019, que contempla inversiones por MMUS\$ 4.038.
 - Un 44% de estos recursos se destinará a la apertura de 131 nuevas tiendas y 10 centros comerciales.
 - Un 30% se invertirá en infraestructura logística (incluyendo nuevos centros de distribución) y tecnología para reforzar el crecimiento omnicanal y obtener mejoras de eficiencia y productividad.
 - Un 26% se destinará a ampliaciones y remodelaciones de tiendas y centros comerciales ya existentes.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

IV. Resultados 4to Trimestre 2015

1. Resultado Operacional

Ingresos

En el cuarto trimestre de 2015, los ingresos consolidados ascendieron a \$2.407.361 millones (MMUS\$ 3.390), lo que representa un aumento de 6,6% con respecto al mismo periodo del año anterior. Esto se explica, en parte, por una mayor superficie de venta, dado que se agregaron, aproximadamente, 137.000 m² en el año, con la apertura de 23 tiendas (y el cierre de un Dicico en Brasil y una Expo Falabella en Chile). Los ingresos consolidados fueron impulsados, además, por el aumento de SSS, particularmente en Chile, y por el crecimiento de las colocaciones en todos los países. La depreciación de las monedas locales en Colombia, Brasil y Argentina contrarrestó parte de este crecimiento. Además, este trimestre la base de comparación fue más alta, dado que el cuarto trimestre del año pasado se comenzó a consolidar los resultados de Maestro que, durante el periodo de 9M15 agregó un 4% de crecimiento a los ingresos de la compañía.

En Chile, todas las unidades de negocio contribuyeron al aumento de los ingresos consolidados. Por su tamaño relativo, Sodimac y Falabella, cuyas ventas crecieron 7,3% y 8%, respectivamente, fueron las unidades que más aportaron al crecimiento de los ingresos. En el caso de Sodimac, las ventas fueron impulsadas por un SSS que aumentó 4,9% 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 8,7%, y por la apertura de una tienda nueva (en reemplazo de una Expo) en los últimos doce meses. El alza en SSS de Falabella se debe a la recuperación de la categoría Electro, al sostenido crecimiento de las ventas omnicanal (Cyberday en noviembre) y por los positivos resultados de los rincones juvenil-damas en las tiendas recientemente remodeladas. Por otro lado, Tottus presentó ingresos que aumentaron 8,5% en el periodo, explicado por un crecimiento de SSS de 2,7% y la apertura de cinco tiendas en los últimos 12 meses. Los ingresos de Plaza aumentaron 6,3%, impulsado, en parte, por un aumento de 1,9% en la superficie arrendable por la apertura de nuevas etapas de Mall Plaza Egaña y Mall Plaza Copiapó.

CMR destacó este trimestre con un crecimiento de ingresos de 19,3%, impulsado mayormente por un crecimiento de 12,7% en colocaciones. Los ingresos de Banco Falabella crecieron 5,4%, explicado por una cartera que aumentó 8%, contrarrestado en parte por menores ingresos por reajustes, dado que la Unidad de Fomento (U.F.) tuvo una variación de 1,1% en el 4Q15 comparado con 1,9% en el mismo periodo del año pasado.

En Perú, los ingresos subieron 5,4%, impulsado principalmente por Banco Falabella Perú, que reportó un crecimiento de 27,1% (en moneda local) en colocaciones; por nuevas aperturas de tiendas, que aumentaron la superficie de ventas en el país en 3,5%; y por la apreciación del PEN contra el CLP. Esto fue parcialmente contrarrestado por un menor dinamismo en el consumo y por una menor venta de productos de temporada (por la tardía llegada de la primavera), lo que impactó a los SSS de los tres formatos de retail. A Sodimac, además, le afectó la debilidad del sector construcción, por lo que la unidad reportó SSS de -5,5% y una variación de ingresos de -1,7% (-4,4% en moneda local). Saga Falabella presentó un crecimiento de ingresos de 5% (2,7% en moneda local), explicado por la apertura de dos nuevas tiendas en los últimos 12 meses, parcialmente contrarrestado por SSS de -0,7%. Tottus, a su vez, registró un crecimiento de ingresos de 4,2% (1,7% en moneda local), explicado por la apertura de tres nuevas tiendas en los últimos 12 meses y un SSS de -1,9%.

En el caso de Colombia, los ingresos disminuyeron 10,9%, explicado mayormente por la depreciación del COP frente al CLP y por el debilitamiento en el consumo. Esta navidad, la tienda por departamento, con dos tiendas recientemente inauguradas, además enfrentó un entorno más promocional, por lo que reportó un SSS de -6% e ingresos que disminuyeron 15,1% (aumentaron 2,3% en moneda local) con respecto al mismo periodo del año anterior. Las colocaciones de Banco Falabella Colombia aumentaron 18,7% (en moneda local). Argentina reportó un aumento en ingresos de 21,3% este trimestre, impulsado principalmente por los SSS de Sodimac y Falabella. Los ingresos de Brasil se vieron nuevamente presionados por el tipo de cambio y la desaceleración del consumo en el país.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Ganancia Bruta

La ganancia bruta alcanzó \$891.383 millones (MMUS\$ 1.255), un crecimiento de 7,5% con respecto al mismo periodo del año pasado, con un margen bruto de 37%, lo que equivale a un incremento de 29 puntos base respecto al año anterior.

En Chile las unidades que más contribuyeron a la expansión de margen bruto, por su tamaño relativo, fueron mejoramiento del hogar y tiendas por departamento. En el caso de Sodimac, el margen bruto aumentó 61 puntos base, explicado mayormente por el mix de venta. Falabella mejoró su margen bruto en 69 puntos base, principalmente por una acertada planificación de compras y mix de productos. Tottus destacó con una mejora de 125 puntos base por mejores condiciones comerciales y menores mermas. El margen bruto de CMR aumentó en 185 puntos base, explicado por el crecimiento de colocaciones con riesgo estable. El margen bruto de Banco Falabella disminuyó 235 puntos base, principalmente por el incremento en el gasto en provisiones, explicado por la base de comparación, dado que en este mismo periodo del año pasado hubo liberación de provisiones. Plaza presentó un deterioro de 338 puntos base en margen bruto, explicado mayormente por el aumento del costo de depreciación de este trimestre.

En Perú el margen bruto aumentó 28 puntos base, impulsado por mejores condiciones comerciales y menores liquidaciones. Colombia presentó un deterioro en el margen bruto de 185 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 271 puntos base, principalmente por menores liquidaciones en tiendas por departamento. Brasil reportó un incremento en el margen bruto de 178 puntos base, explicado por mejores condiciones comerciales y menores mermas.

Gastos de Administración y Ventas

Los gastos de administración y ventas ascendieron a \$586.256 millones (MMUS\$ 826) en el cuarto trimestre, siendo un 11% mayor que el mismo periodo del año 2014, mientras que, como porcentaje de los ingresos, aumentó 96 puntos base. Este incremento de GAV/ingresos es atribuible, en parte, a mayores gastos en tecnología y sistemas a nivel regional, gastos indexados a la inflación, y a los gastos de la puesta en marcha de la operación de Sodimac en Brasil. Otro factor que contribuyó fue el mayor aporte a los resultados consolidados de Argentina (cuyos ingresos crecieron 21,3%), dado que el GAV/ingresos de esta unidad de negocios (39,2% en el 4Q15) es mayor que el consolidado (24,4%).

En Chile Sodimac presentó un incremento de 136 puntos base en gasto de administración y ventas como porcentaje de los ingresos, explicado por mayores gastos en remuneraciones, reajustes a tarifas eléctricas y mayores gastos en sistemas. Tottus reportó un aumento de 61 puntos base en GAV/ingresos, explicado por mayores gastos de mantención y alzas en tarifas eléctricas. Plaza, a su vez, tuvo un aumento de 152 puntos base en el GAV/ingresos, explicado en parte por gastos asociados a la continuidad de Mall Plaza Copiapó. Estas alzas en el gasto fueron contrarrestadas, en parte, por la tienda por departamento, que mejoró su GAV/ingresos en 58 puntos base, explicado por el crecimiento de los ingresos y la dilución de gastos fijos. CMR y Banco Falabella reportaron mejoras de 146 y 101 puntos base, respectivamente, en el gasto como porcentaje del ingreso, producto del apalancamiento operacional, dado el crecimiento de sus ingresos.

En Perú los tres formatos de retail presentaron un aumento en el GAV/ingresos, explicado por una menor dilución de gastos fijos. El mayor gasto sobre ventas en Brasil se debe, principalmente, a los gastos de puesta en marcha y de pre-apertura de la segunda tienda Sodimac en el país y por menores ingresos en las tiendas Dicico. Argentina también presentó una presión en el GAV, explicado mayormente por la tienda por departamento. Colombia, por su parte, presentó una mejora de 43 puntos base, impulsado por Banco Falabella, principalmente por dilución de gastos fijos.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

2. Resultado No Operacional y Utilidad Neta

El resultado no operacional presentó una pérdida de \$6.912 millones (MMUS\$ 10), un 86% menos negativo a la pérdida obtenida en el cuarto trimestre de 2014. Esto se explica, en gran parte, por otras ganancias, que alcanzó 37.801 millones (MMUS\$ 53) este trimestre, un aumento de 435,9% con respecto al mismo periodo del año pasado. La variación de esta cuenta se debe, por un lado, al reconocimiento de las indemnizaciones de los seguros por pérdidas y daños producidos por los aluviones de marzo en el norte de Chile. Por otra parte, esta cuenta también refleja un ingreso extraordinario por indemnización recibida, relacionada con Maestro.

El gasto en diferencia de cambio alcanzó \$1.652 millones (MMUS\$ 2), un 90,5% menos negativo que el mismo periodo del año pasado. Esto se explica, principalmente, por el impacto que tuvo la depreciación del peso chileno el año pasado sobre el bono por US\$ 400 millones (emitido para la compra de Maestro) cuyo capital, en ese periodo, estaba mayormente cubierto con instrumentos forwards, dado que los ingresos de esos instrumentos se contabilizan en la cuenta "ingresos financieros neto". En cambio, este trimestre, la totalidad de esa deuda está cubierta con swaps, cuyos ingresos se contabilizan en la misma cuenta de las fluctuaciones de la deuda. Al cuarto trimestre, S.A.C.I. Falabella cuenta con 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.

El costo financiero neto alcanzó \$51.242 millones (MMUS\$ 67) este trimestre, un aumento de 7,6% con respecto al mismo periodo del año pasado. Esta variación se explica, principalmente, por el incremento en la deuda financiera, compensado, en parte, por el menor reajuste de la deuda denominada en U.F., dado que la variación de la U.F. fue de 1,1% este trimestre, comparado con 1,9% en el mismo periodo del año pasado.

La ganancia en empresas asociadas disminuyó 6,5% este trimestre, explicado por una alta base de comparación en Aventura Plaza. En el cuarto trimestre del año pasado, la filial registró un ingreso extraordinario producto de la reforma tributaria, que redujo la tasa de impuestos en Perú a 26% (de 30%).

Por su parte, la tasa efectiva de impuestos a la renta aumentó a 23,9%, comparado con 18% el mismo periodo del año pasado, debido principalmente al aumento en la tasa de impuesto en Chile al 22,5% del 21%, por mayores agregados impositivos y por el impacto de la disminución de la inflación respecto del mismo periodo del año anterior.

Como resultado, la utilidad neta del periodo ascendió a \$204.031 millones (MMUS\$ 287), 10,4% 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 \$369.254 millones (MMUS\$ 520) en comparación al cierre de 2014, generado principalmente por un mayor nivel de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar y por un mayor nivel de inventarios. Por su parte, el activo no corriente no bancario se vio incrementado en \$374.229 millones (MMUS\$ 527), principalmente por aumentos en propiedades, planta y equipo, propiedad de inversión 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 refleja 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 \$516.553 millones (MMUS\$ 727) en comparación a diciembre 2014, principalmente debido al aumento de créditos y cuentas por cobrar a clientes 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 \$1.260.037 millones (MMUS\$ 1.774).

El pasivo corriente no bancario aumentó en \$91.063 millones (MMUS\$ 128) en comparación con diciembre 2014, explicado principalmente por un aumento en cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar. Esto se explica, principalmente, por mayores cuentas por pagar comerciales por mayor actividad del negocio. A su vez, el pasivo no corriente no bancario se incrementó en \$390.014 millones (MMUS\$ 549), por el crecimiento en otros pasivos financieros no corrientes, que aumentó principalmente por el traspaso de deuda financiera



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

del corto plazo al largo plazo y por el efecto del incremento del tipo de cambio sobre los bonos en dólares. Por su parte, el pasivo total de negocios bancarios creció en \$473.934 millones (MMUS\$ 667) por mayores depósitos y otras captaciones a plazo. Como resultado, el pasivo total aumentó en \$955.011 millones (MMUS\$ 1.345).

4. Flujo de Caja Consolidado

El flujo de efectivo procedente de actividades de operación del negocio no bancario disminuyó en \$140.392 millones (MMUS\$ 198) a diciembre 2015 en comparación al año anterior, explicado principalmente por un mayor crecimiento neto en los pagos realizados a proveedores por el suministro de bienes, principalmente, en el negocio de tiendas por departamento con el fin de adelantar nueva temporada de forma de hacer una mejor gestión comercial de inventario en línea con la actividad del negocio. El flujo de efectivo procedente de actividades de operación de negocios bancarios, en tanto, aumentó en \$142.462 millones (MMUS\$ 201), 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 \$2.070 millones (MMUS\$ 3) en el periodo.

El flujo de efectivo procedente de actividades de inversión del negocio no bancario fue \$358.746 millones (MMUS\$ 505) menos negativo en comparación al mismo periodo del año anterior, principalmente por la adquisición de Maestro en septiembre de 2014, por menores compras de propiedad, planta y equipo y por menores compras de otros activos de largo plazo. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de inversión de negocios bancarios fue \$163.272 millones (MMUS\$ 230) más negativo respecto al 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 diciembre 2015 resultó en \$195.474 millones (MMUS\$ 275) menos negativo que el año 2014.

El flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio no bancario a diciembre 2015 fue \$214.341 millones (MMUS\$ 302) más negativo que el año anterior, explicado principalmente por menores importes procedentes de préstamos de largo plazo que el año pasado, necesarios para la financiación de la adquisición de Maestro. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio bancario fue \$125.986 millones (MMUS\$ 177) 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 \$88.355 millones (MMUS\$ 124) más negativo al mismo flujo del periodo anterior.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

V. Indicadores de Retail

1. Ingresos de Negocios Retail

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

	4Q14	4Q15	Var %	Var Moneda Local %
Chile				
Tiendas por Departamento	568,3	613,8	8,0%	8,0%
Mejoramiento del Hogar	689,2	739,7	7,3%	7,3%
Supermercados	240,5	260,8	8,5%	8,5%
Perú				
Tiendas por Departamento	250,1	262,6	5,0%	2,7%
Mejoramiento del Hogar	237,8	233,8	-1,7%	-4,4%
Supermercados	255,2	266,0	4,2%	1,7%
Colombia				
Tiendas por Departamento	197,7	167,9	-15,1%	2,3%
Mejoramiento del Hogar	308,8	294,0	-4,8%	15,3%
Argentina				
Tiendas por Departamento	150,8	170,1	12,8%	14,6%
Mejoramiento del Hogar	66,8	90,7	35,7%	37,1%
Brasil				
Mejoramiento del Hogar	69,7	53,7	-22,9%	0,0%

Ingresos Retail 12M 2015 (MMUS\$)

	12M14	12M15	Var %	Var Moneda Local ² %
Chile				
Tiendas por Departamento	1.831,2	1.908,4	4,2%	4,2%
Mejoramiento del Hogar	2.580,2	2.778,5	7,7%	7,7%
Supermercados	858,1	939,7	9,5%	9,5%
Perú				
Tiendas por Departamento	795,1	831,6	4,6%	2,6%
Mejoramiento del Hogar	593,2	902,2	52,1%	49,2%
Supermercados	843,8	913,8	8,3%	6,2%
Colombia				
Tiendas por Departamento	531,7	481,6	-9,4%	8,1%
Mejoramiento del Hogar	1.149,9	1.095,6	-4,7%	14,0%
Argentina				
Tiendas por Departamento	487,0	559,1	14,8%	14,1%
Mejoramiento del Hogar	202,6	299,3	47,7%	46,7%
Brasil				
Mejoramiento del Hogar	281,7	232,1	-17,6%	1,0%

² No incluye ingresos de negocios de crédito.

³ Pesos chilenos nominales, convertidos a US\$ al tipo de cambio observado del 4 de enero de 2016, 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 4^{to} 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	4Q15	2015
Chile										
Tiendas por Departamento	5,5%	5,6%	-4,5%	-0,3%	1,5%	4,0%	2,8%	7,9%	8,7%	6,1%
Mejoramiento del Hogar	7,2%	3,7%	4,6%	5,1%	5,3%	7,9%	8,7%	5,7%	4,9%	6,8%
Supermercados	6,5%	9,3%	5,6%	2,0%	5,5%	6,2%	4,1%	2,1%	2,7%	3,6%
Perú										
Tiendas por Departamento	3,7%	-3,4%	0,6%	-1,3%	-0,7%	-1,3%	-2,7%	-0,2%	-0,7%	-1,2%
Mejoramiento del Hogar	-2,5%	-5,0%	-4,4%	-2,1%	-3,4%	0,4%	-1,9%	-4,3%	-5,5%	-3,4%
Supermercados	5,3%	6,4%	4,9%	4,5%	5,1%	3,2%	2,1%	0,2%	-1,9%	0,7%
Colombia										
Tiendas por Departamento	2,2%	13,6%	8,7%	6,9%	7,8%	0,0%	-1,1%	7,1%	-6,0%	-1,0%
Mejoramiento del Hogar	5,9%	4,1%	5,8%	6,8%	6,0%	9,5%	11,8%	13,0%	12,0%	11,6%
Argentina										
Tiendas por Departamento	35,6%	31,3%	20,5%	17,4%	24,7%	9,5%	11,3%	22,4%	20,3%	16,4%
Mejoramiento del Hogar	28,8%	21,4%	27,1%	26,8%	26,1%	41,0%	37,9%	36,3%	36,4%	37,7%
Brasil										
Mejoramiento del Hogar	2,2%	-0,9%	-4,4%	-8,1%	-3,1%	-0,3%	2,2%	-9,0%	-8,1%	-4,0%

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 incluyen la operación de Maestro a partir del 4Q15.

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 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

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

	Diciembre 2014		Diciembre 2015	
	Superficie (m ²)	Locales (#)	Superficie (m ²)	Locales (#)
Chile				
Tiendas por Departamento	306.947	45	310.120	45
Mejoramiento del Hogar	684.754	83	712.813	86
Supermercados	182.942	52	195.812	57
Perú				
Tiendas por Departamento	155.226	25	164.150	27
Mejoramiento del Hogar	365.049	56	373.405	57
Supermercados	181.781	49	189.218	52
Colombia				
Tiendas por Departamento	114.025	18	128.385	20
Mejoramiento del Hogar	331.441	34	344.324	36
Argentina				
Tiendas por Departamento	57.858	11	57.858	11
Mejoramiento del Hogar	83.736	8	83.736	8
Brasil				
Mejoramiento del Hogar	120.931	57	142.669	58
Uruguay				
Mejoramiento del Hogar	--	--	19.211	2
Total Locales	2.584.689	438	2.721.701	459

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

	Diciembre 2014		Diciembre 2015	
	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)
Chile				
Mall Plaza	1.177.000	15	1.199.000	15
Open Plaza	234.000	10	232.000	10
Perú				
Aventura Plaza	274.000	4	275.000	4
Open Plaza	234.000	8	271.000	10
Colombia				
Mall Plaza	26.000	1	26.000	1
Total Inmobiliario	1.945.000	38	2.003.000	40

Adicionalmente, el Grupo es dueño de aproximadamente 1.023.000 m² adicionales de superficie arrendable en ubicaciones *free standing* de Falabella, Sodimac, Tottus, Maestro y otros.¹³

⁹ Durante 2015 hubo recuento de superficies que puede implicar diferencias con la información entregada en diciembre 2014.

¹⁰ La superficie de venta incluye la línea de caja. En el caso de Tottus, representa aproximadamente un 9% 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 La tienda Crate & Barrel está incluida en tiendas por departamento Perú. Durante el 3Q15 se cerró una tienda Dicico en Brasil. En Chile, tiendas por departamento, la nueva tienda en Castro reemplazó la Expo en la misma ciudad.

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.

¹³ Esto no considera las tiendas especialistas de marcas exclusivas, como Mango, entre otros.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

4. Venta por Metro Cuadrado de Formatos Retail

Ventas por metro cuadrado 4Q 2015 (US\$ / m²)^{14,15}

	4Q14	4Q15	Var %
Chile			
Tiendas por Departamento	1.885	1.974	4,7%
Mejoramiento del Hogar	1.013	1.045	3,1%
Supermercados	1.344	1.362	1,4%
Perú			
Tiendas por Departamento	1.623	1.610	-0,8%
Mejoramiento del Hogar	659	627	-4,8%
Supermercados	1.471	1.434	-2,5%
Colombia			
Tiendas por Departamento	1.888	1.385	-26,6%
Mejoramiento del Hogar	944	862	-8,7%
Argentina			
Tiendas por Departamento	2.608	2.942	12,8%
Mejoramiento del Hogar	798	1.083	35,7%
Brasil			
Mejoramiento del Hogar	581	393	-32,3%
TOTAL	1.194	1.180	-1,2%

Ventas por metro cuadrado 12M 2015 (US\$ / m²)

	12M14	12M15	Var %
Chile			
Tiendas por Departamento	6.190	6.187	0,0%
Mejoramiento del Hogar	3.798	3.977	4,7%
Supermercados	4.874	5.020	3,0%
Perú			
Tiendas por Departamento	5.288	5.250	-0,7%
Mejoramiento del Hogar	2.568	2.433	-5,3%
Supermercados	5.039	4.982	-1,1%
Colombia			
Tiendas por Departamento	5.364	4.120	-23,2%
Mejoramiento del Hogar	3.551	3.255	-8,3%
Argentina			
Tiendas por Departamento	8.429	9.677	14,8%
Mejoramiento del Hogar	2.588	3.569	37,9%
Brasil			
Mejoramiento del Hogar	2.342	1.781	-23,9%
TOTAL	4.267	4.157	-2,6%

¹⁴ 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.

¹⁵ La superficie de venta incluye la línea de caja. En el caso de Tottus, representa aproximadamente un 9% 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 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

VI. Indicadores Financieros

1. Indicadores de Crédito^{16,17,18,19,20}

		1Q14	2Q14	3Q14	4Q14	1Q15	2Q15	3Q15	4Q15
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	1.379.680
Stock Provisiones	MM CLP	(39.911)	(44.582)	(44.333)	(42.861)	(46.978)	(51.619)	(49.880)	(47.902)
Castigo Neto (de recupero)	MM CLP	10.536	18.369	30.695	41.735	12.412	23.271	38.540	52.777
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	2.377.164
Duración	Meses	3,7	4,0	4,2	4,3	3,9	4,1	4,1	4,0
Deuda Promedio	CLP	505.856	508.943	514.506	544.959	547.394	552.707	549.234	580.390
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	1.416.219
Stock Provisiones	MM CLP	(60.483)	(64.174)	(63.639)	(63.318)	(65.118)	(64.868)	(67.503)	(69.121)
Castigo Neto (de recupero)	MM CLP	8.600	18.570	27.121	35.902	9.919	19.914	30.394	41.548
Banco Falabella Perú									
Stock Colocaciones Brutas	MM PEN	2.479	2.619	2.712	3.076	3.188	3.491	3.620	3.911
Stock Provisiones	MM PEN	(187)	(193)	(201)	(213)	(225)	(244)	(260)	(279)
Castigo Neto (de recupero)	MM PEN	26	52	75	98	26	67	111	164
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	922.545	948.773	965.078	1.017.653	1.022.313	1.033.171	1.036.351	1.057.033
Duración	Meses	9,8	9,6	10,0	10,0	10,7	10,8	10,8	10,5
Deuda Promedio Consumo	PEN	2.687	2.761	2.810	3.023	3.119	3.379	3.493	3.700
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	1.747.486
Stock Provisiones	MM COP	(76.451)	(78.869)	(79.971)	(84.922)	(84.926)	(92.426)	(94.828)	(101.774)
Castigo Neto (de recupero)	MM COP	12.788	24.812	36.689	49.030	13.764	27.235	43.525	61.438
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	722.110	739.464	749.720	803.984	792.865	817.481	829.995	872.172
Duración	Meses	7,6	7,8	7,9	7,7	8,2	8,1	8,3	8,4
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	2.003.603
CMR Argentina (Tarjeta)									
Stock Colocaciones Brutas	MM ARS	1.797	1.819	1.714	1.938	2.021	2.219	2.369	2.904
Stock Provisiones	MM ARS	(43)	(53)	(47)	(48)	(49)	(52)	(44)	(50)
Castigo Neto (de recupero)	MM ARS	9	21	37	54	15	23	30	31
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	539.337	525.034	512.447	504.244	528.600	519.261	512.036	518.875
Duración	Meses	3,1	2,8	2,6	2,7	2,7	2,9	2,8	2,9
Deuda Promedio	ARS	3.332	3.465	3.345	3.844	3.823	4.274	4.626	5.597

¹⁶ 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.

¹⁷ La duración se calcula en meses según la duración implícita: $1/[(\text{flujo del mes})/\text{colocación}]$.

¹⁸ El stock de colocaciones brutas incluye todas las colocaciones, no solamente consumo.

¹⁹ 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.

²⁰ 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 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

2. Porcentaje de Venta a través de Tarjeta CMR^{21,22,23}

	1Q14	1S14	9M14	2014	1Q15	1S15	9M15	2015
Chile - Falabella	51,5%	52,9%	53,0%	52,7%	50,1%	52,0%	52,0%	51,3%
Chile - Sodimac	28,4%	28,5%	28,3%	28,3%	27,5%	27,3%	27,3%	27,7%
Chile - Tottus	17,4%	18,6%	19,5%	19,6%	19,0%	19,4%	19,8%	20,2%
Perú - Saga, Sodimac, Tottus	39,5%	41,9%	41,8%	42,5%	35,1%	37,5%	37,9%	38,7%
Colombia - Falabella y Sodimac	22,6%	24,7%	24,6%	25,7%	22,3%	24,3%	23,9%	24,5%
Argentina - Falabella y Sodimac	26,1%	27,7%	26,7%	25,7%	25,2%	25,1%	24,9%	24,6%

²¹ Porcentaje de venta con CMR: es la venta a través de la tarjeta con respecto a la venta total de cada negocio.

²² 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.

²³ Números incorporan las ventas de Maestro desde el 1Q15.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

VII. Otros Indicadores

Días de Cobro,²⁴ de Pago y Rotación de Inventario²⁵

Chile

	Tiendas por Dep.		Mejor. del Hogar		Supermercados		Promotora CMR		Plaza S.A.	
	4Q14	4Q15	4Q14	4Q15	4Q14	4Q15	4Q14	4Q15	4Q14	4Q15
Días promedio de cobro	6,8	7,8	25,1	24,8	2,9	3,9	129,0	120,0	36,0	35,0
Días promedio de pago	41,2	38,3	43,8	45,1	40,0	39,0	NA	NA	NA	NA
Días de inventario	65,7	75,4	74,1	73,7	36,3	38,3	NA	NA	NA	NA

Operaciones Internacionales²⁶

	Perú		Argentina		Colombia		Brasil	
	4Q14	4Q15	4Q14	4Q15	4Q14	4Q15	4Q14	4Q15
Días promedio de cobro	2,9	2,9	18,9	12,9	3,6	4,7	61,8	44,0
Días promedio de pago	51,9	48,0	46,2	51,2	52,4	58,2	84,9	104,4
Días de inventario	71,2	82,2	99,1	82,6	51,1	81,0	100,2	154,0

²⁴ 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.

²⁵ 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.

²⁶ Los indicadores incluyen las operaciones de retail únicamente, excepto Perú, que incluye las dos empresas inmobiliarias de Maestro.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

VIII. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio

Resultados Operacionales 4Q 2015 (MMUS\$)^{27,28}

Chile

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	4Q14	4Q15	Var %	4Q14	4Q15	Var %	4Q14	4Q15	Var %
Ingresos	568,3	613,8	8,0%	689,2	739,7	7,3%	240,5	260,8	8,5%
Margen Bruto	33,5%	34,2%	10,2%	30,9%	31,5%	9,4%	23,5%	24,8%	14,2%
GAV / Ingresos	-24,7%	-24,1%	5,5%	-22,3%	-23,7%	13,9%	-20,5%	-21,1%	11,7%
GAV s D&A / Ingresos	-23,2%	-22,6%	5,3%	-20,9%	-22,1%	13,9%	-17,8%	-18,8%	14,3%
Margen EBITDA	10,3%	11,6%	21,3%	10,2%	9,7%	1,3%	5,7%	6,0%	13,9%
Margen Operacional	8,7%	10,0%	23,7%	8,6%	7,8%	-2,1%	3,1%	3,7%	31,2%

	Promotora CMR			Banco Falabella Chile			Plaza S.A.		
	4Q14	4Q15	Var %	4Q14	4Q15	Var %	4Q14	4Q15	Var %
Ingresos	109,4	130,6	19,3%	102,6	108,1	5,4%	91,1	96,8	6,3%
Margen Bruto	48,7%	50,6%	23,9%	55,1%	52,7%	0,8%	79,2%	75,8%	1,8%
GAV / Ingresos	-11,0%	-9,5%	3,5%	-32,7%	-31,7%	2,1%	-8,0%	-9,5%	26,4%
GAV s D&A / Ingresos	-11,0%	-9,5%	3,5%	-30,4%	-29,1%	1,0%	-7,7%	-9,2%	26,7%
Margen EBITDA	37,7%	41,0%	29,8%	24,7%	23,6%	0,7%	82,2%	81,0%	4,8%
Margen Operacional	37,7%	41,0%	29,8%	22,4%	21,0%	-1,0%	71,2%	66,3%	-1,0%

Operaciones Internacionales

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil		
	4Q14	4Q15	Var %	4Q14	4Q15	Var %	4Q14	4Q15	Var %	4Q14	4Q15	Var %
Ingresos	818,3	862,8	5,4%	246,5	219,7	-10,9%	239,1	290,1	21,3%	69,7	53,7	-22,9%
Margen Bruto	32,4%	32,7%	6,4%	38,6%	36,8%	-15,1%	45,9%	48,6%	28,5%	29,9%	31,7%	-18,3%
GAV / Ingresos	-21,6%	-23,0%	12,1%	-25,4%	-24,9%	-12,4%	-37,1%	-39,2%	27,9%	-33,5%	-42,3%	-2,7%
GAV s D&A / Ingresos	-19,0%	-20,3%	12,9%	-22,9%	-22,2%	-13,6%	-36,1%	-38,2%	28,4%	-32,3%	-40,6%	-3,1%
Margen EBITDA	13,4%	12,4%	-2,8%	15,7%	14,6%	-17,4%	9,8%	10,4%	28,7%	-2,4%	-8,9%	NM
Margen Operacional	10,8%	9,7%	-5,1%	13,3%	11,9%	-20,4%	8,8%	9,5%	30,9%	-3,6%	-10,6%	NM

²⁷ 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.

²⁸ Las variaciones presentadas en la columna Var% corresponden a variaciones de montos absolutos y no de los márgenes sobre ingresos.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Resultados Operacionales 12M 2015 (MMUS\$)^{29,30}

Chile

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	12M14	12M15	Var %	12M14	12M15	Var %	12M14	12M15	Var %
Ingresos	1.831,2	1.908,4	4,2%	2.580,2	2.778,5	7,7%	858,1	939,7	9,5%
Margen Bruto	30,1%	31,8%	10,3%	29,2%	29,7%	9,6%	23,8%	24,4%	12,6%
GAV / Ingresos	-26,6%	-27,2%	6,4%	-22,6%	-23,7%	12,7%	-22,7%	-22,6%	8,8%
GAV s D&A / Ingresos	-24,9%	-25,3%	5,8%	-21,1%	-22,1%	12,7%	-19,9%	-20,1%	10,5%
Margen EBITDA	5,2%	6,6%	31,8%	8,3%	7,8%	1,8%	3,9%	4,4%	23,2%
Margen Operacional	3,5%	4,7%	40,2%	6,5%	6,0%	-1,2%	1,1%	1,9%	94,1%

	Promotora CMR ¹⁷			Banco Falabella Chile			Plaza S.A.		
	12M14	12M15	Var %	12M14	12M15	Var %	12M14	12M15	Var %
Ingresos	455,5	502,7	10,4%	386,1	407,3	5,5%	319,0	348,9	9,4%
Margen Bruto	51,0%	50,4%	9,0%	50,1%	55,0%	15,7%	80,2%	77,7%	6,0%
GAV / Ingresos	-10,2%	-10,6%	15,0%	-31,2%	-31,7%	7,1%	-10,8%	-10,8%	9,2%
GAV s D&A / Ingresos	-10,2%	-10,6%	15,0%	-28,8%	-29,1%	6,4%	-10,5%	-9,8%	1,4%
Margen EBITDA	40,8%	39,8%	7,5%	21,3%	25,9%	28,3%	81,3%	81,0%	8,9%
Margen Operacional	40,8%	39,8%	7,5%	18,9%	23,3%	29,9%	69,4%	66,9%	5,5%

Operaciones Internacionales

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil		
	12M14	12M15	Var %	12M14	12M15	Var %	12M14	12M15	Var %	12M14	12M15	Var %
Ingresos	2.507,1	3.007,2	19,9%	721,6	676,7	-6,2%	773,8	965,0	24,7%	281,7	232,1	-17,6%
Margen Bruto	31,2%	31,6%	21,7%	38,4%	37,8%	-7,6%	44,7%	46,0%	28,4%	31,4%	32,2%	-15,6%
GAV / Ingresos	-23,0%	-23,7%	23,7%	-30,8%	-31,7%	-3,2%	-38,7%	-40,0%	29,0%	-33,1%	-39,8%	-1,2%
GAV s D&A / Ingresos	-20,3%	-20,8%	22,8%	-27,6%	-28,8%	-2,2%	-37,6%	-39,0%	29,4%	-31,4%	-37,6%	-1,2%
Margen EBITDA	10,9%	10,9%	19,7%	10,8%	9,0%	-21,5%	7,1%	7,1%	23,1%	0,1%	-5,4%	NM
Margen Operacional	8,2%	7,9%	16,2%	7,6%	6,1%	-25,1%	6,0%	6,0%	24,2%	-1,7%	-7,5%	NM

²⁹ 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.

³⁰ Las variaciones presentadas en la columna Var% corresponden a variaciones de montos absolutos y no de los márgenes sobre ingresos.



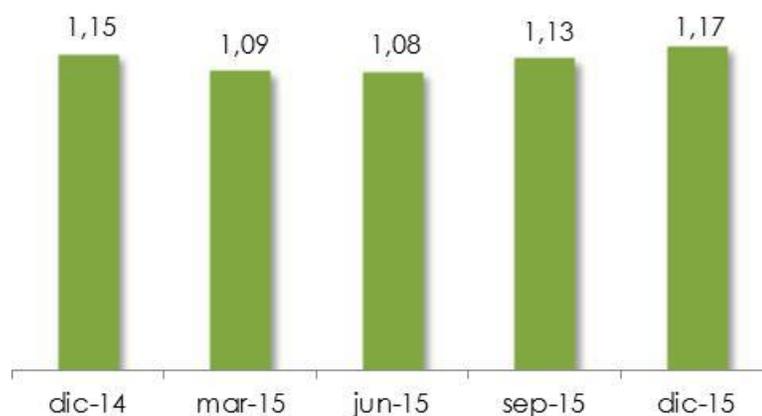
RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

IX. Estructura Financiera

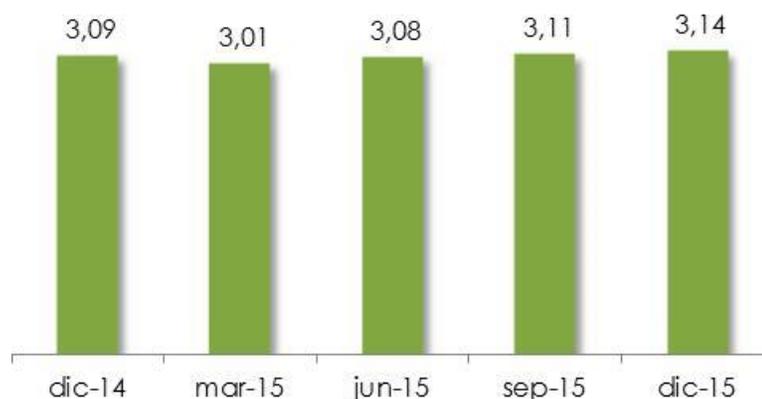
El Total Pasivos al 31 de diciembre de 2015 alcanzó \$8.163.706 millones (MMUS\$ 11.496). Por su parte, el Leverage de los Negocios no Bancarios³¹ asciende a 1,17. Considerando la deuda financiera³² de los negocios no bancarios, el ratio Deuda Financiera Neta / EBITDA asciende a 3,14.³³

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 Bancario³⁴



³¹ Leverage Negocios No Bancarios = Pasivos totales negocios no bancarios dividido en Patrimonio total consolidado.

³² 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)

³³ 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.

³⁴ 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 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

Perfil de Vencimientos de Deuda^{35,36}



Deuda Financiera Total Consolidada (sin operaciones bancarias): MMUS\$ 4.764.

³⁵ 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.

³⁶ Saldos en USD convertidos al tipo de cambio de cierre de cada país.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

X. Estados Financieros S.A.C.I. Falabella 37

	Por el Periodo terminado al 31-Dic-15	Por el Periodo terminado al 31-Dic-14
	M\$	M\$
Estado de Resultados		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Ingresos de actividades ordinarias	7.758.561.352	7.038.379.788
Costo de ventas	(5.096.908.599)	(4.654.988.923)
Ganancia bruta	2.661.652.753	2.383.390.865
Costos de distribución	(82.294.591)	(82.780.323)
Gastos de administración	(1.685.587.191)	(1.457.458.761)
Otros gastos, por función	(142.275.799)	(136.398.084)
Otras ganancias (pérdidas)	33.614.695	8.506.262
Ingresos financieros	33.868.899	19.557.464
Costos financieros	(174.032.519)	(139.227.173)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	25.272.409	26.155.945
Diferencias de cambio	(18.208.873)	(40.226.654)
Resultado por unidades de reajuste	(33.455.450)	(41.114.681)
Ganancia antes de impuestos	618.554.333	540.404.860
Gasto por impuestos a las ganancias	(135.354.388)	(101.425.824)
Ganancia de negocios no bancarios	483.199.945	438.979.036
Negocios Bancarios (Presentación)		
Ingresos por intereses y reajustes	485.319.456	445.605.716
Gastos por intereses y reajustes	(133.370.243)	(129.938.794)
Ingreso neto por intereses y reajustes	351.949.213	315.666.922
Ingresos por comisiones	135.915.710	106.875.474
Gastos por comisiones	(33.607.581)	(29.218.656)
Ingreso neto por comisiones	102.308.129	77.656.818
Utilidad neta de operaciones financieras	2.341.646	-1.118.943
Utilidad (Pérdida) de cambio neta	8.854.487	10.760.905
Otros ingresos operacionales	2.147.794	827.146
Provisión por riesgo de crédito	(114.698.003)	(89.422.063)
Total ingreso operacional neto	352.903.266	314.370.785
Remuneraciones y gastos del personal	(90.919.630)	(83.551.772)
Gastos de Administración	(112.366.201)	(101.215.795)
Depreciaciones y amortizaciones	(15.638.353)	(15.489.687)
Otros gastos operacionales	(10.548.992)	(10.502.339)
Total gastos operacionales	(229.473.176)	(210.759.593)
Resultado operacional	123.430.090	103.611.192
Resultado por inversiones en sociedades	531.214	358.358
Resultado antes de impuesto a la renta	123.961.304	103.969.550
Impuesto a la renta	(33.179.362)	(25.843.026)
Ganancia de negocios bancarios	90.781.942	78.126.524
Ganancia	573.981.887	517.105.560
Ganancia atribuible a		
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	519.951.164	464.728.694
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	54.030.723	52.376.866
Ganancia	573.981.887	517.105.560
Ganancias por acción		
Ganancia por acción básica		
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	0,2136	0,1911
Ganancia por acción básica	0,2136	0,1911
Ganancia por acción diluida		
Ganancia por acción diluida procedente de operaciones continuadas	0,2136	0,1903
Ganancia por acción diluida	0,2136	0,1903



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	31-dic-15	31-dic-14
	M\$	M\$
Activos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Activos corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	207.308.226	211.219.868
Otros activos financieros corrientes	23.604.836	10.591.044
Otros activos no financieros corrientes	88.637.767	88.613.455
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	1.681.913.169	1.469.813.782
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	5.099.194	14.382.645
Inventarios	1.173.671.356	1.019.199.966
Activos por impuestos corrientes	54.621.659	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	3.234.856.207	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	2.935.337	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	2.935.337	5.150.100
Total activos corrientes	3.237.791.544	2.868.537.203
Activos no corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	164.996.973	71.524.973
Otros activos no financieros no corrientes	36.599.317	32.688.857
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar no corrientes	203.915.411	206.165.723
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	184.148.339	163.334.299
Activos intangibles distintos de la plusvalía	246.913.398	233.503.315
Plusvalía	461.664.958	465.969.088
Propiedades, planta y equipo	2.236.502.072	2.118.686.008
Propiedad de inversión	2.228.710.662	2.121.112.163
Activos por impuestos diferidos	91.930.367	68.168.041
Total activos no corrientes	5.855.381.497	5.481.152.467
Total activos de negocios no bancarios	9.093.173.041	8.349.689.670
Activos Negocios Bancarios (Presentación)		
Efectivo y depósitos en bancos	372.864.747	347.215.192
Operaciones con liquidación en curso	13.884.905	10.125.348
Instrumentos para negociación	110.154.548	55.864.410
Contratos de derivados financieros	8.744.053	14.503.691
Adeudado por bancos	-	29.977.748
Créditos y cuentas por cobrar a clientes	2.471.067.255	2.180.384.460
Instrumentos de inversión disponibles para la venta	423.103.649	264.017.567
Inversiones en sociedades	2.801.387	1.910.151
Intangibles	34.128.788	23.769.265
Activo fijo	35.555.641	36.934.564
Impuestos corrientes	1.850.246	1.873.669
Impuestos diferidos	18.580.064	14.509.536
Otros activos	21.088.331	16.184.783
Total activos negocios bancarios	3.513.823.614	2.997.270.384
Total activos	12.606.996.655	11.346.960.054

³⁷ Negocio Bancario no incluye CMR Chile ni CMR Argentina.



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	31-dic-15	31-dic-14
	M\$	M\$
Patrimonio Neto y Pasivos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Pasivos corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	738.717.161	736.529.589
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	1.020.371.592	966.061.609
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	3.240.430	9.894.036
Otras provisiones corrientes	11.978.083	10.248.584
Pasivos por Impuestos corrientes	44.919.936	25.734.030
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	121.651.114	110.578.122
Otros pasivos no financieros corrientes	138.768.939	129.538.281
Total pasivos corrientes	2.079.647.255	1.988.584.251
Pasivos no corrientes		
Otros pasivos financieros no corrientes	2.700.830.781	2.316.360.511
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar no corrientes	1.262.231	1.208.738
Otras provisiones no corrientes	15.174.089	17.548.571
Pasivo por impuestos diferidos	366.958.659	368.505.463
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	21.045.521	19.717.004
Otros pasivos no financieros no corrientes	40.266.934	32.183.682
Total pasivos no corrientes	3.145.538.215	2.755.523.969
Total pasivos de negocios no bancarios	5.225.185.470	4.744.108.220
Pasivos Negocios Bancarios (Presentación)		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	321.693.368	241.347.479
Operaciones con liquidación en curso	9.542.490	4.852.755
Depósitos y otras captaciones a plazo	1.988.206.540	1.671.548.562
Contratos de derivados financieros	8.166.601	8.637.377
Obligaciones con bancos	89.884.439	66.923.264
Instrumentos de deuda emitidos	294.047.824	240.739.591
Otras obligaciones financieras	159.527.592	175.729.113
Impuestos corrientes	4.327.573	59.511
Provisiones	6.396.024	5.491.575
Otros pasivos	56.727.698	49.257.187
Total pasivos negocios bancarios	2.938.520.149	2.464.586.414
Total pasivos	8.163.705.619	7.208.694.634
Patrimonio Neto		
Capital emitido	533.409.643	533.409.643
Ganancias acumuladas	3.241.684.974	2.913.524.436
Primas de emisión	93.482.329	93.482.329
Acciones propias en cartera	(8.632.349)	(3.495.432)
Otras reservas	(131.932.183)	(92.000.283)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	3.728.012.414	3.444.920.693
Participaciones no controladoras	715.278.622	693.344.727
Patrimonio total	4.443.291.036	4.138.265.420
Total de patrimonio y pasivos	12.606.996.655	11.346.960.054



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

	31-dic-15	31-dic-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	8.876.519.998	8.423.131.674
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(7.057.658.841)	(6.600.826.090)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(937.622.406)	(854.213.160)
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(126.155.139)	(96.087.932)
Otras entradas (salidas) de efectivo	(205.913.143)	(182.442.277)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación de negocios no bancarios	549.170.469	689.562.215
Negocios Bancarios (Presentación)		
Utilidad (pérdida) consolidada del ejercicio	90.781.942	78.126.524
Cargos (abonos) a resultados que no significan movimientos de efectivo:		
Depreciaciones y amortizaciones	15.638.353	15.489.687
Provisiones por riesgo de crédito	139.502.654	111.964.182
Utilidad neta por inversiones en sociedades con influencia significativa	(531.214)	(358.358)
Otros cargos (abonos) que no significan movimiento de efectivo	22.754.684	13.604.448
Variación neta de intereses, reajustes y comisiones devengadas sobre activos y pasivos	(8.113.894)	(5.317.759)
Cambios en activos y pasivos que afectan al flujo operacional:		
(Aumento) disminución neta en adeudado por bancos	29.977.748	(29.977.748)
(Aumento) disminución en créditos y cuentas por cobrar a clientes	(426.135.989)	(371.398.995)
(Aumento) disminución neta de instrumentos para negociación	(19.399.412)	32.388.060
Aumento (disminución) de depósitos y otras obligaciones a la vista	73.171.331	74.182.743
Aumento (disminución) de depósitos y otras captaciones a plazo	321.176.561	166.881.822
Aumento (disminución) de obligaciones con bancos	22.790.290	19.909.293
Otras salidas de efectivo	(29.894.799)	(16.237.180)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de la operación negocios bancarios	231.718.255	89.256.719
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	780.888.724	778.818.934
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)	(4.571.220)
Préstamos a entidades relacionadas	(1.781.920)	(1.161.013)
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	4.289.281	3.342.178
Compras de propiedades, planta y equipo	(329.915.643)	(368.093.957)
Compras de activos intangibles	(31.320.396)	(31.274.803)
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	249.380	488.038
Compras de otros activos a largo plazo	(148.799.729)	(175.579.140)
Dividendos recibidos	9.217.815	4.544.614
Intereses recibidos	11.698.121	19.826.717
Otras entradas (salidas) de efectivo	24.404.734	18.574.471
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión de negocios no bancarios	(466.049.074)	(824.794.603)
Negocios Bancarios (Presentación)		
(Aumento) disminución neta de instrumentos de inversión disponibles para la venta	(159.135.213)	(2.958.934)
Compras de activos fijos	(26.394.009)	(20.735.628)
Aportes realizados en asociadas	(819.263)	-
Dividendos recibidos de inversiones en sociedades	444.365	202.870
Otras entradas de efectivo	2.066.323	2.925.600
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión negocios bancarios	(183.837.797)	(20.566.092)
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(649.886.871)	(845.360.695)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Importes procedentes de la emisión de acciones	3.831.268	53.379.941
Pagos por adquirir las acciones de la entidad	(5.136.917)	(3.495.432)
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	256.796.220	833.657.276
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	3.000.044.363	2.599.217.628
Total importes procedentes de préstamos	3.256.840.583	3.432.874.904
Pagos de préstamos	(2.998.109.042)	(3.101.725.973)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(24.997.036)	(17.297.516)
Dividendos pagados	(197.397.585)	(179.029.165)
Intereses pagados	(152.688.957)	(88.246.885)
Otras entradas (salidas) de efectivo	4.012.861	4.235.845
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación de negocios no bancarios	(113.644.825)	100.695.719
Negocios Bancarios (Presentación)		
(Rescate) Emisión de letras de crédito	(10.429.838)	(6.246.302)
Pago de bonos y otros préstamos obtenidos a largo plazo	62.723.237	(40.303.374)
Otros	(11.598.629)	(38.741.239)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación negocios bancarios	40.694.770	(85.290.915)
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	(72.950.055)	15.404.804
Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	58.051.798	(51.136.957)
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	(7.118.807)	13.573.178
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	50.932.991	(37.563.779)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	610.126.163	647.689.942
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	661.059.154	610.126.163



RESULTADOS 4^{to} TRIMESTRE 2015 SACI FALABELLA

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

Diciembre 2015	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Promotora CMR	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	(61.514)	122.845	24.426	53.086	186.011	205.236
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(45.854)	(59.772)	(20.841)	(488)	(171.912)	(125.604)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	102.464	(62.956)	(4.575)	(52.537)	25.983	(62.700)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(4.905)	117	(989)	61	40.082	16.932
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(1.732)	784	33	75	--	(532)
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	36.194	21.547	10.603	13.293	285.954	32.176

Diciembre 2014	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Promotora CMR	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	119.820	94.174	20.053	59.274	(4.024)	170.477
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(154.044)	(40.620)	(31.313)	(24.453)	33.438	(165.870)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	44.270	(54.434)	12.989	(25.957)	(20.448)	(90.605)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	10.046	(880)	1.729	8.864	8.967	(85.998)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(53)	510	(3)	10	--	(154)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	32.838	21.017	9.833	4.284	236.906	101.928
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	42.831	20.646	11.559	13.157	245.872	15.776

Flujo de Caja – Operaciones Internacionales (MM\$)

Diciembre 2015	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	82.552	(18.045)	(1.408)	(8.291)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(98.449)	8.752	(5.938)	(12.378)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	36.806	(2.270)	9.476	21.406
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	20.909	(11.563)	2.130	738
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	7.082	(3.354)	(492)	(9.626)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	183.232	48.215	4.306	10.874
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	211.223	33.299	5.944	1.985

Diciembre 2014	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	164.476	78.664	2.483	1.595
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(467.681)	(16.551)	(19.616)	(25.677)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	305.311	(48.085)	16.520	10.470
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	2.107	14.028	(613)	(13.612)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	16.005	(3.226)	(917)	1.179
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	165.121	37.414	5.837	23.307
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	183.232	48.215	4.307	10.874



RESULTADOS 4^{to} 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.....