

# Resultados Segundo Trimestre 2021



# Comentarios de la Administración

Resultados segundo trimestre 2021

**Gaston Bottazzini, Gerente General de Falabella, sobre la evolución de los negocios**

## Destacados 2Q-2021

**US\$ 1.212MM**  
GMV Online

+38% a/a

**US\$ 3.127MM**  
Ventas Tiendas

+101% a/a

**US\$ 801MM**  
TPV

**US\$ 185MM**  
Utilidad Neta

“Continuamos avanzando con fuerza en la construcción de nuestro ecosistema físico-digital. Durante el segundo trimestre, nuestra plataforma omnicanal reportó un crecimiento en ventas totales de 79% en la región (e-commerce y tiendas físicas). Nuestra plataforma de e-commerce alcanzó la venta online más alta de nuestra historia, con un GMV de US\$ 1.2 bn, un crecimiento de 38% a/a. Con lo anterior, el GMV alcanza US\$ 4.1bn en los últimos 12 meses. Nuestro negocio de Marketplace continúa ganando escala, alcanzando US\$ 877 MM en GMV durante los últimos 12 meses terminados en junio 2021.

Si bien seguimos navegando un entorno desafiante, a medida que las restricciones a la movilidad se liberan, nuestros clientes regresan a nuestras tiendas, resaltando el valor de nuestra propuesta omnicanal. Continuamos capturando fuerte crecimiento, tanto en canales físicos como en e-commerce, impulsando el crecimiento total. Destaca el desempeño de los retailers en Chile, que crecieron 80% a/a en términos de ingresos. El GMV de Chile registró un aumento de 72% a/a en ventas totales, donde el Marketplace creció 65% a/a y el retail 74% a/a. La penetración online de Tiendas por Departamento en Chile alcanzó un 64%.

Durante el segundo trimestre despachamos casi 10 millones de órdenes a domicilio en la región, +12% a/a. Nuestros canales móviles continúan consolidándose; en Chile, la App de Falabella.com concentra el 40% del GMV, mientras que la App de Mejoramiento del Hogar alcanzó un 23% al 2Q21.

En Mejoramiento del Hogar seguimos capitalizando el momentum positivo por la fuerte demanda de sus categorías de productos. Los ingresos regionales del formato crecieron 110% y el negocio online continúa ganando escala, alcanzando ventas por US\$ 812 millones durante los últimos 12 meses.

Banco Falabella Chile ya cuenta con una oferta 100% digital en tarjetas de crédito, cuentas corrientes y créditos de consumo. Durante el segundo trimestre de 2021, continuamos acelerando el ritmo de las aperturas de tarjeta 100% digitales, alcanzando más de 195.000 tarjetas en Chile, Perú y Colombia. En Chile, durante el segundo trimestre, el nivel de aperturas digitales más que duplica las aperturas totales (físicas y digitales) que teníamos el año pasado. También durante los últimos 12 meses, el 54% de la originación de productos financieros se realizó a través de canales digitales. Nuestra plataforma propia de procesamiento de pagos Fpay, alcanzó un TPV de US\$ 2.922 millones durante los últimos 12 meses.

Nuestro programa de lealtad continúa incrementando su nivel de adopción e interacción con clientes en toda la región, alcanzando 12.6 millones de participantes (+68% a/a).

Hemos dado un importante paso en la ejecución de nuestra estrategia, el nuevo Falabella.com ya es una realidad, a fines de agosto lanzamos en Chile la nueva plataforma integrada, la cual concentra la oferta de productos de nuestros retailers y de miles de emprendedores de nuestro Marketplace. Con esto, consolidamos la creación del e-commerce más grande de Chile, con una base de más de 100 millones de visitas promedio mensual y un gran potencial para impulsar ventas tanto para nuestros retailers como para nuestros Sellers.

Estamos en el comienzo del camino, hoy parte en Chile, pero pronto llegará a Perú y Colombia. Falabella.com es un punto de inflexión en la materialización de nuestro ecosistema físico-digital, que apunta a hacer la vida más simple a nuestros clientes y que las personas puedan disfrutar más la vida”.

FALABELLA

 [investors.falabella.com](https://investors.falabella.com)

## 01

### Principales Indicadores

US\$ millones

	2Q20	2Q21	Var (%)
<b>Ventas totales</b>			
GMV Online	876	1.212	38%
GMV retail (1P)	669	974	46%
GMV marketplace (3P)	207	238	15%
Ventas totales tiendas físicas	1.555	3.127	101%
<b>Ventas totales</b>	<b>2.431</b>	<b>4.339</b>	<b>79%</b>
TPV	666	801	20%
<b>Estado de Resultados</b>			
Ingresos negocios no bancarios	2.004	3.285	64%
Ingresos negocios bancarios	411	354	-14%
<b>Total Ingresos</b>	<b>2.415</b>	<b>3.639</b>	<b>51%</b>
EBITDA	(35)	493	-
Utilidad (Pérdida) Neta	(177)	185	-
<b>Balance</b>			
Caja (negocios no bancarios)	1.966	1.120	-43%
Cartera de créditos bruta	6.950	6.354	-9%
Deuda total neta (exc. bancos)	4.349	3.543	-19%

## 02

### Lanzamiento de falabella.com

El 24 de agosto de 2021 se lanzó la nueva plataforma de Falabella.com en Chile



- Con el lanzamiento de Falabella.com continuamos simplificando la experiencia de compra de nuestros clientes en Chile, ofreciendo en un solo lugar toda la oferta de Tiendas por Departamento (Falabella Retail), Mejoramiento del Hogar (Sodimac), Supermercados (Tottus), sumado a nuestra oferta de Marketplace con el catálogo de miles de pequeñas y medianas empresas locales e internacionales. Este avance permitirá apalancar la marca Falabella.com para impulsar el crecimiento de nuestro ecosistema físico-digital, con una experiencia única para el cliente.
- Con este lanzamiento en Chile estamos construyendo el Marketplace más grande del país, dándole acceso a una vitrina de más de 180 millones de visitas mensuales a todas las marcas y productos de los emprendedores que venden en nuestro sitio y app, permitiéndoles acelerar el crecimiento de sus negocios.
- Mediante la integración de las plataformas en un solo sitio cubriremos de mejor forma todas las necesidades de nuestros clientes para aumentar su frecuencia de compra con nosotros.
- Esta unificación de plataformas nos permitirá realizar ofertas más personalizadas y convenientes para nuestros clientes, así como desarrollar nuevas categorías de productos.
- Desde el punto de vista técnico, esta nueva plataforma consolida un proceso que iniciamos años atrás, migrando nuestros desarrollos hacia una arquitectura de código propio. En este proceso hemos creado centros de desarrollo propios, los que en la actualidad concentran el trabajo de más de 1.200 desarrolladores in-house.
- La nueva plataforma se encuentra completamente integrada con nuestra plataforma de procesamiento de pagos Fpay, lo que nos permite ofrecer una experiencia de pago unificada, personalizada y sin fricciones, junto con una plataforma para ofrecer soluciones de financiamiento para consumidores y Sellers del Marketplace.

## 03

### Los negocios de retail en Chile continúan creciendo con fuerza: pese a restricciones logran crecer a doble dígito versus 2019

Continúa el fuerte crecimiento en ventas en todos los formatos de retail en Chile durante el segundo trimestre, acompañado de una recuperación de ventas en tiendas físicas, junto con un sostenido desempeño del e-commerce.

TIENDA POR DEPARTAMENTO	MEJORAMIENTO DEL HOGAR	SUPERMERCADOS
<b>+99%</b> Ingresos 2021/2020	<b>+96%</b> Ingresos 2021/2020	<b>+25%</b> Ingresos 2021/2020
<b>+32%</b> Ingresos 2021/2019	<b>+55%</b> Ingresos 2021/2019	<b>+30%</b> Ingresos 2021/2019

## 04

### El negocio online continúa creciendo durante el segundo trimestre

- El GMV alcanzó US\$ 1.212 millones en 2Q21, US\$ 336 millones más que el mismo periodo del año pasado, impulsado por un mayor crecimiento en la venta tanto de productos propios (+46%) como de Marketplace (+15%).
- La penetración online alcanzó un 28% a nivel regional.
- En los últimos doce meses, el GMV alcanzó US\$ 4.1bn, 2.0x lo registrado en el periodo comparable.
- GMV de Marketplace alcanzó US\$ 238 millones en 2Q21, representando una participación de 20% sobre el total de la venta online. En últimos doce meses, el GMV de Marketplace alcanzó US\$ 877 millones.
- Se despacharon casi 10 millones de órdenes en la región durante el trimestre, +12% vs 2Q20.

#### E-commerce en Chile

- El GMV creció 72% a/a durante el trimestre, impulsado por el continuo dinamismo de consumo, las mejores expectativas económicas por el avance del proceso de vacunación, un exitoso evento Cyber y por la liquidez resultante de los retiros de fondos de las cuentas individuales de pensiones.
- La penetración del canal online en el país alcanzó un 31% durante el 2Q21.
- Las ventas de Marketplace crecieron 65% en el segundo trimestre y 167% durante los últimos doce meses.
- Mejoramiento del Hogar continúa ganando escala, logrando un crecimiento de 138% versus 2Q20. Equivalente a US\$ 235 millones de ventas en el trimestre.
- En Tiendas por Departamento el GMV alcanzó US\$ 527 millones durante el 2Q21, un crecimiento del 55% a/a. Los despachos a domicilio aumentaron 45% contra el año anterior. Click & Collect representó el 15% del total de unidades vendidas en el canal online en 2Q21.
- La App de falabella.com, continúa con una participación de 40% sobre las ventas online del formato durante el trimestre.
- Fazil, la app de on-demand-delivery del grupo continúa creciendo y expandiendo su base de cobertura. A un año desde su lanzamiento, alcanzó casi 2 millones de visitas durante el segundo trimestre y un incremento de 8.5x en el total de órdenes respecto al mismo periodo del año anterior. El GMV continúa creciendo a triple dígito (t/t) y la venta de productos de Falabella y Sodimac a través de la app reporta fuertes crecimientos.

## E-commerce en Perú

- La penetración del canal online en los formatos de Perú ascendió a un 18% durante el 2Q21, alcanzando los US\$ 214 millones.
- El GMV total del Marketplace en Perú creció 39% en el trimestre.
- En Mejoramiento del Hogar el GMV creció 63% a/a, mientras que, en Tiendas por Departamento, el GMV creció un 47% a/a.
- En Supermercados, la operación alcanzó una penetración del canal online de 6%. Adicionalmente, la App Fazil continúa ampliando cobertura y capacidad de procesamiento de órdenes, apoyado por un dark store. El volumen de órdenes reportó un incremento de 6x respecto al mismo periodo del año anterior.

## E-commerce en Colombia

- Destaca la sostenida participación de los canales móviles en la venta online, la App de Falabella registró una participación de un 26% sobre las ventas online del formato vs 22% el 2Q20.
- El GMV decreció 49% producto de un menor dinamismo del consumo, resultante de un entorno de protestas sociales en el país, alcanzando US\$ 70 mn.

### RESUMEN GROSS MERCHANDISE VOLUME (GMV)<sup>1</sup> (MMUS\$)

GMV	2Q20	% Total	2Q21	% Total	Var %	UDM
<b>Retail (1P)</b>	<b>669</b>	<b>76%</b>	<b>974</b>	<b>80%</b>	<b>46%</b>	<b>3.186</b>
Tiendas por departamento	509	58%	619	51%	22%	2.292
Mejoramiento del hogar	126	14%	305	25%	143%	750
Supermercados	33	4%	49	4%	47%	144
<b>Marketplace (3P)</b>	<b>207</b>	<b>24%</b>	<b>238</b>	<b>20%</b>	<b>15%</b>	<b>877</b>
<b>Total GMV</b>	<b>876</b>	<b>100%</b>	<b>1.212</b>	<b>100%</b>	<b>38%</b>	<b>4.063</b>

GMV por País	2Q20	% Total	2Q21	% Total	Var %	UDM
Chile	485	55%	836	69%	72%	2.586
Perú	153	17%	214	18%	40%	774
Colombia	138	16%	70	6%	-49%	375
Otros	100	11%	92	8%	-8%	329
<b>Total GMV por País</b>	<b>876</b>	<b>100%</b>	<b>1.212</b>	<b>100%</b>	<b>38%</b>	<b>4.063</b>

# 05

## Nuestros canales móviles continúan ganando tracción

- Las Apps de los distintos formatos de retail continúan traccionando con nuestros clientes, consolidando su participación sobre la venta online.
- Siendo un elemento fundamental de nuestro ecosistema para continuar desarrollando una mejor propuesta de valor, las Apps nos permiten aumentar la contactabilidad con nuestros clientes y combinar la experiencia de compra física y online.

### PENETRACIÓN DE LAS APPS SOBRE LA VENTA ONLINE EN CHILE

# 40%

Tiendas por Departamento

# 23%

Mejoramiento del Hogar

# 34%

Supermercados

<sup>1</sup> Las cifras de GMV se expresan redondeadas. Cálculo de GMV corresponde a las ventas online brutas (Incluyendo IVA), y calculadas en base a tipo de cambio neutral, de los negocios Tiendas por Departamento en Chile, Perú, Colombia y Argentina; Mejoramiento del Hogar en Chile, Perú, Argentina, Brasil y Uruguay; Supermercados Chile y Perú y Linio.

## 06

### Continuamos avanzando en la digitalización de nuestro negocio financiero

#### Continuamos acelerando nuestro proceso de transformación en banco digital

- **Crecimos nuestra base de clientes con Apps activas en un 28% en los últimos 3 meses llegando a 3.9 millones** impulsado por un mayor nivel de aperturas de tarjetas de crédito y débito por nuestros canales.
- **Las aperturas de productos digitales continúan traccionando con fuerza, durante 2Q-2021 abrimos:**
  - Más de 195.000 tarjetas digitales lo que representa un crecimiento de 5,5x a/a.
  - Más de 50.000 cuentas pasivas digitales, equivalente a un crecimiento de 38x a/a. Esperamos continuar potenciando las aperturas digitales de cuentas, con el funcionamiento del nuevo journey para abrir cuentas a clientes participantes de nuestro programa de lealtad, que aún no son clientes de nuestro banco.
- **Nuestros clientes continúan aumentando el uso de nuestros productos**
  - En compras con CMR y débito logramos un crecimiento del 78% a/a, impulsado por una mayor apertura en los países, mayor liquidez en Chile y Perú, y una mayor preferencia de los clientes por nuestros medios de pago.
- **Continuamos fortaleciendo nuestras capacidades digitales y enfocándonos en nuestros mercados “core”**
  - Implementamos nuevos modelos de riesgo basados en Inteligencia Artificial (IA) para la admisión de clientes de tarjeta de crédito en Perú y México, e iniciamos la construcción de modelos de comportamiento utilizando también IA para venta cruzada de préstamos en Colombia y Perú.
  - Esperamos tener durante 2021 todos los modelos de originación y comportamiento de la región construidos con IA aprovechando la información de nuestros clientes en su relación con el grupo y con ello mejorar sustancialmente la predictibilidad del riesgo de crédito.

#### Tanto nuestra plataforma de procesamiento de pagos como nuestra billetera digital Fpay experimentaron sólidos crecimientos

- El TPV<sup>2</sup> del grupo (Fpay) alcanzó US\$ 801 millones durante el 2Q21. En los últimos doce meses, el TPV alcanzó US\$ 2.922 millones. El crecimiento del trimestre se explica principalmente por el sólido desempeño de los canales online de nuestros retailers y el evento cyber de Chile con récord de ventas.
- Nuestra billetera continúa sumando más clientes y el nivel de uso crece. Alcanzamos más de 1,75 millones de descargas únicas de Fpay a nivel regional. Durante 2Q-2021 logramos más de 330.000 descargas de Fpay, lo que representa un crecimiento de 8,1x a/a.
- En abril de 2021 habilitamos el botón de pago QR Fpay desde la App de Banco Falabella en Chile, permitiendo al 100% de los usuarios de la app bancaria pagar sin contacto vía QR con FPay, tanto en el mundo On-Us como en el On-Them.

Seguimos trabajando para brindar a nuestros clientes de la región las mejores experiencias digitales para la contratación y uso de nuestros productos. **Durante los últimos doce meses, la venta de productos financieros en canales digitales representó 54% del total de venta de productos financieros.**

#### Nuestro programa de lealtad CMR Puntos continúa incrementando su nivel de adopción e interacción con clientes en toda la región

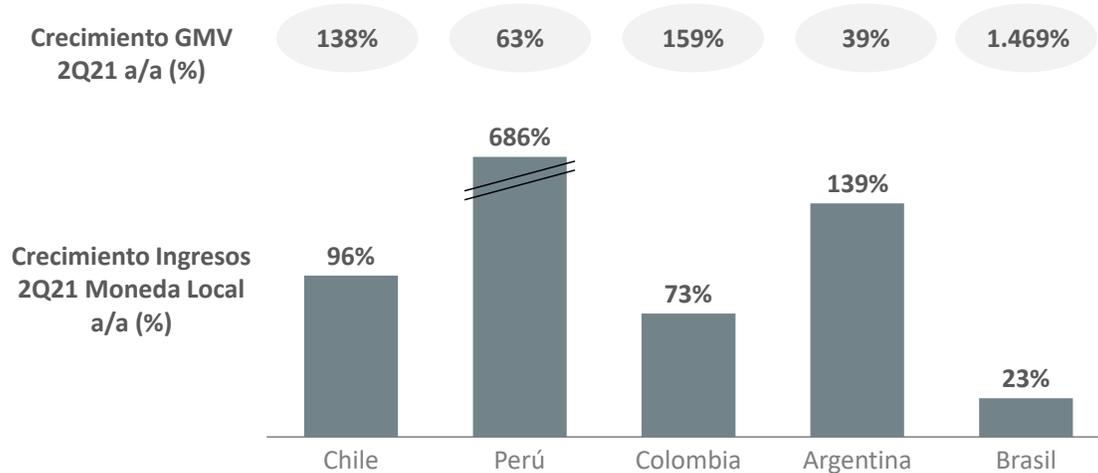
- A la fecha, el total de participantes en la región es de 12,6 millones, un crecimiento de 68% a/a.
- La interacción de los clientes con el programa se ha incrementado aún más reflejando un crecimiento de canjes 123% a/a a junio 2021. Este crecimiento estuvo impulsado por los canjes digitales que alcanzaron un 33% de participación sobre los canjes totales, desde las Apps de Banco Falabella Chile, Perú y la nueva funcionalidad lanzada en Colombia. Adicionalmente se lanzó el nuevo módulo digital de CMR puntos en el retail.

<sup>2</sup> Corresponde al volumen total de venta realizada a través de nuestras plataformas propietarias de procesamiento de pagos, en nuestros retailers y comercios asociados.

## 07

### Continúa el sólido desempeño del negocio Mejoramiento del Hogar en la región

- Los negocios de Mejoramiento del Hogar continúan capitalizando el positivo momentum de consumo en todos los mercados.
- Los ingresos del segmento en la región crecieron 109,6%. El negocio online continúa ganando escala en este formato, alcanzando ventas por US\$328 millones en el segundo trimestre (+147% a/a) y US\$812 millones en los últimos doce meses (+179% a/a).



## 08

### Seguimos avanzando en nuestro plan selectivo de expansión física

- Durante el 2Q21, se abrió una tienda de Supermercados Tottus en Chile y dos en Perú, una tienda de Mejoramiento del Hogar en México y una en Uruguay:

	Chile	Perú	México	Uruguay
Formato	Supermercado	Supermercado	Mejoramiento del Hogar	Mejoramiento del Hogar
Ciudad	Antofagasta	Lima	León	Montevideo
Superficie (m <sup>2</sup> )	2.755	1.400	10.800	8.770
Aperturas	1	2	1	1
<b>Total País</b>	<b>68</b>	<b>83</b>	<b>7</b>	<b>4</b>

- Posterior al segundo trimestre, el 31 de agosto se abrió una nueva tienda de Mejoramiento del Hogar en Monterrey, México, con un metraje de 11.274 m<sup>2</sup>.
- Adicionalmente, se inauguró la remodelación de 4 tiendas de Mejoramiento del Hogar en Brasil desde formato Dico a Sodimac-Dico, totalizando 34 tiendas en este formato:
  - 12 de mayo se inauguraron las tiendas de:
    - Limeira con 1.652 m<sup>2</sup> de superficie.
    - Guarapinga con 2.071 m<sup>2</sup> de superficie.
    - Santa Barbara D´Oeste con 1.982 m<sup>2</sup> de superficie.
  - 12 de julio se inauguró la tienda de Campinas que cuenta con 3.152 m<sup>2</sup> de superficie.
  - 12 de agosto se inauguró la tienda de Sorocaba con 2.353 m<sup>2</sup> de superficie.

## 09

### Avances en Sostenibilidad

- Falabella suscribió un acuerdo de suministro de energía 100% renovable para abastecer a más de 240 tiendas, centros comerciales y centros de distribución en Chile y Perú, que implica una reducción estimada de 261.000 toneladas de CO<sub>2</sub> anuales. Además, en Chile contempla un acuerdo en materia de electro movilidad, que considera la habilitación y operación de centros de carga para vehículos eléctricos en tiendas, malls y centros de distribución a lo largo del país, que permitirá a los clientes y operadores logísticos cargar sus vehículos en instalaciones de Falabella.
- Equidad de género: Con el objetivo de superar las brechas de género en el mundo organizacional, Great Place to Work Chile publicó el ranking de los Mejores Lugares para Trabajar en Chile para Mujeres 2021, en el que Falabella Retail alcanzó el 2° lugar en la categoría de más de 1.000 empleados.

## 10

### Eventos del período

#### Calificación Crediticia

##### S&P reafirma la clasificación “BBB” de Falabella y mejora perspectivas a estables

- El 3 de agosto de 2021, S&P Global reafirmó la clasificación “BBB” y mejoró las perspectivas de negativas a estables.
- La acción de clasificación refleja la expectativa de que las operaciones de Falabella continuarán su recuperación durante 2021, junto con un crecimiento gradual de ingresos y EBITDA durante 2022, manteniendo una rentabilidad consistente con su grupo de empresas comparables y una expansión gradual de las operaciones de e-commerce.
- La clasificadora anticipa una fuerte recuperación del EBITDA en 2021 y que los niveles de endeudamiento se mantengan entre 3.0x y 3.5x consistente con la clasificación de riesgo asignada, en los próximos dos años.

##### Feller-Rate reafirma la clasificación “AA” de Falabella, en escala local, y asigna perspectivas estables

- El 2 de agosto de 2021, Feller-Rate reafirmó la clasificación “AA” y mejoró las perspectivas de negativas a estables.
- La acción de clasificación considera la recuperación observada por Falabella a partir del segundo semestre de 2020, la cual se ha mantenido. También considera las políticas implementadas por la administración para mitigar los efectos de la pandemia, reflejados en una disminución del endeudamiento y eficiencias en costos.

#### Operaciones en Argentina

- El 6 de abril de 2021 se anunció el cierre de las tres tiendas restantes en el país, completando el cierre total del negocio de Tiendas por Departamento en Argentina.
- El 9 de junio de 2021, se anunció la cesión de la cartera de tarjetas de crédito activas al Banco Columbia de Argentina informando que los clientes podrán continuar utilizando su tarjeta, ahora como clientes de Banco Columbia.
- El negocio de Mejoramiento del Hogar continúa operativo, con 7 tiendas en el país.

#### Pago de dividendo definitivo

- El 13 de mayo de 2021 se realizó el reparto de un dividendo definitivo con cargo a las utilidades del Ejercicio 2020 de \$5 pesos por acción (US\$ 17 millones de dividendo total).

## Estado de Resultados Consolidado 2Q21 (MMUS\$)

	2Q20	% Ing.	2Q21	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	2.004		3.285		63,9%
Ingresos de Negocios Bancarios	411		354		-13,9%
<b>Total Ingresos</b>	<b>2.415</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.639</b>	<b>100,0%</b>	<b>50,7%</b>
Costo de Ventas no Bancarios	(1.462)	-60,5%	(2.272)	-62,4%	55,4%
Costo de Ventas Bancarios	(281)	-11,7%	(93)	-2,6%	-66,9%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>672</b>	<b>27,8%</b>	<b>1.274</b>	<b>35,0%</b>	<b>89,6%</b>
GAV	(867)	-35,9%	(936)	-25,7%	8,0%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>(195)</b>	<b>-8,1%</b>	<b>338</b>	<b>9,3%</b>	<b>-273,5%</b>
Depreciación + Amortización	160	6,6%	155	4,3%	-3,1%
<b>EBITDA</b>	<b>(35)</b>	<b>-1,5%</b>	<b>493</b>	<b>13,6%</b>	<b>-1502,6%</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	2		(2)		-201,3%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(57)		(60)		6,0%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	(3)		4		-220,0%
Diferencias de Cambio	(11)		(17)		45,6%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(70)</b>	<b>-2,9%</b>	<b>(75)</b>	<b>-2,0%</b>	<b>7,1%</b>
<b>Resultado Antes de Impuestos</b>	<b>(265)</b>	<b>-11,0%</b>	<b>264</b>	<b>7,2%</b>	<b>-199,7%</b>
Impuesto a la Renta	72		(73)		-201,6%
Interés Minoritario	16		(6)		-136,1%
<b>Ganancia / (Pérdida) Neta</b>	<b>(177)</b>	<b>-7,3%</b>	<b>185</b>	<b>5,1%</b>	<b>-204,7%</b>

Durante el segundo trimestre de 2021, los ingresos consolidados de la compañía alcanzaron US\$3.639 millones, un aumento de 50,7% a/a. El incremento se explica principalmente por el aumento en ingresos de los negocios de retail en la región, parcialmente contrarrestado por menores ingresos en los negocios bancarios.

- Los formatos de retail en Chile mostraron un sólido desempeño, los ingresos de Tiendas por Departamento crecieron 98,5%, Mejoramiento del Hogar un 96% y Supermercados un 25%.
- Los negocios bancarios registraron una caída de 13,9% en sus ingresos, principalmente explicados por la contracción de 8,6% de la cartera de créditos a/a, generando menores ingresos por intereses y reajustes.
- Los centros comerciales reportaron un crecimiento de 110,5% a/a, asociado al mayor cobro por arriendo debido a una mayor superficie arrendable operativa respecto al 2Q20.

La ganancia bruta alcanzó US\$1.274 millones en 2Q21, aumentando 89,6% a/a, explicado principalmente por:

- Una mayor contribución de Mejoramiento del Hogar Chile, que registró una expansión de 317 puntos base en el margen, Tiendas por Departamento Chile que aumentó 433 puntos base, lo anterior explicado por menor actividad promocional de ambos retailers.
- También contribuyó el mayor margen en los negocios bancarios de Chile, explicado por menores costos de riesgo.

El EBITDA consolidado alcanzó US\$493 millones durante el trimestre, un crecimiento respecto a los -US\$ 35 millones registrados en el mismo período del año pasado. El incremento se reflejó en un margen de 13,6%, principalmente explicado por mayor contribución de las operaciones de retail en Chile y de los negocios bancarios en Chile.

La utilidad neta llegó a US\$185 millones durante el segundo trimestre de 2021, explicado principalmente por la mayor contribución de utilidades de Mejoramiento del Hogar Chile, Tiendas por Departamento Chile y Banco Falabella Chile y, en menor medida, por Mejoramiento del Hogar en Perú y el negocio inmobiliario.

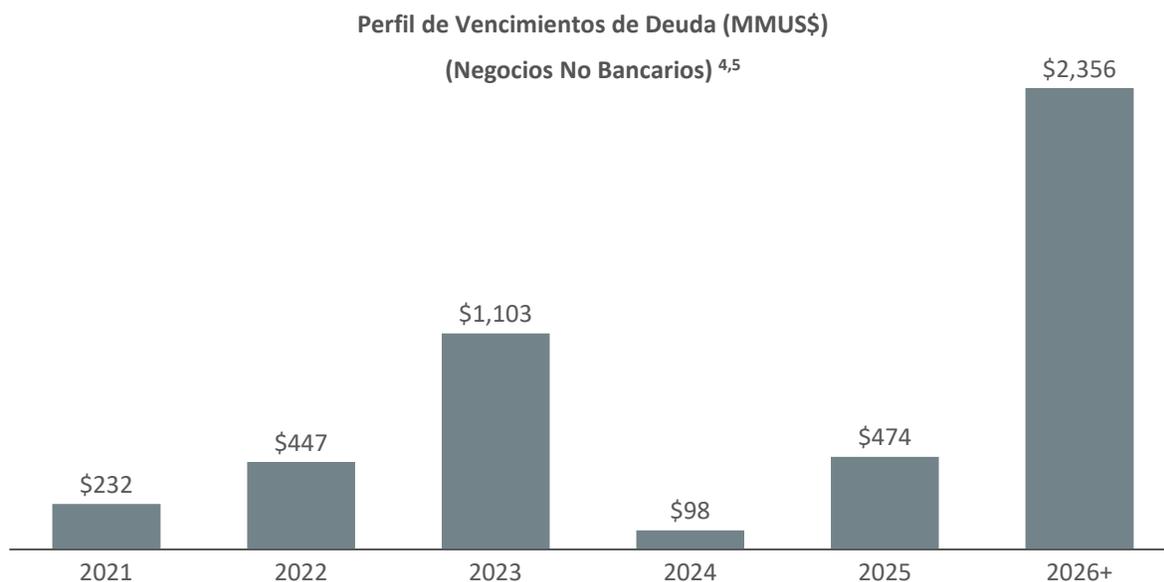
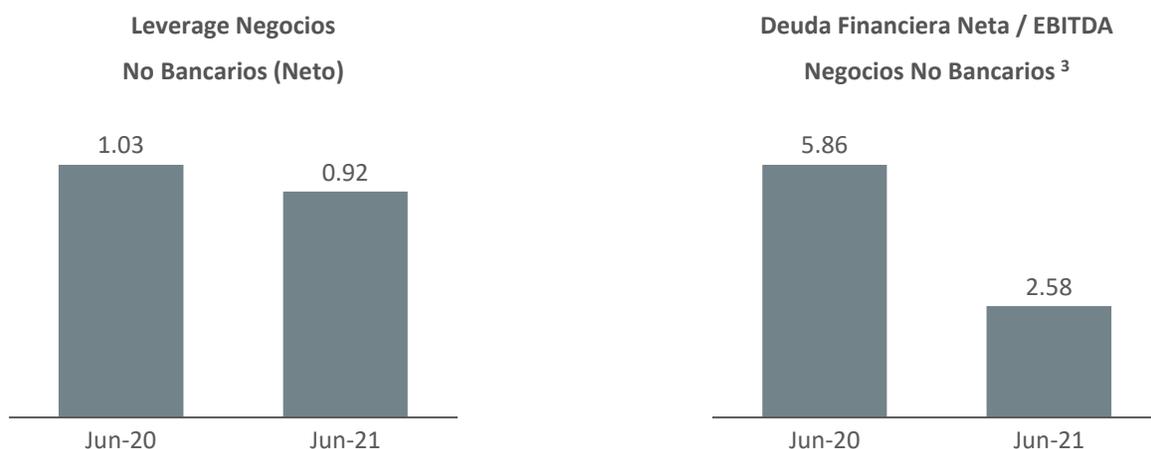
## Caja y Liquidez

Respecto a los niveles de liquidez de la compañía, al cierre de junio de 2021, el efectivo y equivalentes al efectivo ascendía a US\$3.394 millones a nivel consolidado.

- Negocios no bancarios: US\$1.120 millones.
- Negocios bancarios: US\$2.274 millones.

## Endeudamiento

- La deuda total de los negocios no bancarios alcanzó US\$4.663 millones a junio 2021, una disminución de 26,2% a/a.
- La deuda neta alcanzó US\$3.543 millones a junio 2021.



Deuda Financiera Total Consolidada (sin operaciones bancarias): MMUS\$ 4.709

<sup>3</sup> EBITDA = Ganancia bruta – costos de distribución – gastos de administración – gastos por función + depreciación, Deuda financiera neta = pasivos financieros corrientes + pasivos financieros no corrientes – activos de cobertura – efectivo y equivalente de efectivo.

<sup>4</sup> Saldos en US\$ convertidos al tipo de cambio de cierre de cada país.

<sup>5</sup> La deuda financiera total consolidada incluye CMR Argentina, pero no incluye las operaciones bancarias de Falabella (Banco Falabella Chile, Banco Falabella Perú y Banco Falabella Colombia) ni intereses devengados. Adicionalmente, el perfil de amortización considera la sumatoria de las amortizaciones de capital para cada período.

## Índice de Anexos

I.	Ingresos retail.....	11
II.	Resultados por unidad de negocio .....	12
III.	Negocio financiero .....	14
IV.	Estados financieros consolidados.....	16
V.	Gross merchandise volume (GMV) (MM\$) .....	21
VI.	Penetración Online.....	21
VII.	Crecimientos de Ventas Nominal por Local Equivalente – Same Store Sales (SSS).....	22
VIII.	Número de Locales y Superficie de Ventas Formatos Retail .....	23
IX.	Número de Centros Comerciales y Superficie Arrendable de Operadores Inmobiliarios .....	23
X.	Perfil de Vencimientos de Deuda (MM\$) .....	24
XI.	Días de Cobro, de Pago y de Mantenimiento de Inventario .....	24
XII.	Resultados consolidados a junio 2021 .....	25

### Notas:

Todas las cifras en dólares de EE.UU. están calculadas en base al tipo de cambio observado al 1 de julio de 2021: 727,76 \$/US\$.

Simbología para trimestres: 1Q, 2Q, 3Q y 4Q.

Simbología para períodos acumulados: 6M, 9M, 12M

Simbología monedas: \$: pesos chilenos; US\$: dólares de EE.UU.; PEN: nuevos soles de Perú; COP: pesos colombianos; ARS: pesos argentinos; BRL: reales de Brasil.

M: miles; MM: millones; Bn: miles de millones.

a/a: periodo comparado con el mismo periodo del año anterior.

t/t: trimestre comparado con el trimestre inmediatamente anterior.

I. INGRESOS RETAIL

Ingresos Retail 2Q21 (MM\$)<sup>1,2</sup>

	2Q20	2Q21	Var %	Var Moneda Local %
<b>Chile</b>				
Tiendas por Departamento	241.080	478.632	98,5%	98,5%
Mejoramiento del Hogar	418.101	819.373	96,0%	96,0%
Supermercados	196.993	246.257	25,0%	25,0%
<b>Perú</b>				
Tiendas por Departamento	46.894	155.853	232,4%	307,6%
Mejoramiento del Hogar	25.480	164.435	545,3%	685,9%
Supermercados	282.018	243.608	-13,6%	9,1%
<b>Colombia</b>				
Tiendas por Departamento	71.738	80.103	11,7%	22,4%
Mejoramiento del Hogar	133.809	211.693	58,2%	73,4%
<b>Argentina</b>				
Tiendas por Departamento	22.929	18.941	-17,4%	9,8%
Mejoramiento del Hogar	11.746	21.901	86,5%	139,0%
<b>Brasil</b>				
Mejoramiento del Hogar	50.905	55.606	9,2%	23,0%

Ingresos Retail 6M21 (MM\$)

	6M20	6M21	Var %	Var Moneda Local %
<b>Chile</b>				
Tiendas por Departamento	541.061	904.101	67,1%	67,1%
Mejoramiento del Hogar	946.422	1.547.723	63,5%	63,5%
Supermercados	382.409	468.455	22,5%	22,5%
<b>Perú</b>				
Tiendas por Departamento	168.687	277.135	64,3%	99,6%
Mejoramiento del Hogar	189.018	344.608	82,3%	120,8%
Supermercados	535.835	495.801	-7,5%	13,6%
<b>Colombia</b>				
Tiendas por Departamento	150.109	158.818	5,8%	17,7%
Mejoramiento del Hogar	343.480	463.367	34,9%	50,6%
<b>Argentina</b>				
Tiendas por Departamento	65.076	52.016	-20,1%	22,6%
Mejoramiento del Hogar	34.687	41.962	21,0%	85,6%
<b>Brasil</b>				
Mejoramiento del Hogar	100.095	104.236	4,1%	28,4%

<sup>1</sup> Todas las variaciones son en términos nominales y han sido calculadas tanto en pesos chilenos como en moneda local de cada país.

<sup>2</sup> Los ingresos de Argentina se ven afectados por la aplicación de IAS 29.

II. RESULTADOS POR UNIDAD DE NEGOCIO

Resultados por segmento 2Q21 (MM\$)

Chile

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	2Q20	2Q21	(%, pbs)	2Q20	2Q21	(%, pbs)	2Q20	2Q21	(%, pbs)
Ingresos	241.080	478.632	98,5%	418.101	819.373	96,0%	196.993	246.257	25,0%
Ganancia Bruta	70.044	159.797	128,1%	119.084	259.331	117,8%	49.912	67.694	35,6%
Margen Bruto	29,1%	33,4%	433	28,5%	31,6%	317	25,3%	27,5%	215
GAV	(117.545)	(132.541)	12,8%	(150.585)	(166.228)	10,4%	(55.986)	(59.748)	6,7%
GAV / Ingresos	-48,8%	-27,7%	2107	-36,0%	-20,3%	1573	-28,4%	-24,3%	416
Resultado Operacional	(47.501)	27.256	-157,4%	(31.501)	93.103	-395,6%	(6.074)	7.946	-230,8%
Margen Operacional	-19,7%	5,7%	2540	-7,5%	11,4%	1890	-3,1%	3,2%	631
EBITDA	(27.988)	46.506	-266,2%	(7.612)	119.243	-1666,6%	4.942	19.698	298,6%
Margen EBITDA	-11,6%	9,7%	2133	-1,8%	14,6%	1637	2,5%	8,0%	549

Banco Falabella Chile

	2Q20	2Q21	(%, pbs)
	Ingresos	197.364	171.922
Ganancia Bruta	68.855	143.853	108,9%
Margen Bruto	34,9%	83,7%	4879
GAV	(50.166)	(65.681)	30,9%
GAV / Ingresos	-25,4%	-38,2%	-1279
Resultado Operacional	18.689	78.172	318,3%
Margen Operacional	9,5%	45,5%	3600
EBITDA	23.655	83.204	251,7%
Margen EBITDA	12,0%	48,4%	3641

Operaciones Internacionales

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil		
	2Q20	2Q21	(%, pbs)	2Q20	2Q21	(%, pbs)	2Q20	2Q21	(%, pbs)	2Q20	2Q21	(%, pbs)
Ingresos	410.481	612.283	49,2%	126.050	134.100	6,4%	43.287	45.522	5,2%	50.905	55.606	9,2%
Ganancia Bruta	97.361	185.530	90,6%	36.191	54.067	49,4%	20.951	19.845	-5,3%	17.064	20.149	18,1%
Margen Bruto	23,7%	30,3%	658	28,7%	40,3%	1161	48,4%	43,6%	-481	33,5%	36,2%	271
GAV	(148.479)	(162.202)	9,2%	(41.035)	(57.869)	41,0%	(27.522)	(24.516)	-10,9%	(15.894)	(17.355)	9,2%
GAV / Ingresos	-36,2%	-26,5%	968	-32,6%	-43,2%	-1060	-63,6%	-53,9%	973	-31,2%	-31,2%	1
Resultado Operacional	(51.118)	23.328	-145,6%	(4.844)	(3.802)	-21,5%	(6.571)	(4.671)	-28,9%	1.170	2.794	138,8%
Margen Operacional	-12,5%	3,8%	1626	-3,8%	-2,8%	101	-15,2%	-10,3%	492	2,3%	5,0%	273
EBITDA	(20.271)	48.408	-338,8%	2.784	3.638	30,6%	(3.627)	(4.082)	12,5%	3.831	5.317	38,8%
Margen EBITDA	-4,9%	7,9%	1284	2,2%	2,7%	50	-8,4%	-9,0%	-59	7,5%	9,6%	204

Otros

	Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			Falabella		
	2Q20	2Q21	(%, pbs)	2Q20	2Q21	(%, pbs)	2Q20	2Q21	(%, pbs)
Ingresos	22.556	47.479	110,5%	50.970	37.346	-26,7%	1.757.788	2.648.519	50,7%
Ganancia Bruta	4.190	26.132	523,7%	5.434	(8.980)	-265,3%	489.086	927.418	89,6%
Margen Bruto	18,6%	55,0%	3646	10,7%	-24,0%	-3471	27,8%	35,0%	719
GAV	(15.769)	(8.665)	-45,1%	(8.013)	13.627	-270,1%	(630.995)	(681.178)	8,0%
GAV / Ingresos	-69,9%	-18,3%	5166	-15,7%	36,5%	5221	-35,9%	-25,7%	1018
Resultado Operacional	(11.579)	17.467	-250,9%	(2.580)	4.648	-280,2%	(141.909)	246.240	-273,5%
Margen Operacional	-51,3%	36,8%	8812	-5,1%	12,4%	1751	-8,1%	9,3%	1737
EBITDA	1.689	31.424	1760,5%	(2.997)	5.637	-288,1%	(25.594)	358.993	-1502,7%
Margen EBITDA	7,5%	66,2%	5870	-5,9%	15,1%	2098	-1,5%	13,6%	1501

## Resultados por segmento 6M21 (MM\$)

## Chile

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	6M20	6M21	(%, pbs)	6M20	6M21	(%, pbs)	6M20	6M21	(%, pbs)
Ingresos	541.061	904.101	67,1%	946.422	1.547.723	63,5%	382.409	468.455	22,5%
Ganancia Bruta	158.113	284.932	80,2%	275.713	493.367	78,9%	95.637	127.400	33,2%
Margen Bruto	29,2%	31,5%	229	29,1%	31,9%	274	25,0%	27,2%	219
GAV	(235.647)	(265.899)	12,8%	(290.994)	(315.135)	8,3%	(108.176)	(114.228)	5,6%
GAV / Ingresos	-43,6%	-29,4%	1414	-30,7%	-20,4%	1039	-28,3%	-24,4%	390
Resultado Operacional	(77.534)	19.033	-124,5%	(15.281)	178.232	-1266,4%	(12.539)	13.172	-205,0%
Margen Operacional	-14,3%	2,1%	1644	-1,6%	11,5%	1313	-3,3%	2,8%	609
EBITDA	(38.405)	57.674	-250,2%	32.418	228.741	605,6%	9.181	36.215	294,5%
Margen EBITDA	-7,1%	6,4%	1348	3,4%	14,8%	1135	2,4%	7,7%	533

## Banco Falabella Chile

	6M20	6M21	(%, pbs)
	Ingresos	417.488	343.055
Ganancia Bruta	174.448	308.413	76,8%
Margen Bruto	41,8%	89,9%	4812
GAV	(109.812)	(130.734)	19,1%
GAV / Ingresos	-26,3%	-38,1%	-1181
Resultado Operacional	64.636	177.679	174,9%
Margen Operacional	15,5%	51,8%	3631
EBITDA	74.079	187.481	153,1%
Margen EBITDA	17,7%	54,7%	3691

## Operaciones Internacionales

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil		
	6M20	6M21	(%, pbs)	6M20	6M21	(%, pbs)	6M20	6M21	(%, pbs)	6M20	6M21	(%, pbs)
Ingresos	1.034.965	1.215.157	17,4%	270.073	267.630	-0,9%	122.977	104.898	-14,7%	100.095	104.236	4,1%
Ganancia Bruta	286.913	360.694	25,7%	96.437	103.309	7,1%	60.691	50.151	-17,4%	34.740	38.306	10,3%
Margen Bruto	27,7%	29,7%	196	35,7%	38,6%	289	49,4%	47,8%	-154	34,7%	36,7%	204
GAV	(317.417)	(320.288)	0,9%	(97.664)	(115.792)	18,6%	(66.613)	(50.936)	-23,5%	(34.593)	(33.347)	-3,6%
GAV / Ingresos	-30,7%	-26,4%	431	-36,2%	-43,3%	-710	-54,2%	-48,6%	561	-34,6%	-32,0%	257
Resultado Operacional	(30.504)	40.406	-232,5%	(1.228)	(12.483)	916,8%	(5.922)	(785)	-86,7%	147	4.959	3273,5%
Margen Operacional	-2,9%	3,3%	627	-0,5%	-4,7%	-421	-4,8%	-0,7%	407	0,1%	4,8%	461
EBITDA	30.712	91.548	198,1%	14.659	2.342	-84,0%	466	497	6,7%	6.010	9.938	65,4%
Margen EBITDA	3,0%	7,5%	457	5,4%	0,9%	-455	0,4%	0,5%	9	6,0%	9,5%	353

## Otros

	Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			Falabella		
	6M20	6M21	(%, pbs)	6M20	6M21	(%, pbs)	6M20	6M21	(%, pbs)
Ingresos	96.971	107.100	10,4%	84.035	65.373	-22,2%	3.996.497	5.127.728	28,3%
Ganancia Bruta	57.823	64.132	10,9%	10.237	(8.647)	-184,5%	1.250.751	1.822.057	45,7%
Margen Bruto	59,6%	59,9%	25	12,2%	-13,2%	-2541	31,3%	35,5%	424
GAV	(23.668)	(13.519)	-42,9%	(12.714)	26.187	-306,0%	(1.297.298)	(1.333.691)	2,8%
GAV / Ingresos	-24,4%	-12,6%	1178	-15,1%	40,1%	5519	-32,5%	-26,0%	645
Resultado Operacional	34.155	50.613	48,2%	(2.477)	17.540	-808,1%	(46.547)	488.366	-1149,2%
Margen Operacional	35,2%	47,3%	1204	-2,9%	26,8%	2978	-1,2%	9,5%	1069
EBITDA	60.088	78.062	29,9%	(3.303)	18.738	-667,3%	185.904	711.236	282,6%
Margen EBITDA	62,0%	72,9%	1092	-3,9%	28,7%	3259	4,7%	13,9%	922

**III. NEGOCIO FINANCIERO**

## Banco Falabella: Estado de Resultados

	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	2Q20	2Q21	Var. %	2Q20	2Q21	Var. %	2Q20	2Q21	Var. %
<b>Principales Resultados</b>	<i>(MM CLP)</i>			<i>(M SOL)</i>			<i>(MM COP)</i>		
Ingresos por intereses y reajustes	173.690	142.807	-17,8%	185.710	154.066	-17,0%	182.370	177.338	-2,8%
Gastos por intereses y reajustes	(21.441)	(12.942)	-39,6%	(31.542)	(14.311)	-54,6%	(40.836)	(28.764)	-29,6%
Ing. netos por intereses y reajustes	152.249	129.865	-14,7%	154.168	139.754	-9,3%	141.534	148.574	5,0%
Ingresos por comisiones	23.031	27.706	20,3%	41.194	41.863	1,6%	51.711	66.778	29,1%
Gastos por comisiones	(12.434)	(12.972)	4,3%	(9.067)	(5.519)	-39,1%	(14.341)	(15.594)	8,7%
Ing. netos por comisiones	10.597	14.733	39,0%	32.127	36.344	13,1%	37.370	51.184	37,0%
Ut. neta de operaciones financieras	8.093	1.685	-79,2%	853	4.280	401,6%	6.621	7.397	11,7%
Otros ing. operacionales netos	642	1.410	119,4%	77	(763)	-1093,8%	642	479	-25,4%
Ingreso Operacional	171.581	147.693	-13,9%	187.225	179.615	-4,1%	186.166	207.634	11,5%
Costo por Riesgo de Crédito	(102.727)	(3.840)	-96,3%	(151.187)	(63.853)	-57,8%	(103.090)	(74.984)	-27,3%
Gasto Operacional	(50.166)	(65.681)	30,9%	(111.840)	(147.601)	32,0%	(86.224)	(127.107)	47,4%
Resultado Operacional	18.689	78.172	318,3%	(75.802)	(31.839)	-58,0%	(3.147)	5.543	-276,1%
Ganancia / (Pérdida) Neta	16.160	58.743	263,5%	(54.710)	(24.350)	-55,5%	(2.287)	1.365	-159,7%
<b>Eficiencia</b>	29,2%	44,5%		59,7%	82,2%		46,3%	61,2%	
	<b>6M20</b>	<b>6M21</b>	<b>Var. %</b>	<b>6M20</b>	<b>6M21</b>	<b>Var. %</b>	<b>6M20</b>	<b>6M21</b>	<b>Var. %</b>
	<i>(MM CLP)</i>			<i>(M SOL)</i>			<i>(MM COP)</i>		
Ingresos por intereses y reajustes	362.324	285.246	-21,3%	397.863	300.980	-24,4%	376.892	349.138	-7,4%
Gastos por intereses y reajustes	(47.980)	(27.308)	-43,1%	(65.252)	(34.338)	-47,4%	(82.787)	(56.997)	-31,2%
Ing. netos por intereses y reajustes	314.344	257.938	-17,9%	332.611	266.642	-19,8%	294.104	292.142	-0,7%
Ingresos por comisiones	54.227	55.559	2,5%	107.490	92.471	-14,0%	119.234	131.932	10,6%
Gastos por comisiones	(32.339)	(26.078)	-19,4%	(21.937)	(15.852)	-27,7%	(30.768)	(28.414)	-7,7%
Ing. netos por comisiones	21.888	29.481	34,7%	85.553	76.619	-10,4%	88.466	103.518	17,0%
Ut. neta de operaciones financieras	10.291	5.967	-42,0%	2.408	6.847	184,3%	6.971	18.095	159,6%
Otros ing. operacionales netos	936	2.250	140,2%	5.750	356	-93,8%	870	811	-6,7%
Ingreso Operacional	347.459	295.636	-14,9%	426.323	350.465	-17,8%	390.411	414.566	6,2%
Costo por Riesgo de Crédito	(173.012)	12.777	-107,4%	(237.268)	(121.312)	-48,9%	(156.711)	(160.344)	2,3%
Gasto Operacional	(109.812)	(130.734)	19,1%	(245.552)	(272.606)	11,0%	(191.283)	(243.203)	27,1%
Resultado Operacional	64.636	177.678	174,9%	(56.497)	(43.453)	-23,1%	42.417	11.018	-74,0%
Ganancia / (Pérdida) Neta	52.258	135.021	158,4%	(41.814)	(33.314)	-20,3%	26.150	4.555	-82,6%
<b>Eficiencia</b>	31,6%	44,2%		57,6%	77,8%		49,0%	58,7%	

Banco Falabella: Balance y Datos Operacionales<sup>3</sup>

	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	jun-20	jun-21	Var. %	jun-20	jun-21	Var. %	jun-20	jun-21	Var. %
<b>Principales cuentas del Balance</b>	<i>(MM CLP)</i>			<i>(M SOL)</i>			<i>(MM COP)</i>		
Efectivo y depósitos en bancos	276.590	844.122	205,2%	510.018	471.490	-7,6%	143.539	141.460	-1,4%
Activos Financieros	1.056.828	1.014.773	-4,0%	764.290	392.839	-48,6%	561.196	674.289	20,2%
Colocaciones brutas	3.543.519	3.372.851	-4,8%	2.784.881	2.513.764	-9,7%	3.634.309	4.001.488	10,1%
Provisiones	(285.913)	(184.791)	-35,4%	(326.041)	(248.176)	-23,9%	(274.922)	(306.604)	11,5%
Colocaciones netas	3.257.606	3.188.061	-2,1%	2.458.839	2.265.588	-7,9%	3.359.388	3.694.884	10,0%
Total Activos	5.746.938	5.774.058	0,5%	4.232.131	3.701.363	-12,5%	4.410.994	4.892.657	10,9%
Depósitos a la vista	727.653	1.782.898	145,0%	551.980	549.043	-0,5%	778.967	1.031.267	32,4%
Depósitos a plazo	1.945.409	1.143.270	-41,2%	2.332.591	2.043.841	-12,4%	2.570.369	2.644.887	2,9%
Total depósitos	2.673.061	2.926.167	9,5%	2.884.572	2.592.884	-10,1%	3.349.337	3.676.155	9,8%
Otras obligaciones financieras	288.191	369.373	28,2%	258.424	22.192	-91,4%	34.260	216.859	533,0%
Total Pasivos	4.979.091	4.848.905	-2,6%	3.500.786	2.985.402	-14,7%	3.796.137	4.291.547	13,1%
Patrimonio (stock)	767.847	925.153	20,5%	731.346	715.961	-2,1%	614.857	601.110	-2,2%
Total Pasivos + Patrimonio	5.746.938	5.774.058	0,5%	4.232.131	3.701.363	-12,5%	4.410.994	4.892.657	10,9%
<b>Datos operacionales</b>									
Cartera Vencida (+90 días)	161.457	49.146	-69,6%	128.068	99.190	-22,5%	92.736	117.242	26,4%
Cuentas pasivas (#)	960.562	1.156.183	20,4%	1.014.168	1.053.238	3,9%	1.618.551	1.735.567	7,2%
Tarjetas con saldo (#)	2.692.063	2.643.140	-1,8%	939.562	971.421	3,4%	983.365	1.074.606	9,3%
Deuda Promedio (moneda local)	1.316.284	1.276.077	-3,1%	2.964	2.588	-12,7%	3.695.789	3.723.679	0,8%
Duration (meses)	5,7	5,5	-2,7%	9,1	9,0	-1,8%	16,5	16,2	-1,8%
ATMs (#)	371	387	4,3%	170	153	-10,0%	66	66	0,0%
Sucursales (#)	187	145	-22,5%	68	58	-14,7%	93	93	0,0%
<b>Ratios</b>									
Cartera Vencida / Colocaciones	4,6%	1,5%		4,6%	3,9%		2,6%	2,9%	
Provisiones / Cartera Vencida	1,8	3,8		2,5	2,5		3,0	2,6	
Basilea	15,7%	22,0%		16,2%	13,3%		11,7%	11,6%	
ROAE	18,1%	33,1%		-0,8%	-15,2%		15,4%	1,5%	
ROAA	2,5%	4,3%		-0,1%	-2,5%		2,2%	0,2%	

 Porcentaje de Venta a través de Tarjeta CMR<sup>4</sup> (UDM)

	1Q19	2Q19	3Q19	4Q19	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21	2Q21
Chile - Falabella	47,4%	47,5%	47,7%	47,2%	47,7%	49,1%	49,0%	45,5%	44,9%	43,4%
Chile - Sodimac	26,9%	26,7%	26,4%	26,3%	25,8%	25,6%	23,2%	20,8%	18,9%	17,3%
Chile - Tottus	20,3%	20,4%	20,5%	18,7%	18,8%	17,9%	16,2%	15,2%	14,9%	14,8%
Perú - Falabella, Sodimac, Tottus	36,5%	36,7%	37,1%	37,4%	36,9%	35,7%	34,2%	33,1%	32,9%	33,9%
Colombia - Falabella y Sodimac	23,4%	23,4%	23,3%	25,7%	23,5%	23,1%	23,0%	22,0%	21,8%	22,1%
Argentina - Falabella y Sodimac	21,2%	19,8%	17,6%	14,8%	15,1%	15,2%	16,2%	15,4%	12,7%	10,4%

<sup>3</sup> Ratios de ROA y ROE en Banco Falabella Chile considera utilidad de UDM que corresponde a la integración de Banco con CMR.

<sup>4</sup> Porcentaje de venta con CMR: es la venta a través de la tarjeta con respecto a la venta total de cada negocio.

IV. ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

	Por el período terminado al 30-jun-21 M\$	Por el período terminado al 30-jun-20 M\$
<b>Estado de Resultados</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
Ingresos de actividades ordinarias	4.608.667.199	3.346.062.707
Costo de ventas	(3.187.574.085)	(2.364.939.732)
<b>Ganancia bruta</b>	<b>1.421.093.114</b>	<b>981.122.975</b>
Costos de distribución	(100.548.409)	(71.717.121)
Gastos de administración	(939.987.010)	(967.938.397)
Otros gastos por función	(63.449.581)	(48.668.056)
Otras (pérdidas) ganancias	(5.761.763)	1.761.793
Ingresos financieros	43.552.868	53.396.879
Costos financieros	(100.942.076)	(114.882.092)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	8.117.858	(5.074.500)
Diferencias de cambio	(27.257.443)	(21.441.132)
Resultado por unidades de reajuste	(25.082.049)	(15.020.236)
<b>Ganancia (pérdida) antes de impuestos</b>	<b>209.735.509</b>	<b>(208.459.887)</b>
(Gastos) utilidad por impuestos a las ganancias	(56.456.626)	47.288.857
<b>Ganancia (pérdida) de negocios no bancarios</b>	<b>153.278.883</b>	<b>(161.171.030)</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Ingresos por intereses y reajustes	416.064.698	541.218.546
Gastos por intereses y reajustes	(48.108.631)	(82.728.754)
<b>Ingreso neto por intereses y reajustes</b>	<b>367.956.067</b>	<b>458.489.792</b>
Ingresos por comisiones	100.682.272	108.249.749
Gastos por comisiones	(37.285.648)	(47.377.854)
<b>Ingreso neto por comisiones</b>	<b>63.396.624</b>	<b>60.871.895</b>
Utilidad neta de operaciones financieras	14.019.430	20.000.310
(Pérdida) Utilidad de cambio neta	(4.044.827)	(7.682.178)
Otros ingresos operacionales	2.314.078	965.939
Provisión por riesgo de crédito	(42.677.485)	(263.017.600)
<b>Total ingreso operacional neto</b>	<b>400.963.887</b>	<b>269.628.158</b>
Remuneraciones y gastos del personal	(63.722.189)	(73.333.702)
Gastos de Administración	(121.607.133)	(96.035.062)
Depreciaciones y amortizaciones	(18.796.965)	(19.882.195)
Otros gastos operacionales	(25.579.662)	(19.723.228)
<b>Total gastos operacionales</b>	<b>(229.705.949)</b>	<b>(208.974.187)</b>
<b>Resultado operacional</b>	<b>171.257.938</b>	<b>60.653.971</b>
Resultado por inversiones en sociedades	216.415	232.562
<b>Resultado antes de impuesto a la renta</b>	<b>171.474.353</b>	<b>60.886.533</b>
Gastos por impuesto a las ganancias	(42.001.885)	(12.656.227)
<b>Ganancia de negocios bancarios</b>	<b>129.472.468</b>	<b>48.230.306</b>
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>282.751.351</b>	<b>(112.940.724)</b>
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a</b>		
Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora	272.174.706	(111.932.483)
Ganancia (pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	10.576.645	(1.008.241)
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>282.751.351</b>	<b>(112.940.724)</b>
<b>Ganancia (pérdida) por acción</b>		
<b>Ganancia (pérdida) por acción básica</b>		
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones continuadas	0,11	(0,04)
<b>Ganancia (pérdida) por acción básica</b>	<b>0,11</b>	<b>(0,04)</b>
<b>Ganancia (pérdida) por acción diluida</b>		
Ganancia (pérdida) por acción diluida en operaciones continuadas	0,11	(0,04)
<b>Ganancia (pérdida) por acción diluida</b>	<b>0,11</b>	<b>(0,04)</b>

## Resultados segundo trimestre 2021

Balance	30-jun-21	31-dic-20
	M\$	M\$
<b>Activos</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
<b>Activos corrientes</b>		
Efectivo y equivalentes al efectivo	814.874.990	1.216.193.920
Otros activos financieros corrientes	40.912.734	41.163.435
Otros activos no financieros corrientes	107.414.202	103.954.106
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	337.908.778	416.572.521
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	31.307.796	33.374.856
Inventarios	1.318.900.345	1.161.244.547
Activos por impuestos corrientes	59.626.187	59.292.980
<b>Total de activos corrientes distintos de los activos o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios</b>	<b>2.710.945.032</b>	<b>3.031.796.365</b>
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	29.052.360	29.095.216
<b>Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios</b>	<b>29.052.360</b>	<b>29.095.216</b>
<b>Total activos corrientes</b>	<b>2.739.997.392</b>	<b>3.060.891.581</b>
<b>Activos no corrientes</b>		
Otros activos financieros no corrientes	270.482.866	195.004.590
Otros activos no financieros no corrientes	85.751.783	91.649.259
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar no corrientes	10.331.683	5.594.155
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas no corrientes	27.394.720	13.841.640
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	190.473.348	194.146.313
Activos intangibles distintos de la plusvalía	338.482.566	340.551.306
Plusvalía	599.753.837	607.108.378
Propiedades, planta y equipo	3.312.870.600	3.388.090.202
Propiedad de inversión	3.295.573.181	3.315.319.472
Activos por impuestos no corrientes	13.196.797	16.538.022
Activos por impuestos diferidos	254.325.504	233.685.099
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>8.398.636.885</b>	<b>8.401.528.436</b>
<b>Total activos de negocios no bancarios</b>	<b>11.138.634.277</b>	<b>11.462.420.017</b>
<b>Activos Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Efectivo y depósitos en bancos	959.617.879	336.805.631
Operaciones con liquidación en curso	73.679.701	273.561.309
Instrumentos para negociación	50.623.192	450.773.778
Contratos de retrocompra y préstamos de valores	25.159.333	15.016.800
Contratos de derivados financieros	351.482.634	640.330.966
Créditos y cuentas por cobrar a clientes	4.365.910.139	4.304.988.052
Instrumentos de inversión disponibles para la venta	1.157.930.990	1.071.527.684
Inversiones en sociedades	3.212.257	3.134.482
Intangibles	74.068.570	76.525.371
Activo fijo	57.030.120	58.890.879
Impuestos corrientes	19.471.336	13.217.364
Impuestos diferidos	63.860.538	66.492.338
Otros activos	156.704.498	144.844.995
<b>Total activos negocios bancarios</b>	<b>7.358.751.187</b>	<b>7.456.109.649</b>
<b>Total activos</b>	<b>18.497.385.464</b>	<b>18.918.529.666</b>

## Resultados segundo trimestre 2021

	30-jun-21	31-dic-20
	M\$	M\$
<b>Patrimonio Neto y Pasivos</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
Otros pasivos financieros corrientes	444.441.833	530.542.382
Pasivos por arrendamiento corrientes	80.001.498	79.955.074
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	1.047.038.783	1.145.100.927
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	21.350.134	18.084.369
Otras provisiones corrientes	25.713.309	26.052.956
Pasivos por Impuestos corrientes	67.704.653	22.623.827
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	152.914.196	145.574.678
Otros pasivos no financieros corrientes	174.822.569	194.908.389
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>2.013.986.975</b>	<b>2.162.842.602</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>		
Otros pasivos financieros no corrientes	2.970.045.348	3.229.990.163
Pasivos por arrendamiento no corrientes	857.019.228	853.592.987
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar no corrientes	1.090.793	1.074.634
Otras provisiones no corrientes	8.412.178	8.425.778
Pasivos por impuestos diferidos	588.842.538	591.807.294
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	42.674.355	43.599.751
Otros pasivos no financieros no corrientes	48.231.632	50.636.869
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>4.516.316.072</b>	<b>4.779.127.476</b>
<b>Total pasivos de negocios no bancarios</b>	<b>6.530.303.047</b>	<b>6.941.970.078</b>
<b>Pasivos Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	2.003.099.155	1.549.896.493
Operaciones con liquidación en curso	70.023.002	265.976.430
Depósitos y otras captaciones a plazo	2.100.566.310	2.421.271.205
Contratos de derivados financieros	317.407.364	587.247.845
Obligaciones con bancos	602.010.922	341.118.713
Instrumentos de deuda emitidos	206.606.472	205.447.491
Otras obligaciones financieras	68.856.905	74.735.593
Pasivos por arrendamiento	25.772.532	27.237.056
Impuestos corrientes	12.634.701	13.390.117
Provisiones	37.567.068	31.025.702
Otros pasivos	328.396.798	473.957.252
<b>Total pasivos negocios bancarios</b>	<b>5.772.941.229</b>	<b>5.991.303.897</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>12.303.244.276</b>	<b>12.933.273.975</b>
<b>Patrimonio Neto</b>		
Capital emitido	919.419.389	919.419.389
Ganancias acumuladas	4.728.423.625	4.459.532.797
Primas de emisión	93.482.329	93.482.329
Acciones propias en cartera	(27.738.111)	(43.405.118)
Otras reservas	(475.110.591)	(407.289.735)
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>5.238.476.641</b>	<b>5.021.739.662</b>
Participaciones no controladoras	955.664.547	963.516.029
<b>Patrimonio total</b>	<b>6.194.141.188</b>	<b>5.985.255.691</b>
<b>Total de patrimonio y pasivos</b>	<b>18.497.385.464</b>	<b>18.918.529.666</b>

## Resultados segundo trimestre 2021

	30 de Junio 2021	30 de Junio 2020
	M\$	M\$
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
<b>Clases de cobros por actividades de operación</b>		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	5.502.836.513	4.232.319.721
<b>Clases de pagos</b>		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(4.579.207.173)	(3.503.654.251)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(526.536.330)	(561.592.052)
Impuestos a las ganancias (pagados) reembolsados	(26.025.025)	28.478.043
Otras salidas de efectivo	(246.184.994)	(193.325.536)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación de negocios no bancarios</b>	<b>124.882.991</b>	<b>2.225.925</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Utilidad consolidada del período	129.472.468	48.230.306
<b>Cargos (abonos) a resultados que no significan movimientos de efectivo:</b>		
Depreciaciones y amortizaciones	18.796.965	19.882.195
Provisiones por riesgo de crédito	86.344.549	296.055.608
Utilidad neta por inversiones en sociedades con influencia significativa	(216.415)	(232.562)
Otros cargos que no significan movimiento de efectivo	42.001.885	12.656.227
Variación neta de intereses, reajustes y comisiones devengadas sobre activos y pasivos	7.747.787	38.653.645
<b>Cambios en activos y pasivos que afectan al flujo operacional:</b>		
Aumento de contratos de retrocompra y préstamos de valores	(25.159.333)	-
(Aumento) disminución en créditos y cuentas por cobrar a clientes	(143.522.167)	263.167.441
Disminución neta de instrumentos para negociación	28.011.648	40.036.826
Aumento de depósitos y otras obligaciones a la vista	453.202.662	178.465.981
(Disminución) aumento de depósitos y otras captaciones a plazo	(324.426.692)	126.786.454
Disminución de obligaciones con bancos	(3.699.911)	(3.480.387)
Otras salidas de efectivo	(158.116.140)	(50.335.543)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de la operación negocios bancarios</b>	<b>110.437.306</b>	<b>969.886.191</b>
<b>Flujos de Efectivo Netos procedentes de actividades de operación</b>	<b>235.320.297</b>	<b>972.112.116</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
Flujos de efectivo procedentes de la pérdida de control de subsidiarias u otros negocios	3.123.502	4.209.950
Aportes realizados en asociadas	(16.113.722)	(20.093.500)
Préstamos a entidades relacionadas	(8.220.255)	(12.759.727)
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	6.668.534	437.878
Compras de propiedades, planta y equipo	(108.954.021)	(164.867.707)
Compras de activos intangibles	(19.877.456)	(28.116.602)
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	6.396.184	13.365.620
Compras de otros activos a largo plazo	(31.262.624)	(79.212.868)
Dividendos recibidos	16.746.211	9.155
Intereses recibidos	10.062.867	8.122.164
Otras entradas de efectivo	8.301.375	9.816.187
<b>Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión de negocios no bancarios</b>	<b>(133.129.405)</b>	<b>(269.089.450)</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Disminución neta de instrumentos de inversión disponibles para la venta	101.809.737	31.523.306
Compras de activos fijos	(12.352.348)	(19.733.964)
Otras entradas de efectivo	-	1.207.372
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de inversión negocios bancarios</b>	<b>89.457.389</b>	<b>12.996.714</b>
<b>Flujos de Efectivo Netos utilizados en actividades de inversión</b>	<b>(43.672.016)</b>	<b>(256.092.736)</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
Importes procedentes de la emisión de acciones	2.527.270	3.977.348
Cobros por vender las acciones de la entidad	10.175.892	-
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	250.381.812	792.551.980
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	179.168.246	1.369.147.942
<b>Total importes procedentes de préstamos</b>	<b>429.550.058</b>	<b>2.161.699.922</b>
Pagos de préstamos	(760.084.229)	(746.221.479)
Dividendos pagados	(18.912.603)	(93.415.775)
Intereses pagados	(80.682.585)	(95.243.654)
Otras salidas de efectivo	(8.004.526)	(4.610.058)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos (utilizados en) procedentes de actividades de financiación de negocios no bancarios</b>	<b>(425.430.723)</b>	<b>1.226.186.304</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Rescate de letras de crédito	(3.898.075)	(4.675.917)
Obtención (pago) de préstamos y otros pasivos	265.751.100	(153.202.164)
Otras salidas de efectivo	(1.542.686)	(541.111)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación negocios bancarios</b>	<b>260.310.339</b>	<b>(158.419.192)</b>
<b>Flujos de Efectivo Netos (utilizados en) procedentes de actividades de financiación</b>	<b>(165.120.384)</b>	<b>1.067.767.112</b>
<b>Aumento neto en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio</b>	<b>26.527.897</b>	<b>1.783.786.492</b>
<b>Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo</b>		
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(18.775.017)	(18.309.671)
<b>Aumento neto de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>7.752.880</b>	<b>1.765.476.821</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	2.462.375.816	837.781.863
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período</b>	<b>2.470.128.696</b>	<b>2.603.258.684</b>

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

30 de Junio 2021	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	(30.264.019)	222.975.880	3.621.839	137.443.642	78.686.038
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(19.986.429)	(20.121.564)	(12.936.116)	91.494.544	(24.959.156)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	26.658.197	(209.566.288)	3.718.381	217.504.723	(174.344.480)
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(23.592.251)</b>	<b>(6.711.972)</b>	<b>(5.595.896)</b>	<b>446.442.909</b>	<b>(120.617.598)</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	209.470	(82.474)	(14.606)	0	(597.601)
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>45.439.783</b>	<b>48.881.590</b>	<b>11.250.913</b>	<b>1.093.163.695</b>	<b>202.514.434</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>22.057.002</b>	<b>42.087.144</b>	<b>5.640.411</b>	<b>1.539.606.604</b>	<b>81.299.235</b>

30 de Junio 2020	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	(17.917.317)	132.750.028	11.868.051	705.385.658	48.033.208
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(199.094.080)	(36.901.923)	(23.335.346)	165.921.897	(59.745.915)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	173.999.078	(78.707.803)	7.439.292	(262.995.911)	258.229.048
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(43.012.319)</b>	<b>17.140.302</b>	<b>(4.028.003)</b>	<b>608.311.644</b>	<b>246.516.341</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(101.670)	(1.479.375)	(14.337)	0	(1.250.160)
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>55.899.858</b>	<b>22.797.653</b>	<b>13.473.556</b>	<b>414.080.602</b>	<b>35.722.612</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>12.808.567</b>	<b>38.458.580</b>	<b>9.430.290</b>	<b>1.022.392.246</b>	<b>280.988.793</b>

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

30 de Junio 2021	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	(77.730.881)	(13.070.567)	8.276.539	2.543.909
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(18.538.716)	(24.766.487)	3.726.886	(5.165.193)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(12.140.333)	20.736.515	(2.142.572)	(2.296.743)
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(108.409.930)</b>	<b>(17.100.539)</b>	<b>9.860.853</b>	<b>(4.918.027)</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(10.143.842)	(8.119.186)	(1.767.842)	1.142.856
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>330.754.756</b>	<b>96.231.130</b>	<b>15.339.825</b>	<b>26.213.109</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>212.200.984</b>	<b>71.011.405</b>	<b>23.432.836</b>	<b>22.437.938</b>

30 de Junio 2020	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	158.423.568	10.555.658	5.711.823	10.873.090
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(124.976.197)	(51.968.061)	(7.008.993)	(1.230.669)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	214.466.153	65.332.953	39.286.708	22.874.582
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>247.913.524</b>	<b>23.920.550</b>	<b>37.989.538</b>	<b>32.517.003</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(5.452.891)	(1.619.088)	(3.892.603)	(4.964.356)
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>166.983.567</b>	<b>85.173.726</b>	<b>8.127.249</b>	<b>3.881.290</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>409.444.200</b>	<b>107.475.188</b>	<b>42.224.184</b>	<b>31.433.937</b>

V. GROSS MERCHANDISE VOLUME (GMV) (MM\$) <sup>5</sup>

GMV	2Q20	% Total	2Q21	% Total	Var %	UDM
<b>Retail (1P)</b>	<b>486.516</b>	<b>76%</b>	<b>708.695</b>	<b>80%</b>	<b>46%</b>	<b>2.318.377</b>
Tiendas por departamento	370.778	58%	450.577	51%	22%	1.668.086
Mejoramiento del hogar	91.425	14%	222.312	25%	143%	545.742
Supermercados	24.313	4%	35.806	4%	47%	104.550
<b>Marketplace (3P)</b>	<b>150.646</b>	<b>24%</b>	<b>173.086</b>	<b>20%</b>	<b>15%</b>	<b>638.601</b>
<b>Total GMV</b>	<b>637.162</b>	<b>100%</b>	<b>881.781</b>	<b>100%</b>	<b>38%</b>	<b>2.956.978</b>

GMV por País	2Q20	% Total	2Q21	% Total	Var %	UDM
Chile	352.869	55%	608.117	69%	72%	1.881.861
Perú	111.214	17%	155.950	18%	40%	563.136
Colombia	100.621	16%	51.050	6%	-49%	272.707
Otros	72.458	11%	66.665	8%	-8%	239.275
<b>Total GMV por País</b>	<b>637.162</b>	<b>100%</b>	<b>881.781</b>	<b>100%</b>	<b>38%</b>	<b>2.956.978</b>

VI. PENETRACIÓN ONLINE <sup>6</sup>

Penetración Online	2Q20	2Q21	UDM 2Q20	UDM 2Q21
Tiendas por departamento	85%	53%	33%	49%
Mejoramiento del hogar	16%	17%	6%	12%
Supermercados	4%	5%	2%	4%
<b>Total</b>	<b>36%</b>	<b>28%</b>	<b>17%</b>	<b>25%</b>

<sup>5</sup> GMV se calcula en función de las ventas online brutas de los negocios Tiendas por Departamento en Chile, Perú, Colombia y Argentina; Mejoramiento del Hogar en Chile, Perú, Argentina, Brasil y Uruguay; Supermercados Chile y Perú y Linio.

<sup>6</sup> Porcentaje de penetración online se calcula como el ratio de la venta bruta total del canal online sobre la venta bruta total del canal online más el canal físico.

Resultados segundo trimestre 2021

**VII. CRECIMIENTOS DE VENTAS NOMINAL POR LOCAL EQUIVALENTE  
- SAME STORE SALES (SSS) <sup>7, 8, 9, 10</sup>**

	1Q18	2Q18	3Q18	4Q18	2018	1Q19	2Q19	3Q19	4Q19	2019	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	2020	1Q21	2Q21
<b>Chile</b>																	
Tiendas por Departamento	-4,9%	0,2%	-7,2%	-3,3%	-3,6%	-3,0%	-1,2%	-3,5%	-3,6%	-2,8%	N/A	N/A	-5,0%	22,7%	N/A	30,1%	N/A
Mejoramiento del Hogar	4,6%	5,8%	1,9%	-2,0%	2,4%	-1,7%	-4,2%	-0,7%	-6,1%	-3,1%	-5,1%	-9,7%	22,6%	33,7%	6,5%	31,9%	85,2%
Supermercados	1,7%	1,9%	2,6%	-1,2%	1,1%	1,5%	-2,4%	-1,2%	-0,9%	-0,8%	5,3%	7,1%	13,3%	25,9%	12,1%	10,0%	19,3%
<b>Perú</b>																	
Tiendas por Departamento	12,1%	8,4%	3,8%	0,3%	5,4%	0,3%	-4,4%	4,6%	-2,8%	-0,9%	N/A	N/A	-26,2%	-1,2%	N/A	N/A	N/A
Mejoramiento del Hogar	6,0%	1,0%	2,9%	3,7%	2,6%	1,7%	3,4%	2,1%	-0,7%	1,5%	N/A	N/A	15,3%	11,8%	N/A	N/A	N/A
Supermercados	4,8%	10,3%	6,1%	3,5%	6,0%	3,9%	-0,5%	2,7%	2,5%	2,2%	4,9%	N/A	19,7%	17,7%	N/A	10,2%	3,2%
<b>Colombia</b>																	
Tiendas por Departamento	0,6%	11,9%	15,0%	9,9%	10,5%	9,8%	9,0%	9,5%	8,6%	9,1%	N/A	N/A	-31,4%	-21,5%	N/A	N/A	N/A
Mejoramiento del Hogar	-0,9%	4,6%	3,8%	7,7%	3,9%	7,8%	8,1%	8,1%	8,2%	8,1%	N/A	N/A	1,2%	15,9%	N/A	N/A	N/A
<b>Argentina</b>																	
Tiendas por Departamento	38,3%	36,7%	30,7%	27,2%	32,4%	20,2%	23,4%	36,1%	56,2%	35,8%	N/A	N/A	35,7%	22,4%	N/A	N/A	-
Mejoramiento del Hogar	25,6%	23,4%	26,4%	18,5%	23,2%	18,1%	13,5%	16,6%	36,8%	22,2%	N/A	N/A	-8,9%	30,0%	N/A	N/A	191,4%
<b>Brasil</b>																	
Mejoramiento del Hogar	7,9%	-1,3%	-2,0%	8,8%	3,1%	8,1%	18,2%	11,8%	6,6%	10,8%	-3,6%	19,5%	36,9%	30,5%	21,4%	35,3%	N/A

Respecto al cálculo de SSS:

El formato de Tiendas por Departamento en Chile vio afectada su operación normal en ambos períodos (2Q20 y 2Q21), resultando en cierres de locales en mayor extensión durante los meses de abril y restricciones parciales en los meses restantes del trimestre. Al considerar las ventas de la totalidad de las tiendas físicas, el crecimiento en ingresos a/a fue de 312% en el período.

Los negocios de Tiendas por Departamento y Mejoramiento del Hogar en Perú, enfrentaron restricciones a la operación en ambos períodos, con mayor fuerza en mayo y la primera mitad de junio de 2020. Durante 2021, las restricciones fueron menores. Al considerar los ingresos de la totalidad de las tiendas físicas, el crecimiento en ingresos a/a fue de 1.315% y 1.088% en el período., para Tiendas por Departamento y Mejoramiento del Hogar respectivamente.

En Colombia, los ingresos totales de Tiendas por Departamento crecieron 574% a/a, mientras que Mejoramiento del Hogar creció 96,2%

En Argentina, debido al cierre total del negocio de Tiendas por Departamentos, se invalida el cálculo de la métrica.

En Brasil, los ingresos totales de Mejoramiento del Hogar crecieron 21,3%.

<sup>7</sup> Todos los crecimientos son en términos nominales y han sido calculados en moneda local de cada país. En Argentina son netos del impuesto a los ingresos brutos (IIBB).

<sup>8</sup> Los crecimientos de venta nominal por local incorporan las ventas del canal online hasta el año 2019 (en los casos que exista dicha operación). Posteriormente, producto de la pandemia Covid-19 se excluyen la venta online del análisis.

<sup>9</sup> El cálculo de SSS no considera las tiendas que tienen cambios significativos, con el periodo comparable, en su superficie de venta, ya sea por remodelaciones, ampliaciones, reducciones o cierres.

<sup>10</sup> El término "N/A" hace referencia a que la métrica no es aplicable considerando las afecciones operacionales a las tiendas físicas, en el contexto de la pandemia.

**VIII. NÚMERO DE LOCALES Y SUPERFICIE DE VENTAS FORMATOS RETAIL**<sup>11, 12</sup>

	Junio 2020		Junio 2021	
	Superficie (m <sup>2</sup> )	Locales (#)	Superficie (m <sup>2</sup> )	Locales (#)
<b>Chile</b>				
Tiendas por Departamento	326.706	47	313.127	46
Mejoramiento del Hogar	776.067	89	755.179	84
Supermercados	228.826	70	203.660	68
<b>Perú</b>				
Tiendas por Departamento	178.326	29	185.970	30
Mejoramiento del Hogar	376.265	55	385.217	56
Supermercados	266.134	78	275.401	83
<b>Colombia</b>				
Tiendas por Departamento	190.604	26	189.785	26
Mejoramiento del Hogar	386.256	40	386.256	40
<b>Argentina</b>				
Tiendas por Departamento	56.890	10	0	0
Mejoramiento del Hogar	94.073	9	72.207	7
<b>Brasil</b>				
Mejoramiento del Hogar	173.228	53	174.203	52
<b>Uruguay</b>				
Mejoramiento del Hogar	24.849	3	33.619	4
<b>México</b>				
Mejoramiento del Hogar	65.628	6	76.428	7
<b>Total Locales</b>	<b>3.143.851</b>	<b>515</b>	<b>3.051.053</b>	<b>503</b>

**IX. NÚMERO DE CENTROS COMERCIALES Y SUPERFICIE ARRENDABLE DE OPERADORES INMOBILIARIOS**<sup>13, 14</sup>

	Junio 2020		Junio 2021	
	Superficie Arrendable (m <sup>2</sup> )	Centros Comerciales (#)	Superficie Arrendable (m <sup>2</sup> )	Centros Comerciales (#)
<b>Chile</b>				
Mallplaza	1.374.176	17	1.354.480	17
Open	212.152	9	218.400	10
<b>Perú</b>				
Mallplaza	205.628	3	272.405	4
Open	318.006	11	320.294	11
<b>Colombia</b>				
Mallplaza	122.443	3	165.821	4
<b>Total Inmobiliario</b>	<b>2.232.405</b>	<b>43</b>	<b>2.331.400</b>	<b>46</b>

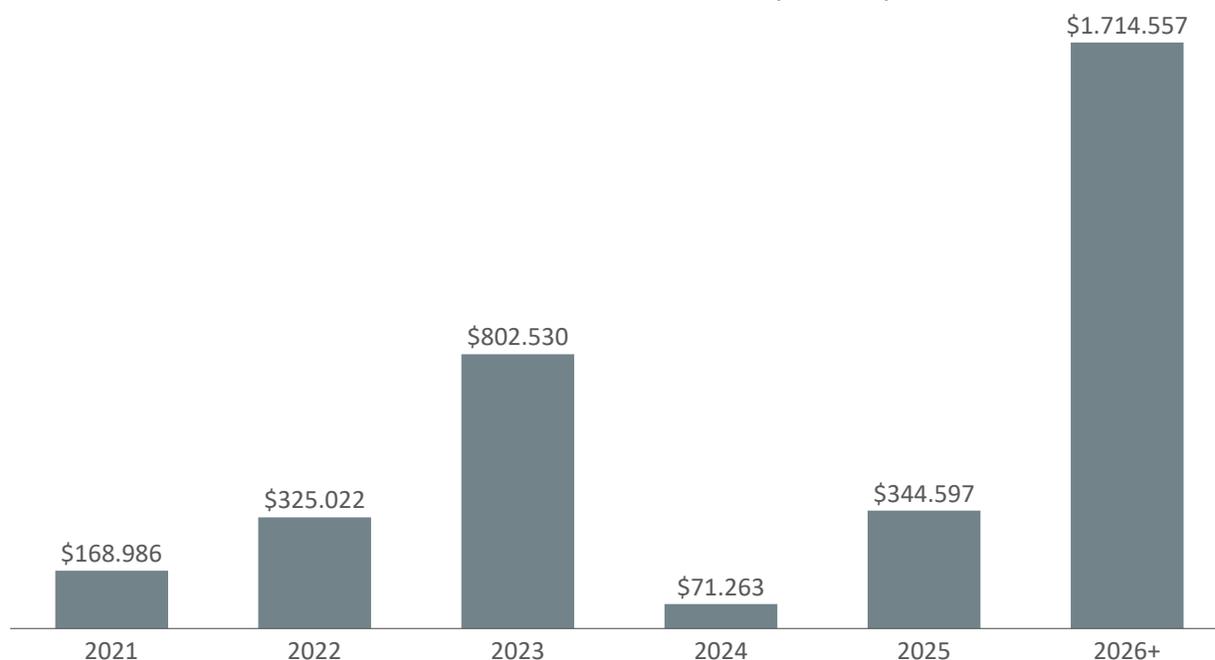
<sup>11</sup> La superficie de venta incluye la línea de caja. En el caso de Tottus, representa aproximadamente un 8% de la superficie. Esta definición puede diferir de cómo lo miden otros actores del mercado.

<sup>12</sup> A partir de 2Q20, se excluyen tiendas Stand Alone de marca propia (Crate & Barrel en Perú y Colombia)

<sup>13</sup> Falabella, a través de sus filiales, también es dueña de aproximadamente un millón de m<sup>2</sup> adicionales de superficie arrendable en ubicaciones free standing de Falabella, Sodimac, Tottus, Maestro y otros.

<sup>14</sup> Open considera los Power Centers y Shopping Center (ubicaciones donde hay dos tiendas anclas y locales menores) distintos a los operados por Mallplaza. No considera a Autoplaza como un shopping center separado.

**X. PERFIL DE VENCIMIENTOS DE DEUDA (MM\$)**



Deuda Financiera Total Consolidada (sin operaciones bancarias): MM\$ 3.426.955

**XI. DÍAS DE COBRO<sup>15</sup>, DE PAGO Y DE MANTENCIÓN DE INVENTARIO<sup>16</sup>**

Chile

	Tiendas por Dep.		Mejor. del Hogar		Supermercados		Plaza S.A.	
	2Q20	2Q21	2Q20	2Q21	2Q20	2Q21	2Q20	2Q21
Días promedio de cobro	15,7	10,1	20,8	10,6	8,9	5,9	33,0	110,0
Días promedio de pago	89,7	63,7	61,3	42,7	42,4	39,6	NA	NA
Días de inventario	170,0	95,2	91,3	47,1	46,9	50,5	NA	NA

Operaciones Internacionales<sup>17</sup>

	Perú		Argentina		Colombia		Brasil	
	2Q20	2Q21	2Q20	2Q21	2Q20	2Q21	2Q20	2Q21
Días promedio de cobro	4,5	2,3	16,9	17,9	4,8	6,4	53,2	65,6
Días promedio de pago	80,3	53,5	132,9	47,1	91,1	63,1	104,6	116,7
Días de inventario	166,9	93,5	212,8	67,1	161,0	129,8	105,2	122,7

<sup>15</sup> Días de cobro no incluye las cuentas por cobrar de los formatos de *retail* (Tiendas por Departamento, Mejoramiento del Hogar y Supermercados) con Promotora CMR.

<sup>16</sup> Promedio de cobro (no incluye Plaza S.A.): Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar, Corrientes (neto) \* 90 / Ingresos Ordinarios  
Promedio de pago para Plaza S.A. corresponde a los días de cobro.

Promedio de pago: Acreedores Comerciales y Otras Cuentas por Pagar, Corrientes \* 90 / Costos de ventas.

Rotación de Inventarios: Inventarios (neto) \* 90 / Costos de ventas.

<sup>17</sup> Los indicadores incluyen las operaciones de retail únicamente, excepto Perú, que incluye las dos empresas inmobiliarias de Maestro.

XII. RESULTADOS CONSOLIDADOS A JUNIO 2021

Estado de Resultados Consolidado 2Q21 (MM\$)

	2Q20	% Ing.	2Q21	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	1.458.364		2.390.589		63,9%
Ingresos de Negocios Bancarios	299.424		257.930		-13,9%
<b>Total Ingresos</b>	<b>1.757.788</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.648.519</b>	<b>100,0%</b>	<b>50,7%</b>
Costo de Ventas no Bancarios	(1.063.909)	-60,5%	(1.653.373)	-62,4%	55,4%
Costo de Ventas Bancarios	(204.793)	-11,7%	(67.728)	-2,6%	-66,9%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>489.086</b>	<b>27,8%</b>	<b>927.418</b>	<b>35,0%</b>	<b>89,6%</b>
GAV	(630.995)	-35,9%	(681.178)	-25,7%	8,0%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>(141.909)</b>	<b>-8,1%</b>	<b>246.240</b>	<b>9,3%</b>	<b>-273,5%</b>
Depreciación + Amortización	116.315	6,6%	112.753	4,3%	-3,1%
<b>EBITDA</b>	<b>(25.594)</b>	<b>-1,5%</b>	<b>358.993</b>	<b>13,6%</b>	<b>-1502,6%</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	1.452		(1.471)		-201,3%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(41.299)		(43.786)		6,0%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	(2.526)		3.031		-220,0%
Diferencias de Cambio	(8.252)		(12.016)		45,6%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(50.625)</b>	<b>-2,9%</b>	<b>(54.242)</b>	<b>-2,0%</b>	<b>7,1%</b>
<b>Resultado Antes de Impuestos</b>	<b>(192.534)</b>	<b>-11,0%</b>	<b>191.998</b>	<b>7,2%</b>	<b>-199,7%</b>
Impuesto a la Renta	52.103		(52.956)		-201,6%
Interés Minoritario	11.624		(4.193)		-136,1%
<b>Ganancia / (Pérdida) Neta</b>	<b>(128.807)</b>	<b>-7,3%</b>	<b>134.849</b>	<b>5,1%</b>	<b>-204,7%</b>

Estado de Resultados Consolidado 6M21(MM\$)

	6M20	% Ing.	6M21	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	3.346.063		4.608.667		37,7%
Ingresos de Negocios Bancarios	650.434		519.061		-20,2%
<b>Total Ingresos</b>	<b>3.996.497</b>	<b>100,0%</b>	<b>5.127.728</b>	<b>100,0%</b>	<b>28,3%</b>
Costo de Ventas no Bancarios	(2.364.940)	-59,2%	(3.187.574)	-62,2%	34,8%
Costo de Ventas Bancarios	(380.806)	-9,5%	(118.097)	-2,3%	-69,0%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>1.250.751</b>	<b>31,3%</b>	<b>1.822.057</b>	<b>35,5%</b>	<b>45,7%</b>
GAV	(1.297.298)	-32,5%	(1.333.691)	-26,0%	2,8%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>(46.547)</b>	<b>-1,2%</b>	<b>488.366</b>	<b>9,5%</b>	<b>-1149,2%</b>
Depreciación + Amortización	232.451	5,8%	222.870	4,3%	-4,1%
<b>EBITDA</b>	<b>185.904</b>	<b>4,7%</b>	<b>711.236</b>	<b>13,9%</b>	<b>282,6%</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	1.762		(5.762)		-427,0%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(76.505)		(82.471)		7,8%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	(4.842)		8.334		-272,1%
Diferencias de Cambio	(21.441)		(27.257)		27,1%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(101.026)</b>	<b>-2,5%</b>	<b>(107.156)</b>	<b>-2,1%</b>	<b>6,1%</b>
<b>Resultado Antes de Impuestos</b>	<b>(147.573)</b>	<b>-3,7%</b>	<b>381.210</b>	<b>7,4%</b>	<b>-358,3%</b>
Impuesto a la Renta	34.633		(98.458)		-384,3%
Interés Minoritario	1.008		(10.577)		-1149,3%
<b>Ganancia / (Pérdida) Neta</b>	<b>(111.932)</b>	<b>-2,8%</b>	<b>272.175</b>	<b>5,3%</b>	<b>-343,2%</b>

## 1. Ingresos

Los ingresos consolidados de Falabella durante el segundo trimestre alcanzaron los MM\$2.648.519, equivalente a un crecimiento de 50,7% comparado con el 2Q20. El aumento se explica por una mayor contribución de los ingresos provenientes de los formatos de Retail, en particular, las operaciones en Chile de Mejoramiento del Hogar y Tiendas por Departamento y Mejoramiento del Hogar en Perú.

En el segmento bancario, los ingresos reportan una disminución del 13,9% respecto al mismo trimestre del año pasado, esto explicado principalmente por menores ingresos por intereses y reajustes, relacionado con la contracción de la cartera en Chile y Perú.

En Chile, las ventas de los formatos de retail crecieron 80,4% en el trimestre, resultante del continuo dinamismo en el consumo, impulsado por los retiros de las cuentas individuales de fondos de pensiones realizados durante el año junto con un buen desempeño del evento Cyberday cuyas ventas superaron niveles históricos. En línea con lo anterior, los formatos de retail reportaron un fuerte crecimiento de la venta online que alcanzó los MM\$ 608.117 millones (+72% a/a), que representó un 31% sobre el total de las ventas. El formato Tiendas por Departamento creció un 98,5%, acompañado de un crecimiento en la venta online de 55% a/a. Por su parte, Mejoramiento del Hogar creció 96,0% respecto al 2Q20 y la venta online aumentó 138% a/a. Supermercados reportó un crecimiento del 25,0% a/a. Banco Falabella, por otra parte, mostró una caída en ingresos del 12,9% en el trimestre, explicado principalmente por la disminución anual de 4,8% en la cartera de colocaciones.

En Perú, los ingresos consolidados reportaron un crecimiento de 49,2% en el 2Q21, impulsados por una recuperación en el desempeño de las tiendas físicas. Lo anterior, explicado principalmente por Mejoramiento del Hogar que reportó un crecimiento de 545,3% a/a (+685,9% en moneda local) y Tiendas por Departamento con un crecimiento de 232,4% a/a (+307,6% en moneda local). En el caso de Supermercados, reportó una caída en crecimiento de 13,6% a/a (+9,1% en moneda local), mientras que el negocio Bancario registró una contracción de la cartera de crédito del banco de 9,7% a/a en moneda local.

En Colombia, los ingresos crecieron respecto al segundo trimestre del año pasado, con una variación del 6,4%. Esto asociado a una mejora en el nivel de ingresos del negocio Bancario que aumentó en 4,2% (expresado en moneda local). Lo anterior acompañado por el formato de Tiendas por Departamento que registró una variación de 11,7% a/a (+22,4% en moneda local).

En Brasil, los ingresos crecieron 9,2% en el trimestre con respecto al mismo periodo del año pasado. En moneda local, el formato reportó un crecimiento de +23,0%, sostenido por el desempeño de las tiendas físicas y un aumento de ventas en el canal online de 1.469% a/a.

En Argentina los ingresos crecieron 5,2% durante el 2Q21, comparado con el mismo periodo del año anterior. Esto explicado por un mejor desempeño en el formato de Mejoramiento del Hogar con una variación de 86,5% a/a (+139,0% en moneda local). El formato de Tiendas por Departamento reportó una caída de -17,4%, explicado principalmente por el cierre definitivo de sus operaciones en el país.

### **Análisis de los 6 meses acumulados a junio 2021**

En términos acumulados, los ingresos crecieron 28,3% respecto al año anterior, alcanzando los MM\$5.127.728. El incremento se explica por el mejor desempeño de los formatos de retail e inmobiliario, contrarrestado parcialmente por una disminución en ingresos del negocio bancario asociado a la contracción en la cartera de créditos.

En Chile, los ingresos de los formatos de retail durante el primer semestre crecieron 56,2%, impulsados principalmente por los ingresos en Tiendas por departamento con un 67,1% a/a, seguido por Mejoramiento del Hogar con un 63,5% a/a y finalmente un 22,5% a/a en Supermercados. Los ingresos del negocio bancario decrecieron 17,8% a/a producto de menores colocaciones.

En Perú, los ingresos acumulados reportaron un aumento de 17,4%, explicado principalmente por el desempeño de Tiendas por Departamento con una variación de 64,3% a/a (+99,6% en moneda local) y Mejoramiento del Hogar con una variación de 82,3% a/a (+120,8% en moneda local), parcialmente contrarrestado por el formato de Supermercados con una caída de 7,5% a/a (+13,6% en moneda local) y por el negocio bancario que registró una caída de 22,9% en moneda local.

En Colombia, los ingresos acumulados reportaron una caída del 0,9% a/a, explicado principalmente por menores ingresos en el negocio bancario de -3,0% a/a en moneda local y parcialmente contrarrestado por mayores ingresos en Tiendas por Departamento con una variación de 5,8% a/a (+17,7% en moneda local).

## Resultados segundo trimestre 2021

Brasil reportó un crecimiento de 4,1% a/a en ventas (+28,4% en moneda local).

En Argentina, para los 6 meses del año, el país reportó una disminución de 14,7% a nivel de ingresos, explicado principalmente por la devaluación de la moneda. El formato de Tiendas por Departamento enfrentó una disminución en ventas del 20,1% a/a (+22,6% en moneda local) explicado por el cierre total de la operación en el país de dicho formato, mientras que Mejoramiento del Hogar reportó un crecimiento en ventas del 21% a/a (+85,6% en moneda local). En cuanto al negocio Financiero, los ingresos de CMR decrecieron un 39,9% en moneda local, explicado por menores niveles de colocaciones.

## 2. Resultado Operacional

El resultado operacional de la compañía durante el segundo trimestre alcanzó MM\$246.240, lo que representa un crecimiento respecto al resultado negativo de 2Q20. Esto, explicado principalmente por una mayor contribución de los formatos de Mejoramiento del Hogar y Tiendas por Departamento a través de la región, además de la mayor contribución operacional de Banco Falabella Chile.

En Chile, los formatos de retail reportaron un resultado operacional positivo de MM\$128.305, una mejora respecto al resultado operacional de -MM\$84.631 del mismo trimestre del año anterior. Esto asociado al mejor desempeño de cada uno de los tres formatos de retail.

Banco Falabella Chile alcanzó un resultado operacional durante el trimestre de MM\$78.172, equivalente a un aumento de 318,3% respecto a 2Q20. Explicado principalmente por la mejora en margen asociado a la disminución de los costos de riesgo de la cartera.

Mallplaza alcanzó un resultado operacional positivo de MM\$17.467 durante el trimestre, una variación positiva respecto al resultado negativo del mismo trimestre del año anterior. Esto debido a una mayor ganancia bruta asociada a la recuperación en el cobro de arriendos a los socios comerciales que vuelven a operar con mayor normalidad y menores gastos de administración y ventas, en el contexto de la crisis sanitaria.

Los negocios de Perú mostraron un resultado operacional de MM\$23.328 durante el trimestre, un crecimiento respecto al resultado operacional negativo de 2Q20, explicado principalmente por una mayor ganancia bruta a nivel país y mayor dilución de gastos de administración y ventas. Lo anterior, impulsado por una mayor contribución de Mejoramiento del Hogar y Tiendas por Departamento, parcialmente contrarrestado por el formato de Supermercados.

Colombia reportó un resultado operacional negativo en el trimestre de -MM\$3.802, sin embargo, representó una mejora respecto al mismo trimestre del año anterior. Esto explicado por una mayor contribución a nivel de margen bruto.

Brasil reportó un resultado operacional positivo de MM\$2.794, representando un crecimiento de 138,8% a/a. Esto impulsado por una mayor ganancia bruta.

### Análisis de los 6 meses acumulados a junio 2021

En 2021, el resultado operacional alcanzó MM\$488.366, un crecimiento respecto al resultado negativo del mismo semestre del año pasado. Lo anterior, se explica por una mejora en la contribución de los tres formatos de Retail, Centros Comerciales y Servicios Financieros.

El negocio bancario en Chile alcanzó un resultado operacional de MM\$177.679, equivalente a un aumento de 174,9% a/a, debido a una disminución en el costo de riesgo de la cartera respecto al año pasado. En cuanto a los negocios de retail, estos reportaron un resultado positivo de MM\$210.437, explicado por una mayor contribución de cada uno de los tres formatos de retail, revirtiendo el resultado negativo registrado en el mismo periodo del año anterior.

Mallplaza, reflejó un resultado operacional de MM\$50.613, un aumento de 48,2% a/a, explicado principalmente por mayores ingresos asociados a la recuperación en el cobro de arriendos a los socios comerciales que vuelven a operar con mayor normalidad y menores gastos de administración y ventas asociados al contexto de la pandemia.

Perú mostró un resultado operacional de MM\$40.406, lo que representa una variación positiva respecto al resultado negativo de 2020. Explicado por una mayor contribución de los formatos de Tiendas por Departamento y Mejoramiento del Hogar y, en menor medida Centros Comerciales, sumado a una mejora en Banco Falabella respecto al semestre del año pasado.

## Resultados segundo trimestre 2021

Colombia presentó un resultado operacional de -MM\$12.483, lo que corresponde a una disminución del 916,8% a/a, debido al bajo crecimiento en ingresos y mayores gastos de administración y ventas.

Por último, Brasil alcanzó un resultado operacional positivo de MM\$4.959, lo que representa una variación de 3.273,5% a/a. Esto debido a una expansión en margen bruto y una mayor dilución de gastos de administración y ventas.

### 3. Resultado No Operacional y Utilidad Neta

El resultado no operacional presentó una pérdida de MM\$54.242 para el trimestre, cifra 7,1% mayor lo registrado en el mismo periodo del año 2020. La utilidad neta alcanzó MM\$134.849 durante el segundo trimestre 2021, logrando revertir la pérdida de MM\$128.807 registrada en el trimestre del año anterior. Esto principalmente como consecuencia de una mayor utilidad neta de los negocios de retail en Chile y Banco Falabella.

Durante los 6 meses a junio 2021, el resultado no operacional alcanzó los -MM\$107.156, cifra 6,1% mayor que el año anterior. A su vez, la utilidad neta consolidada alcanzó MM\$272.175, lo que representa una variación positiva respecto a la pérdida registrada durante el primer semestre 2020. Lo anterior, explicado principalmente por mayores utilidades en los formatos en Chile y Mejoramiento del Hogar Perú.

4. Balance General

Al 30 de junio de 2021 (MM\$)

	31-dic-20	30-jun-21	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	3.060.892	2.739.997	-10,5%
Activos No Corrientes No Bancarios	8.401.528	8.398.637	0,0%
<b>Activos Total No Bancarios</b>	<b>11.462.420</b>	<b>11.138.634</b>	<b>-2,8%</b>
<b>Activos Total Negocios Bancarios</b>	<b>7.456.110</b>	<b>7.358.751</b>	<b>-1,3%</b>
<b>Activos Total</b>	<b>18.918.530</b>	<b>18.497.385</b>	<b>-2,2%</b>
Pasivos Corrientes No Bancarios	2.162.843	2.013.987	-6,9%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	4.779.127	4.516.316	-5,5%
<b>Pasivos Total No Bancarios</b>	<b>6.941.970</b>	<b>6.530.303</b>	<b>-5,9%</b>
<b>Pasivos Total Negocios Bancarios</b>	<b>5.991.304</b>	<b>5.772.941</b>	<b>-3,6%</b>
<b>Pasivos Total</b>	<b>12.933.274</b>	<b>12.303.244</b>	<b>-4,9%</b>
<b>Patrimonio Total</b>	<b>5.985.256</b>	<b>6.194.141</b>	<b>3,5%</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio Total</b>	<b>18.918.530</b>	<b>18.497.385</b>	<b>-2,2%</b>

El activo corriente no bancario disminuyó en MM\$320.895 en comparación a diciembre 2020, impulsado principalmente por la disminución de efectivo y equivalentes al efectivo debido al pago de pasivos, y una disminución de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, compensado en parte por el incremento de los inventarios. Por su parte, el activo no corriente no bancario disminuyó en MM\$2.891, explicado en mayor parte por una disminución de propiedades, planta y equipo y propiedades de inversión, como consecuencia principalmente de la devaluación de las monedas en las operaciones internacionales. Lo anterior parcialmente contrarrestado por un aumento en otros activos financieros no corrientes, generado principalmente por el incremento en la valorización de los activos de cobertura. En el caso de los negocios bancarios, el total de activos disminuyó en MM\$97.359 en comparación a diciembre 2020, principalmente debido a la disminución de instrumentos de negociación y de contratos de derivados financieros, lo que fue parcialmente contrarrestado por un aumento en el efectivo y depósitos en bancos. Como resultado, el activo total consolidado disminuyó en MM\$421.145.

El pasivo corriente no bancario disminuyó en MM\$148.856 en comparación con diciembre 2020, explicado en mayor parte, por la disminución de otros pasivos financieros, por el pago de préstamos corrientes y cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar. A su vez, el pasivo no corriente no bancario disminuyó en MM\$262.811, explicado principalmente por la disminución en otros pasivos financieros no corrientes. Por su parte, el pasivo total de negocios bancarios disminuyó en MM\$218.363, explicado por menores contratos de derivados financieros, menores depósitos y otras captaciones a plazo y menores operaciones con liquidaciones en curso. Esto contrarrestado parcialmente por mayores depósitos y otras obligaciones a la vista. Como resultado, el pasivo total disminuyó en MM\$630.030.

5. Estado de Flujo de Efectivo

Al 30 de junio de 2021 (MM\$)

	30-jun-20	30-jun-21	Var %
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	2.226	124.883	5510,2%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	969.886	110.437	-88,6%
<b>Flujo de efectivo de actividades de operación - Total</b>	<b>972.112</b>	<b>235.320</b>	<b>-75,8%</b>
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(269.089)	(133.129)	-50,5%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	12.997	89.457	588,3%
<b>Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total</b>	<b>(256.092)</b>	<b>(43.672)</b>	<b>-82,9%</b>
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	1.226.186	(425.431)	-134,7%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	(158.419)	260.310	-264,3%
<b>Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total</b>	<b>1.067.767</b>	<b>(165.121)</b>	<b>-115,5%</b>
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>1.783.787</b>	<b>26.527</b>	<b>-98,5%</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(18.310)	(18.775)	2,5%
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>837.782</b>	<b>2.462.376</b>	<b>193,9%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>2.603.259</b>	<b>2.470.129</b>	<b>-5,1%</b>

El flujo de efectivo procedente de actividades de operación del negocio no bancario aumenta MM\$122.657 a junio de 2021 en comparación al mismo periodo del año anterior, debido principalmente a mayores cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios, contrarrestado parcialmente por mayores pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios. El flujo de efectivo procedente de actividades de operación de negocios bancarios disminuyó en MM\$859.449, explicado principalmente por una disminución en depósitos y otras captaciones a plazo, junto a un aumento en créditos y cuentas por cobrar a clientes, y un aumento de depósitos y otras obligaciones a la vista. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de operación consolidado a junio de 2021 fue MM\$736.792 menor al del mismo periodo del año anterior.

El flujo de efectivo de actividades de inversión del negocio no bancario fue MM\$135.960 mayor que en 2020, principalmente por menor flujo asociado a compras de propiedades, planta y equipo, además de menores compras de otros activos a largo plazo. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de inversión de negocios bancarios aumentó en MM\$76.460 respecto al año anterior, explicado por un aumento neto de instrumentos de inversión disponibles para la venta. Como resultado, el flujo de efectivo utilizado en actividades de inversión consolidado a junio 2021 resultó ser MM\$212.420 menor que el mismo periodo del año 2020.

El flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio no bancario a junio 2021 fue MM\$1.651.617 menor que el periodo comparable, producto de menores importes procedentes de préstamos de corto y largo plazo. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio bancario aumentó en MM\$418.729 respecto al mismo periodo del año anterior, debido a mayores préstamos y otros pasivos obtenidos. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de financiación consolidado disminuyó en MM\$1.232.888 con respecto al mismo flujo del periodo anterior.

**Definiciones para Unidades de Negocios Financieros**

<b>Balance</b>	
Depósitos a la vista	Depósitos en cuentas corrientes, cuentas vista, cuentas de ahorro y otras obligaciones a la vista.
Otras obligaciones financieras	Instrumentos de deuda emitidos, créditos de banco y otras obligaciones financieras.
<b>Estado de Resultados</b>	
Provisiones por riesgo de crédito	Gasto en provisión más castigo neto de recuperos.
<b>Datos operacionales</b>	
Cartera Vencida (+90 días)	Cartera vencida es aquella en mora por más de 90 días.
Cuentas pasivas	Cuentas corrientes, cuentas vista y cuentas de ahorro con saldo.
Tarjetas con saldo	Número de tarjetas titulares con saldo, mora menor a 90 días y con uso en los últimos 24 meses.
Deuda Promedio	Colocaciones brutas sobre las tarjetas con saldo.
Duration	Duración de Macaulay
ATMs	Cantidad de cajeros automáticos propios
<b>Ratios</b>	
Basilea	Patrimonio efectivo sobre los activos ponderados por riesgo, según el organismo regulador de cada país.
Eficiencia - CMR	Gastos de administración sobre ganancia bruta (excluyendo costos de riesgo de crédito)
Eficiencia - Bancos	Gasto operacional sobre ingreso operacional
ROAE - Bancos	Return on Average Equity: versión ajustada del ROE, en que se divide la Utilidad de los últimos 12 meses por el promedio simple del patrimonio de los últimos 13 meses.
ROAA - Bancos	Return on Average Assets: versión ajustada del ROA, en que se divide la Utilidad de los últimos 12 meses por el promedio simple de los activos los últimos 13 meses.
ROAE - CMR	Return on Average Equity: versión ajustada del ROE, en que se divide la Utilidad de los últimos 12 meses por el promedio simple del patrimonio de los últimos 5 trimestres.
ROAA - CMR	Return on Average Assets: versión ajustada del ROA, en que se divide la Utilidad de los últimos 12 meses por el promedio simple de los activos de los últimos 5 trimestres.

# FALABELLA

Dirección:

Manuel Rodríguez Norte 730  
Santiago, Chile

Contactos:

Juan-Luis Carrasco  
Valentina Klein  
Bruno Valenzuela

Relación con Inversionistas

E-mail: [inversionistas@falabella.cl](mailto:inversionistas@falabella.cl)

Website:

[investors.falabella.com](http://investors.falabella.com)

