



En el período 2019-2022:

Falabella invertirá US\$ 4.200 millones para continuar construyendo un ecosistema físico y digital

- *37% de los recursos serán destinados a fortalecer la estrategia digital de la compañía, a proyectos de infraestructura logística y a la optimización y desarrollo de tecnologías de la información (TI).*
- *34% será destinado para consolidar la expansión de Falabella (incluido IKEA) en la Región. Resto será invertido en remodelaciones y en mejorar integración entre canales físicos y digitales.*

Santiago, 8 de enero de 2019.- Falabella anunció un plan de inversiones por US\$4.200 millones para el período 2019-2022, dirigidas a continuar con el desarrollo de un ecosistema físico y digital que dé una respuesta integral a sus clientes; consolidar su presencia en la Región; y profundizar su oferta comercial. Con esto, la empresa busca simplificar la vida de los latinoamericanos, transformando sus experiencias de compra.

Del total, un 37% (US\$ 1.554 millones) será destinado a la optimización y desarrollo de tecnologías de la información (TI) y proyectos de infraestructura logística asociados a sus distintos formatos de retail. Con esto, mejorará la personalización de su oferta mediante BI e Inteligencia Artificial, robustecerá la ciberseguridad y potenciará el crecimiento de Linio, marketplace regional adquirido en agosto de 2018.

Un 34% (US\$ 1.428 millones) se invertirá en seguir consolidando la presencia regional de todas las unidades de negocio mediante la apertura de cinco centros comerciales y 95 tiendas principalmente en zonas donde no tiene presencia, las que incluyen el desarrollo de los formatos IKEA en Chile, Perú y Colombia.

A su vez, un 29% (US\$ 1.218 millones) serán para optimizar el potencial de la red de tiendas y centros comerciales ya existentes mediante ampliaciones y renovaciones con el objetivo de fortalecer el posicionamiento de marcas propias, continuar desarrollando los espacios de Click & Collect y permitir mejores sinergias entre sus distintos canales físicos y digitales.

Específicamente en 2019, Falabella invertirá US\$ 1.084 millones con los que planifica, entre otros proyectos, inaugurar 23 tiendas, dos centros comerciales en la Región y un nuevo centro de distribución en Perú especializado en línea blanca, el cual proveerá soluciones logísticas a todos los formatos en ese país.

Excluyendo el efecto de tipo de cambio (considerando en 2019 el mismo tipo de cambio que en 2018) el plan es un 11,2% mayor al plan anunciado por Falabella el año pasado y será reforzado por gastos operativos enfocados en la transformación digital de la empresa.

El gerente general corporativo de Falabella, Gaston Bottazzini, explicó que “Falabella está haciendo hoy las inversiones que sustentarán el crecimiento futuro de la compañía. Estamos construyendo un ecosistema de servicios integrados, que nos permita servir a nuestros clientes en toda la Región cuándo quieran y desde el formato que más le acomode. Tenemos la



convicción de que así consolidaremos a Falabella como el ecosistema digital y físico más relevante de América Latina”.

Principales inversiones 2018

Durante el año pasado, Falabella concretó importantes inversiones enfocadas a mejorar la experiencia de compra de sus clientes.

En enero, se inauguró el primer centro de producción de alimentos de Tottus en Huachipa, Lima, con foco en la producción de panadería, pastelería y platos preparados.

En agosto, la compañía adquirió Linio, uno de los principales marketplace a nivel regional. Parte de la oferta de Falabella, Sodimac y Tottus ya se encuentra disponible a través de la plataforma. Al mismo tiempo, se está avanzando en apalancar Linio en las capacidades de Falabella mediante la integración automática de los catálogos de dichos retailers; en el uso de las capacidades logísticas del grupo incluyendo el Click & Collect en tiendas y kioscos ubicados en centros comerciales Mallplaza; y en la integración con CMR, cuyos clientes tendrán los mismos beneficios al comprar en Linio que los que tienen en los otros formatos del grupo.

En noviembre, la compañía inauguró el nuevo centro de distribución omnicanal de Falabella Retail, en Santiago de Chile. El proyecto -cuya construcción tomó cerca de un año y medio e implicó una inversión superior a los US\$ 100 millones- fue diseñado para potenciar el fulfillment de productos pequeños y medianos, atendiendo tanto las necesidades de tiendas como las compras realizadas por internet a lo largo del país.

En tanto, el negocio financiero continuó fortaleciendo la interacción con sus clientes a través de canales digitales. Se abrieron sucursales digitales en la región y se siguió incorporando nuevas funcionalidades a las aplicaciones móviles, lo que permitió superar los 1.5 millones de apps activas a nivel regional. En Chile, se integró CMR a Banco Falabella, además se implementó el canje de CMR Puntos por gift card digital, el aumento de cupo en el proceso de check-out en Falabella.com y, recientemente, la apertura de tarjeta de crédito 100% online, también en el proceso de check-out en Falabella.com.

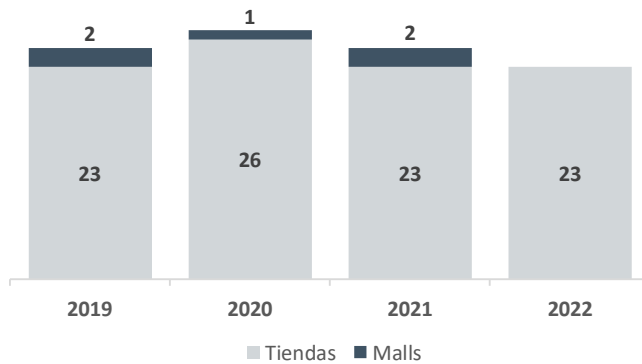
Por otro lado, la compañía siguió invirtiendo en ampliaciones y remodelaciones, destacando la conversión de dieciséis Dicico en Sodimac Dicico en Brasil, la apertura del primer Tottus Vecino en Perú e incrementos en la superficie arrendable de Mall Plaza Vespucio a través de la ampliación de la clínica, la consolidación de la superficie de Mall Plaza Los Dominicos y la remodelación de Mall Plaza Los Ángeles.

Falabella terminó 2018 con 504 tiendas y 43 centros comerciales. Durante el año, se abrieron 20 tiendas, de las cuales ocho se ubicaron en Chile, cinco en Perú, tres en Colombia y una en Argentina. Cabe destacar, además, la apertura de las tres primeras tiendas de Sodimac en México. Estas aperturas correspondieron a nueve tiendas de mejoramiento del hogar, ocho supermercados y tres tiendas por departamento. También se inauguraron dos centros comerciales: uno en Arica, Chile y otro en Manizales, Colombia. A su vez, se cerraron siete tiendas, de las cuales una se ubicó en Perú, dos en Chile y cuatro en Brasil.

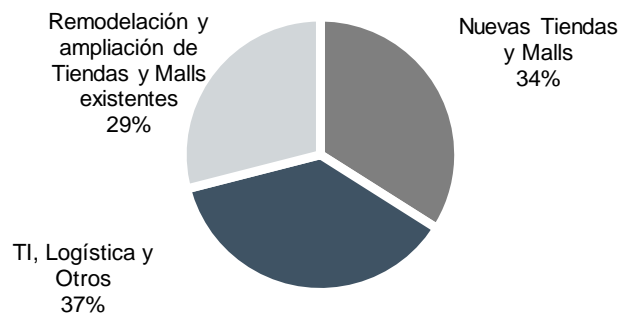
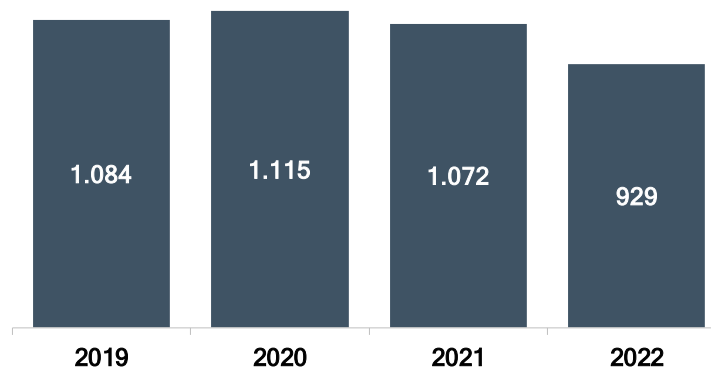


Plan de Inversiones 2019-2022

Plan de apertura de tiendas y centros comerciales



Plan de inversión (US\$ millones)



Nota: El plan de inversión considera el 100% de las inversiones de Falabella y sus subsidiarias, incluyendo Sodimac Colombia, Sodimac México y CMR México, que no se consolidan.



El análisis y las declaraciones que hacemos en este documento incluyen estimaciones, predicciones y otras formas de información que podrían ser consideradas proyecciones o estimaciones sobre el futuro. Si bien estas proyecciones o estimaciones sobre el futuro representan nuestra opinión, a esta fecha, acerca del comportamiento futuro de la economía, nuestros negocios y las industrias y mercados en que se desarrollan nuestras operaciones, entre otros factores relevantes que pueden impactar el desempeño de nuestra empresa; tales proyecciones o estimaciones están sujetas y afectas a riesgos e incertidumbres que pueden causar que nuestros planes anunciados en este documento o los resultados esperados de los mismos varíen de manera substantiva. Prevenimos a los receptores y lectores de este anuncio a no formarse expectativas sobre lo dicho en el mismo que no consideren adecuadamente los riesgos e incertidumbres descritos. Es importante que tenga en mente que, con la emisión de este comunicado, no nos estamos obligando a revisar o hacer divulgaciones públicas que actualicen nuestras proyecciones o estimaciones sobre el futuro que aquí podamos realizar, sobre la base de eventos futuros o información no disponible a esta fecha o de modo otro alguno. Para un mayor detalle acerca de los factores de riesgo que pueden afectar nuestras proyecciones o estimaciones sobre el futuro, así como para mayor detalle acerca de nuestra compañía y el estado de nuestros negocios, por favor refiérase a nuestras memorias y resultados publicados, así como a la información públicamente disponible sobre nuestra compañía que puede encontrar en nuestro sitio web para inversionistas: <http://investors.falabella.com>.

Falabella está presente en Chile, Perú, Colombia, Argentina, Brasil, Uruguay y México, a través de cinco unidades de negocio (tiendas por departamento, mejoramiento del hogar, supermercados, inmobiliario y servicios financieros). Es el primer retailer latinoamericano que integra el Índice Mundial de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI), que agrupa a las principales compañías del mundo comprometidas con un desarrollo sostenible. Los ingresos consolidados de los últimos 12 meses al cierre del tercer trimestre de 2018 alcanzaron US\$13.361 millones.