

En el período 2020-2023:

## **Falabella invertirá US\$ 2.900 millones para seguir avanzando en la construcción de su ecosistema físico y digital**

- *Un 38% se destinará a inversiones en tecnología y logística, con el fin de potenciar la digitalización e incrementar el nivel de servicio y eficiencia.*
- *Se invertirá un 31% en la apertura de centros comerciales y tiendas a nivel regional. Los focos serán la expansión de Sodimac México y el desarrollo de IKEA en la región.*

**Santiago, 8 de enero de 2020.-** Falabella anunció un plan de inversiones por US\$2.900 millones para el período 2020-2023, focalizado en continuar el desarrollo de su ecosistema físico y digital, a fin de seguir potenciando su desarrollo tecnológico y el alcance geográfico de su red, mejorando la experiencia omnicanal de sus clientes.

El gerente general de Falabella, Gaston Bottazzini, señaló que “en los últimos años, Falabella ha estado ejecutando un fuerte plan de inversiones, lo que nos ha permitido escalar las capacidades de nuestras distintas unidades de negocio. Hoy nuestro foco está puesto en crecer principalmente en e-commerce, en entregar mejores soluciones omnicanales a nuestros clientes con un alto grado de digitalización y personalización, junto con capturar el valor de las inversiones ya realizadas”.

El plan presentado se enfoca en continuar con la transformación que viene realizando Falabella. Al ser menos intensivo en inversiones en activos físicos, Falabella contará con una mayor flexibilidad para adaptarse a los nuevos escenarios y oportunidades. Este plan estará centrado en:

- Disminuir el ritmo de aperturas de nuevas tiendas apalancándose en la capilaridad de activos existentes.
- Enfocar las nuevas aperturas únicamente en mercados y formatos donde tienen menor presencia.
- Incrementar los recursos dedicados a tecnología con foco en e-commerce, el desarrollo de nuevas funcionalidades y en integrar la experiencia de la tienda a la digital.
- Potenciar las importantes inversiones ya realizadas en infraestructura logística con mejoras tecnológicas, y potenciar la red fuera de Chile.

### **Inversiones en Logística y Tecnología**

Del total del plan de inversiones, un 38% (US\$ 1.085 millones) se destinará a proyectos de logística y tecnología de la información (TI).

En los últimos tres años, se han realizado importantes inversiones tales como el centro de distribución (CD) de Falabella Chile, la robotización (butlers) del CD de Sodimac Chile, el CD de línea blanca multicanal en Perú, y la implementación de 131 puntos de Click and Collect multiformato. En los próximos cuatro años, se abrirán nuevos centros de distribución en Colombia y Perú y se invertirá en algunas automatizaciones menores en Chile. Con estas

inversiones la compañía continuará creciendo en el volumen de e-commerce, aumentando su eficiencia de pickeo y despacho, y garantizando el buen nivel de servicio a sus clientes.

En tecnología, la compañía continuará avanzando en la migración hacia una arquitectura basada en la nube (cloud-based), reforzando sus estándares de ciberseguridad e integrando capacidades de *Business Intelligence*, a través de todos los formatos. Ello se complementará con un gasto continuo en desarrollo tecnológico y digital en todas sus unidades de negocio.

El foco será mejorar la experiencia móvil de compra, introducir nuevas funcionalidades en sus aplicaciones, incorporar avances tecnológicos en medios de pago, plataformas de financiamiento y soluciones para *sellers*. Otro aspecto importante que destacó Bottazzini, será la incorporación de funcionalidades que potencien la experiencia digital de compra en tiendas.

### **Inversiones en Tiendas y Centros Comerciales**

A fin de seguir expandiendo la red física regional de todas las unidades de negocio, un 31% del plan de inversiones (US\$ 904 millones) se destinará a la apertura de dos centros comerciales (Mallplaza Comas, en Perú, y Mallplaza Cali, en Colombia) y 80 tiendas. Los focos estarán en continuar la expansión de la red de supermercados Tottus e Hiperbodegas, empresa que se consolidó el 2019 como el segundo actor del mercado en Perú; abrir nuevas tiendas Sodimac en México y en desarrollar IKEA en Chile, Perú y Colombia.

A su vez, se invertirá un 31% (US\$ 883 millones) en la optimización de la red de tiendas ya existente en la Región, mediante renovaciones y remodelaciones que busquen integrar la experiencia física con la propuesta digital; en mejorar las propuestas de entretenimiento en los centros comerciales; y en la reparación de tiendas dañadas en Chile.

En esta línea, durante 2019, se abrieron diecisiete tiendas en total: doce supermercados, cuatro en Chile y ocho en Perú; cuatro tiendas de mejoramiento del hogar, dos en México (alcanzando cinco en ese país), una en Brasil y una en Perú; y una tienda Falabella en Colombia. Por otro lado, se inauguraron dos centros comerciales: Mallplaza Buenavista, en Barranquilla, Colombia y Open Kennedy, en Santiago, Chile.

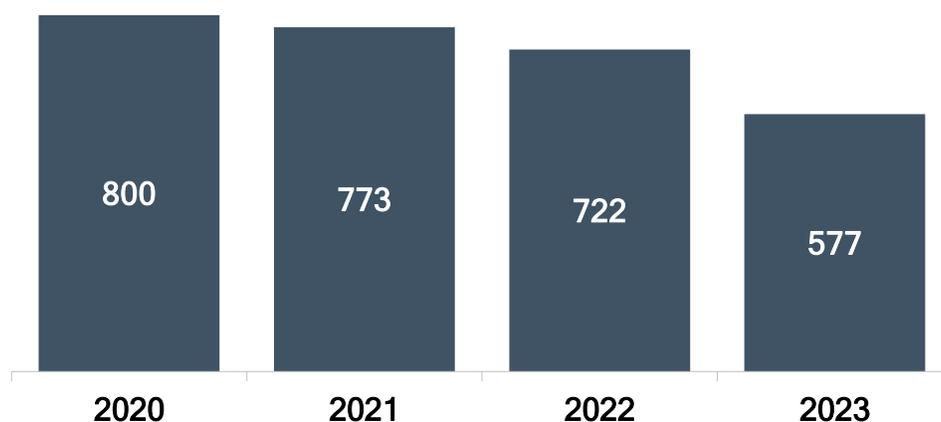
### **Sobre Falabella**

*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). Al cierre de septiembre, la empresa operaba 503 tiendas y 42 centros comerciales en Latinoamérica. La compañía integra el Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI World), que agrupa a las principales empresas que lideran los esfuerzos en materia de crecimiento responsable a nivel internacional. También fue seleccionada en los índices DJSI World, DJSI Emerging Markets, el DJSI Chile y el recién creado DJSI MILA. Más información en [investors.falabella.com](http://investors.falabella.com).*

### Plan de apertura de tiendas y centros comerciales



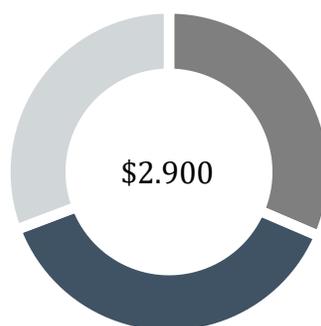
### Plan de inversión (US\$ millones)



Remodelación y  
ampliación de  
Tiendas y Malls  
existentes  
31%

Nuevas Tiendas  
y Malls  
31%

TI, Logística y  
Otros  
38%



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 2019 alcanzaron US\$12.513 millones.*