

# Resultados

## Primer Trimestre 2022



# Comentarios de la Administración

## Resultados primer trimestre 2022



**Gaston  
Bottazzini**

Gerente General  
de Falabella S.A.

Seguimos potenciando nuestro ecosistema físico-digital. Durante el primer trimestre, nuestra plataforma omnicanal reportó ventas totales por **US\$4 Bn** en la región (+16% a/a). La plataforma de Marketplace registró ventas online (GMV) por **US\$796 MM** en el período (+8% a/a) y **US\$3,8 Bn** en los últimos doce meses. Las ventas de productos de terceros sigue consolidando su escala, alcanzando **US\$141 MM** en GMV durante el trimestre.

Las ventas de nuestros negocios de retail crecieron **15%** a/a, a nivel agregado en todos nuestros mercados, con un negocio online que mantiene escala y relevancia, en este contexto de reapertura total. La penetración online en la región se mantiene en **22%** en los últimos 12 meses.

Destaca también la escala alcanzada por Mejoramiento del Hogar, alcanzando ventas online por **US\$1,1 Bn** durante los últimos 12 meses, con una penetración online de **14%** a nivel regional.

Seguimos escalando nuestro negocio de Banca Digital. Durante el trimestre abrimos **+230.000** tarjetas digitales en Chile, Perú y Colombia, a la vez que el **61%** de la originación de productos financieros se realizó a través de canales digitales en los últimos 12 meses. Estas capacidades nos permitieron retomar fuertemente el crecimiento en colocaciones durante el primer trimestre, **+35%** a/a a nivel

En un entorno de menores restricciones a nuestros locales, destaca el mayor flujo a nuestras tiendas y malls. Nuestra plataforma omnicanal consolida su escala, creciendo **47%** versus niveles pre pandemia (2019), con las tiendas físicas creciendo **30%** y un negocio online que casi triplica su tamaño y aumenta en **10%** su participación en la venta. Quiero destacar también, el fuerte crecimiento en clientes participando del programa de puntos y el fuerte crecimiento del ritmo de apertura de productos financieros 100% digitales. Esto nos ha permitido superar los niveles de retención de clientes y llegar a **37 millones** de clientes en los últimos 12 meses, un crecimiento de **25%** respecto al año anterior, y un aumento de las ventas totales de **16%** anual.

regional, superando niveles pre-pandemia, llegando a **US\$7,8 Bn**. La digitalización de nuestros clientes continúa avanzando, hoy más del **94%** de las atenciones a clientes en la región se realizan a través de canales digitales.

Nuestro programa de lealtad continúa incrementando su nivel de adopción, impulsando mayores interacciones con clientes en toda la región, alcanzando casi **17 millones** de participantes (+43% a/a). Durante el trimestre, el crecimiento de canjes fue de **83%** a/a, alcanzando un total de 2,5 millones canjes, de los cuales un **36%** fue de forma totalmente digital.

A nivel de resultados, experimentamos un desafiante trimestre, por una alta base comparativa. A pesar, del fuerte crecimiento en ingresos (+18% a/a), nuestros gastos aumentaron (+22% a/a) en mayor medida por una serie de impactos no recurrentes, como lo son sobrecostos en transporte marítimo (+US\$18 MM) y el impacto en gastos de arriendos (normalización de actividades, +US\$21 MM). Los impactos extraordinarios mencionados, representan un **21%** del alza de GAV's, aislando este efecto, el incremento consolidado hubiese sido de **+17%** a/a. También, hay un alza en gastos orientados al fortalecimiento de nuestras plataformas digitales, con **US\$19 MM** de Opex de desarrollo tecnológico incremental.

La utilidad neta alcanzó a **US\$ 92 MM** durante el primer trimestre de 2022, impactada a nivel no operacional, principalmente por impactos asociados a nuestra política de cobertura de importaciones, registrados en el rubro gasto financiero, y compensada por la diferencia de cambio de las obligaciones en moneda extranjera (neto de ambos impactos de -US\$ 55 MM a/a).

Estamos creciendo en clientes activos, nivel de ventas y en nuestra cartera de créditos, con un nivel de riesgo saludable. Nuestro foco está en aumentar el potencial de crecimiento de nuestro ecosistema, a través de nuestros principales motores de crecimiento: Banca Digital y Marketplace.

Para ello es clave continuar traccionando los resultados y avances logrados en la digitalización de nuestros clientes en Banco Falabella. En el Marketplace, aún tenemos trabajo por delante, hoy nuestro crecimiento está impulsado por la venta de productos de nuestros retailers, por sobre la venta de productos de terceros. Esperamos impulsar el crecimiento de venta de Sellers hacia la segunda mitad del año con la introducción de una mejorada plataforma de gestión para ellos, que potenciará nuestra propuesta de valor, de la mano de soluciones de procesamiento de pagos, financiamiento y servicios de valor agregado de nuestro ecosistema.

## Destacados 1Q-2022

GMV Online  
+8% a/a **US\$ 796MM**

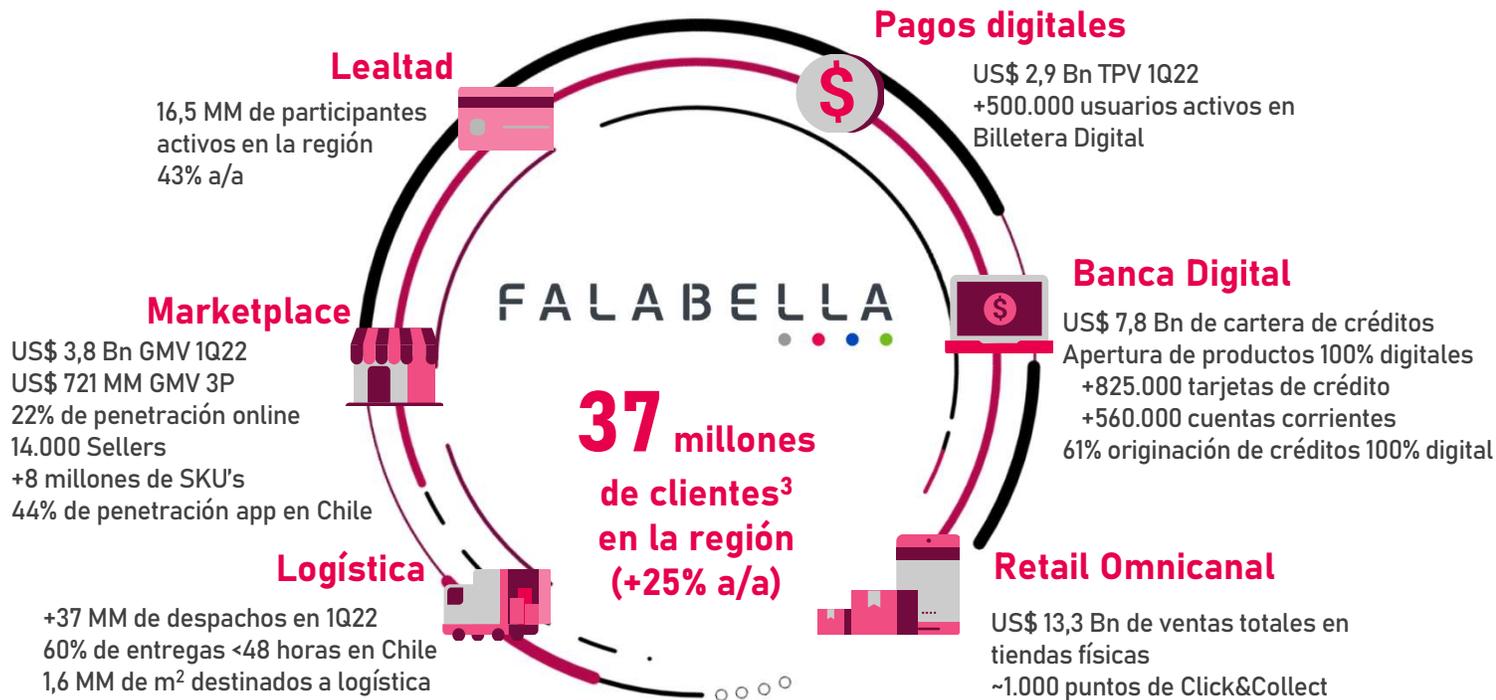
Ventas Tiendas  
+18% a/a **US\$ 3.200MM**

Cartera Bruta  
+35% a/a **US\$ 7.800MM**

TPV  
+25% a/a **US\$ 669MM**

## 01 Principales Indicadores (UDM)

### Nuestro Ecosistema Físico-Digital



### Indicadores Financieros<sup>1,2</sup>

US\$ Millones

	1Q21	1Q22	Var (%)
<b>Ventas totales</b>			
GMV Online	738	796	8,0%
GMV productos propios (1P)	568	655	15,4%
GMV productos de terceros (3P)	170	141	-17,0%
Ventas totales tiendas físicas	2.713	3.200	17,9%
<b>Ventas totales</b>	<b>3.451</b>	<b>3.996</b>	<b>15,8%</b>
TPV	536	669	24,8%
<b>Estado de Resultados</b>			
Ingresos negocios no bancarios	2.815	3.227	14,6%
Ingresos negocios bancarios	331	492	48,4%
<b>Total Ingresos</b>	<b>3.146</b>	<b>3.719</b>	<b>18,2%</b>
EBITDA	447	371	-17,1%
Utilidad (Pérdida) Neta	174	92	-47,2%
<b>Balance</b>			
Caja (negocios no bancarios)	1.294	448	-65,4%
Cartera de créditos bruta	5.782	7.800	34,9%
Deuda total neta (exc. bancos)	3.319	4.199	26,5%

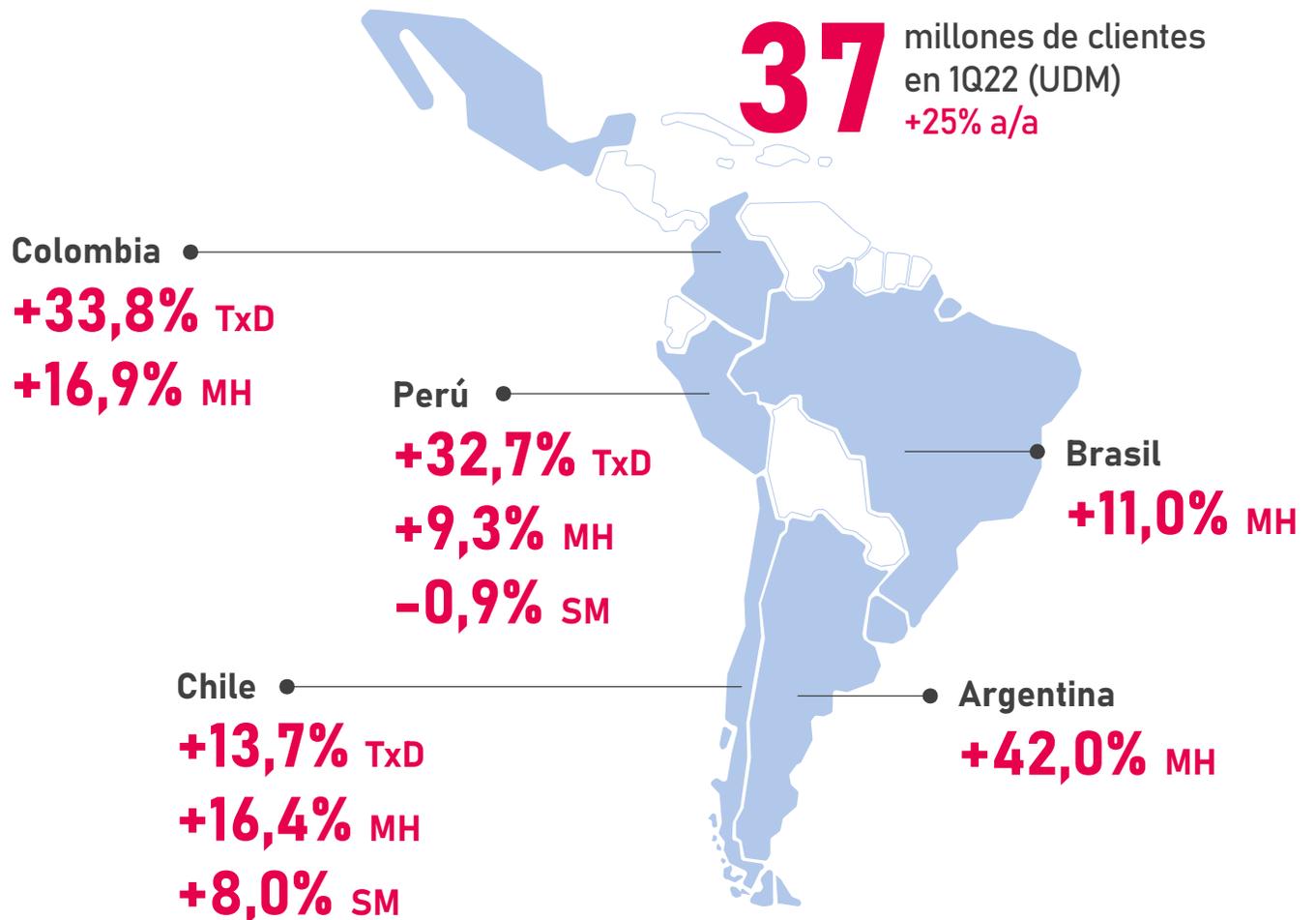
<sup>1</sup> Valores presentados en la tabla corresponden a cifras en moneda funcional (pesos chilenos) convertidas a dólares a tipo de cambio constante.

<sup>2</sup> Ventas totales corresponde al valor total de las mercaderías vendidas, incluidos los productos propios (1P) y de terceros (3P), a través de nuestra plataforma omnicanal (tiendas físicas y online). Incluye impuestos al valor agregado. Calculado con tipo de cambio neutral.

<sup>3</sup> Clientes, considera a una persona que realizó al menos una compra en nuestros retailers, vía online o en la tienda física, o una transacción en nuestros negocios bancarios en los últimos 12 meses.

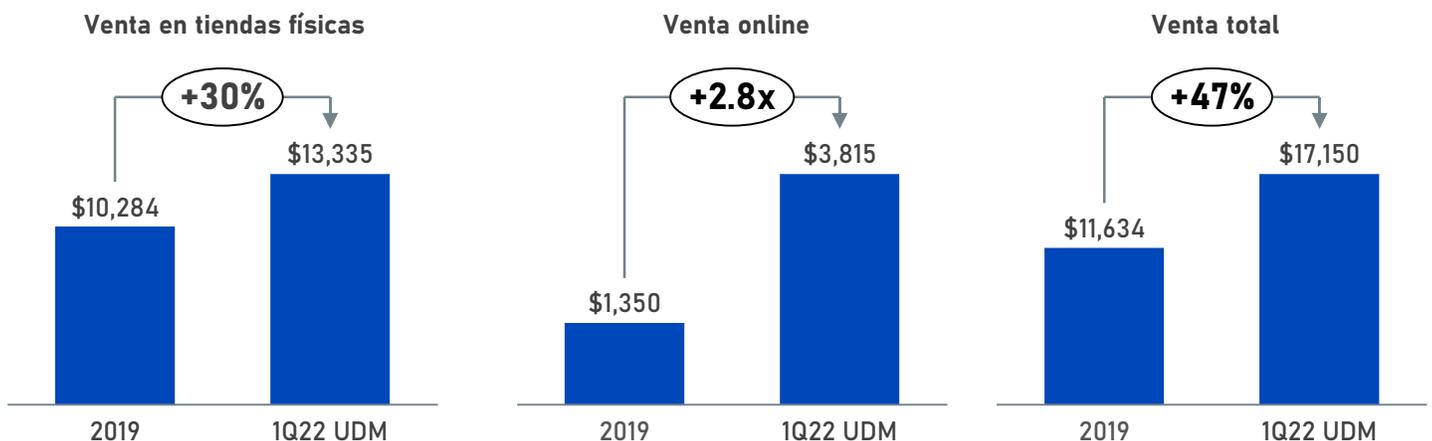
# 02

Nuestros retailers<sup>4</sup> continúan reportando atractivos crecimientos



## Nuestro ecosistema físico-digital consolida su escala

GMV, US\$ millones

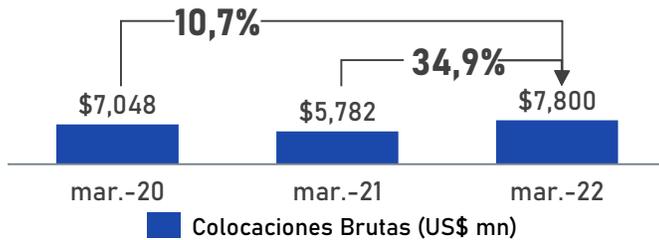


<sup>4</sup> Las siglas para cada uno de los retailers se interpretan de la siguiente forma: TxD es Tiendas por Departamento, MH es Mejoramiento del Hogar y SM es supermercados. Los crecimientos han sido calculados en moneda local versus el mismo periodo del año anterior.

## 03

La cartera de créditos continúa creciendo con fuerza

Nuestra cartera de créditos creció 35% a/a, alcanzando su mayor tamaño histórico



Alcanzamos el tercer lugar en colocaciones de consumo en Chile, al cierre de marzo 2022, logrando una participación superior al 11%

**Chile**

**+29,3% a/a**

moneda local

US\$ 5.372 millones

**Colombia**

**+46,4% a/a**

moneda local

US\$ 1.526 millones

**Perú**

**+36,1% a/a**

moneda local

US\$ 902 millones

**REGIONAL**

**+34,9% a/a**

**US\$ 7.800 millones**

El crecimiento en colocaciones va de la mano de avances en banca digital

**6,5 millones** de clientes activos, un crecimiento de 17% a/a

A nivel de clientes, ya superamos los niveles pre-pandemia. También nuestra base de clientes con app de banco activa creció 39% a/a, alcanzando 4.8 millones.

Nuestros journeys de apertura digital de productos siguen impulsando el crecimiento

Durante 1Q-2022 emitimos:

**+230.000** tarjetas digitales

Crecimiento de 54% a/a.

**~180.000** cuentas pasivas digitales

Crecimiento de 7,5x a/a.

En la actualidad, abrimos más productos digitales (Tarjetas y cuentas corrientes) que a través del canal físico. La proporción de aperturas digitales sobre el total de aperturas es de 57%.

**94%** de las atenciones a clientes son vía canales digitales

Continuamos potenciando nuestros modelos de atención a clientes, disminuyendo la dependencia en los canales físicos para la resolución de requerimientos de clientes.

Seguimos profundizando a relación con nuestros clientes, aumentando la principalidad de uso

**+36%** en compras con tarjetas de crédito

Las compras con tarjeta de crédito en comercios fuera de nuestro ecosistema representan un 65% del flujo.

**1,2 millones** de clientes con simultaneidad de productos

Aumentamos en 79% el número de clientes con tarjeta de crédito y cuenta corriente activa.



Nuestra tarjeta **CMR es la más valorada en Chile**, entre clientes de banca, multitiendas y supermercados.



Alcanzamos el **segundo lugar en cuentas corrientes activas** en Chile (5° previamente).

Somos el banco que está **creciendo más rápido** en tarjetas de débito.

**Programa de lealtad CMR Puntos continúa incrementando su nivel de adopción e interacción con clientes en toda la región**



**16,5 millones** de participantes

En total en la región, un crecimiento de 43% a/a.

Crecimiento de canjes **83% a/a**, alcanzando un total de 2,5 millones canjes

Los canjes digitales a marzo ya representan un 36% del total de canjes en la región.

## 04 Nuestro negocio de pagos digitales sigue consolidándose

**Fpay, nuestra plataforma de procesamiento de pagos continúa aumentando el flujo transaccional**

**US\$ 669 millones**

TPV<sup>5</sup> alcanzado por el grupo durante el 1Q22, +25% a/a.

**US\$ 2.947 millones**

TPV alcanzado en los últimos 12 meses, +14% a/a.

**Nuestra billetera digital continúa creciendo**

**+510.000 usuarios activos de Fpay**

Crecimiento 3x a/a.

Destaca Perú superando los 104 mil usuarios, un crecimiento de +7,7x versus el año anterior.

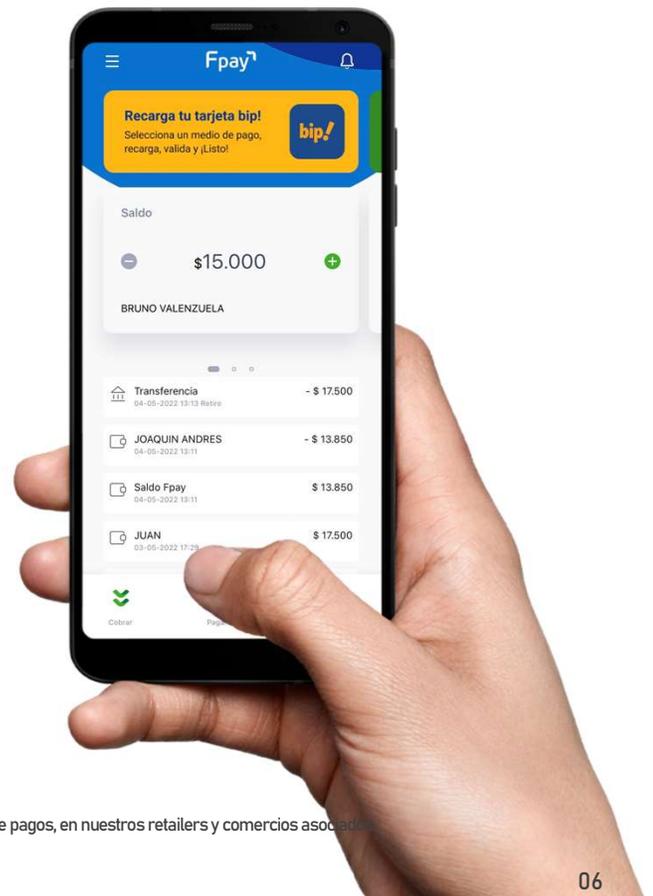
**La billetera digital continúa aumentando su participación en nuestras tiendas físicas en Chile**

Al cierre de marzo, la participación de la billetera digital en retail físico sobre el total de ventas alcanzó el **6,4%**, en Falabella, **2,7%** en Sodimac y **3,0%** en Tottus.

**Nuevas funcionalidades introducidas en la billetera digital**

Durante marzo, se lanzó en Chile la **cuenta prepago de Fpay**, 100% digital y totalmente gratis

Lanzamos en Chile la recarga de saldo a la tarjeta bip! (Tarjeta del transporte público en Chile) con un proceso 100% digital a través de la app.



<sup>5</sup> Corresponde al volumen total de venta realizada a través de nuestras plataformas propietarias de procesamiento de pagos, en nuestros retailers y comercios asociados.

## **05** El negocio online consolida su escala

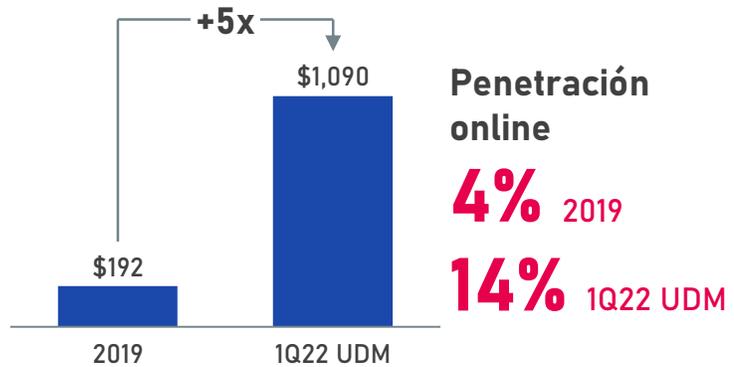
### Mejoramiento del Hogar alcanza récord de US\$ 1.090 MM de venta online

Los negocios de Mejoramiento del Hogar continúan capitalizando el positivo momentum de consumo en todos los mercados.

El negocio online continúa ganando escala en este formato, alcanzando ventas por US\$246 millones en el primer trimestre (+72% a/a) y US\$1.090 millones en los últimos doce meses (+91% a/a).

La penetración online del formato a nivel regional alcanzó un 13% en el trimestre.

GMV Mejoramiento del Hogar (US\$ MM)

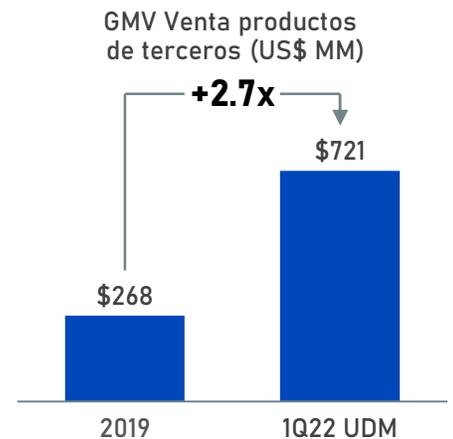
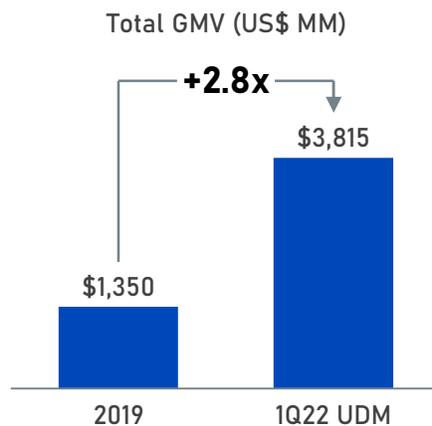


### Falabella.com consolida su escala

#### Penetración Online Total Regional

**12%** 2019  
**22%** 1Q22 UDM

#### Ventas Online triplican 2019



#### Penetración app Falabella.com

Tiendas por Departamento Chile  
**44%** 1Q-2022

#### Seguimos mejorando nuestra propuesta de valor para los Sellers

Lanzamos un módulo mejorado de data e insights para potenciar la venta de nuestros Sellers

La plataforma permite al Seller obtener información de qué categorías se están vendiendo más y

cuáles tienen mayores oportunidades de crecimiento, junto con información sobre stock de productos e insights sobre las búsquedas más populares

Seguimos desarrollando nuestra solución de financiamiento a Sellers.

A la fecha, hemos financiado a más de 1.000 Sellers

## RESUMEN GMV ONLINE<sup>6</sup>

GROSS MERCHANDISE VOLUME (MMUS\$)

GMV	1Q21	% Total	1Q22	% Total	Var %	UDM
<b>Productos propios (1P)</b>	<b>568</b>	<b>77%</b>	<b>655</b>	<b>82%</b>	<b>15%</b>	<b>3.094</b>
Tiendas por departamento	411	56%	385	48%	-6%	1.895
Mejoramiento del hogar	130	18%	230	29%	77%	1.022
Supermercados	27	4%	40	5%	51%	176
<b>Productos de terceros (1P)</b>	<b>170</b>	<b>23%</b>	<b>141</b>	<b>18%</b>	<b>-17%</b>	<b>721</b>
<b>Total GMV</b>	<b>738</b>	<b>100%</b>	<b>796</b>	<b>100%</b>	<b>8%</b>	<b>3.815</b>

GMV por País	1Q21	% Total	1Q22	% Total	Var %	UDM
Chile	461	63%	482	61%	4%	2.403
Perú	162	22%	177	22%	9%	808
Colombia	62	8%	70	9%	13%	299
Otros	52	7%	68	8%	29%	305
<b>Total GMV por País</b>	<b>738</b>	<b>100%</b>	<b>796</b>	<b>100%</b>	<b>8%</b>	<b>3.815</b>

<sup>6</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 los negocios de venta de productos de terceros.

## 06 Mallplaza consolida recuperación operacional y de contribución

Continúa la normalización de operaciones en toda la región

**100% GLA operacional**

Bajo un contexto de casi nulas restricciones sanitarias, nuestros socios comerciales han logrado recuperar el total de su operación.

Recuperación en contribución de resultados

**+52,7% a/a en ingresos**

Mayores ingresos asociados a la normalización en el cobro de arriendos a los socios comerciales que operan con mayor estabilidad.

**75,0% Margen EBITDA**

En conjunto a la operación normalizada, el negocio de Mallplaza logra estabilizar sus márgenes a niveles pre-pandemia.

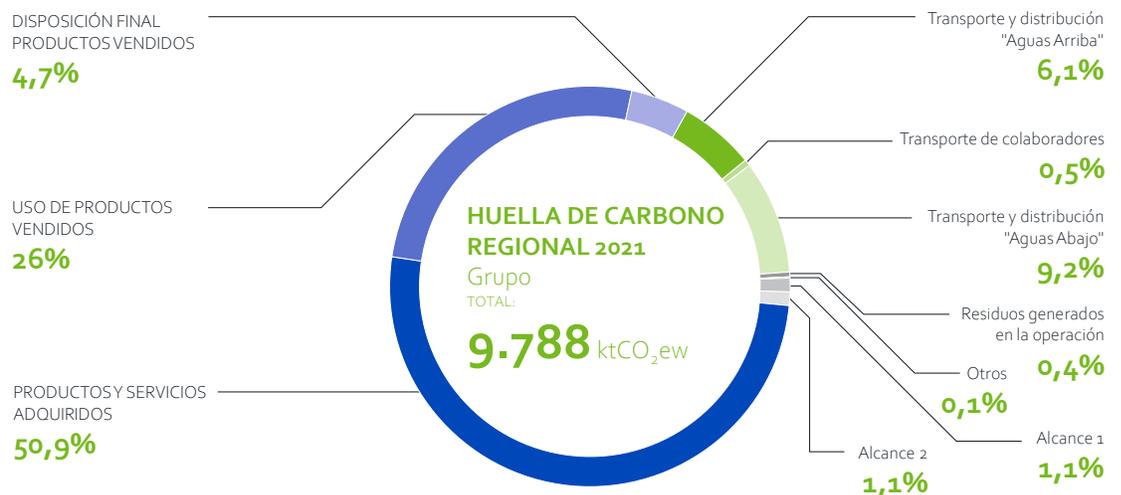
## 07

Avances en Sostenibilidad

### Falabella reporta por primera vez la Huella de Carbono consolidada de su negocio

Hemos avanzado en nuestro compromiso de aumentarla cobertura y la exhaustividad de nuestro inventario de emisiones, al mismo tiempo que mantenemos criterios homólogos en la medición y alineamiento con los estándares y definiciones internacionales proporcionadas por el Greenhouse Gas Protocol (GHG).

Hemos cuantificado nuestra huella de carbono para nuestros negocios de Tiendas por Departamento, Mejoramiento del Hogar, Supermercados, Servicios Financieros y Centros Comerciales en Chile, Perú y Colombia, lo que representa una cobertura del 96% de nuestra operación.



# Destacados del Período

## Falabella Retail Chile ofrece nuevo servicio para dar segunda vida a la ropa

A través de “Taller F” las personas podrán transformar y personalizar sus jeans o pantalones en desuso y convertirlos en un nuevo producto, extendiendo su vida útil. La iniciativa busca promover economía circular enmarcada en estrategia +Verde de la compañía. Además, Taller F arribará por primera vez a regiones en Chile, llegando a Antofagasta, La Serena, El Trébol, en Concepción, Temuco y Viña del Mar.

## Programa Spark – Alianza con Imagine y Microsoft

Falabella Retail busca que startups postulen soluciones innovadoras para sus desafíos a través del programa “Spark” de Imagine y Microsoft. La iniciativa pretende promover la colaboración entre grandes empresas y startups en Chile y próximamente regional, entregando posibilidades de desarrollo.

## Tottus lanza línea de vestuario consciente

Comprometidos con el cuidado del planeta, lanzamos en Chile una nueva línea de vestuario infantil y de adultos de poliéster reciclado y algodón orgánico. Estos productos son elaborados con materiales que permiten reducir los residuos que terminan en vertederos y que necesitan menos uso de agua y energía en su producción. ¡Porque vestir consciente, nos queda bien a todos y todas!

## Mallplaza obtuvo en Perú la “Certificación AIS” para sus cuatro malls

Es una certificación que evalúa el grado de accesibilidad de todos los elementos que constituyen el conjunto de estructuras físicas, funcionales y virtuales. Creada por la Fundación Accesibilidad y Responsabilidad Social, la certificación AIS (Sistema Indicador de Accesibilidad) es un reconocimiento que concibe la accesibilidad de forma integral y como una dimensión más de la responsabilidad social de las entidades que buscan la mejora continua.

## Mallplaza implementa nuevo modelo de Plaza 0

Plaza 0 es un modelo inédito de economía circular y gestión de residuos que transforma los patios de comidas de Mallplaza para ser libres de envases de un solo uso, trabajando de manera colaborativa con los socios comerciales y haciéndose cargo de toda la cadena de reciclado.

En términos prácticos, Plaza 0 reemplaza los envases desechables, incorporando vajilla/loza reutilizable, gestionada por Mallplaza. Así, ofrecemos una solución ordenada, eficiente y limpia para el socio comercial, incentivando las buenas prácticas en materia de medio ambiente y facilitando el cumplimiento de la ley, junto con una mejor experiencia para el visitante.

## Reconocimientos

**Falabella Retail Chile:** obtuvo el 2° lugar en la edición más reciente del ranking Great Place To Work (GPTW) dentro de las empresas con más de 1.000 colaboradores.

**Mallplaza Chile:** Estudio Chile 3D sitúa a Mallplaza como la marca de centros comerciales más valorada por los chilenos.

**Sodimac Chile:** obtuvo el 4° lugar para Mujeres y 11° lugar del ranking de los Mejores Lugares para Trabajar en Chile 2021, en la categoría empresas con más de 1.000 colaboradores, según el estudio que elabora Great Place to Work.

**Sodimac Perú:** Sodimac y Maestro se ubicaron en el 1er lugar del ranking GPTW 2022 de Mejores Lugares para Trabajar Mujeres en Perú y 3er lugar entre las Mejores Empresas para Trabajar, categoría con más de 1.000 colaboradores.

**Sodimac Brasil:** obtuvo el 3° lugar en el ranking de Mejores Empresas para Trabajar en Retail 2021, en el ranking de la consultora GPTW dentro de las empresas con más de 1.000 colaboradores.

**Tottus Perú:** obtuvo el 2° lugar en el ranking de Mejores Empresas para Trabajar en GPTW, para la categoría de más de 1000 empleados.

## Destacados del Período

# 08

Eventos del periodo

### Plan de expansión física

Seguimos avanzando con nuestro selectivo plan de expansión física, inauguramos cuatro tiendas, dos Supermercados y dos tiendas de Mejoramiento del Hogar.

**4** nuevas tiendas en la región

**16.988** m<sup>2</sup> nuevas tiendas

	Chile	Chile	Brasil
Formato	Supermercados	Mejoramiento del Hogar	Mejoramiento del Hogar
Ciudad	Santiago/Valparaíso	Temuco	São Paulo
Superficie (m <sup>2</sup> )	3.312	11.582	2.094
Aperturas	2	1	1
<b>Total país</b>	<b>72</b>	<b>85</b>	<b>53</b>

Eventos posteriores al cierre

### Junta Ordinaria de Accionistas Falabella S.A.

El 19 de abril de 2022 se realizó la Junta Ordinaria de Accionistas de Falabella S.A., en la cual se adoptaron, entre otros, los siguientes acuerdos:

- Se aprobaron la memoria, el balance general, el estado de resultados consolidado y el dictamen de los auditores externos auditado de la Sociedad, todos correspondientes al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2021
- Se aprobó el reparto de un dividendo definitivo con cargo a las utilidades del Ejercicio 2021 de \$65 pesos por acción, que sumado al dividendo provisorio de \$30 por acción pagado el día 29 de septiembre de 2021, resultaría en un total de \$95 por acción con cargo a las Utilidades 2021 (US\$ 301 millones de dividendo total); el que se pagará el día 28 de abril de 2022 a los accionistas que se encuentren inscritos en el registro de accionistas al día 22 de abril de 2022.
- Se aprobó la política de dividendos de la Sociedad para el ejercicio que terminará el 31 de diciembre de 2022, consistente en el reparto anual de, a lo menos, el 30% de las utilidades líquidas distribuibles del Ejercicio 2022.
- Se designó como auditores externos de la Sociedad para el Ejercicio 2022 a EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías SpA.

## 09 Falabella anunció inversiones por US\$ 711 millones para 2022

### Tecnología y logística representan ~60% de las inversiones previstas para 2022 (US\$ 418 mn)

El plan está enfocado en lanzar falabella.com en Perú y Colombia, potenciar nuestras capacidades de banca digital, aumentar la capacidad de procesamiento de órdenes y acortar los tiempos de entrega.

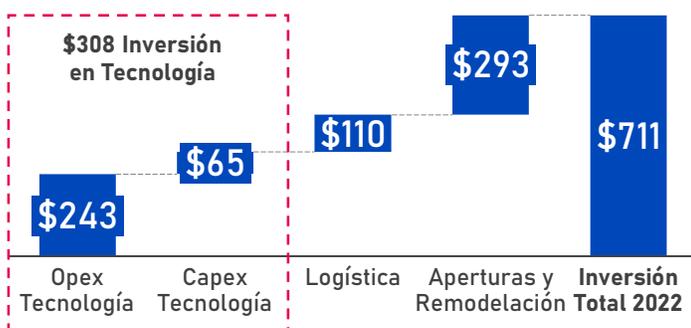
### Inversiones en plataformas tecnológicas (US\$ 308 mn total, US\$ 65 mn capex, US\$ 243 opex)

- Lanzamiento de falabella.com en Perú y Colombia
- Mejorar continuamente las plataformas de comercio electrónico, para agregar constantemente nuevas categorías de productos
- Ampliar la funcionalidad de la aplicación para optimizar la experiencia de compra en la tienda, centrándose en el viaje completo del cliente desde una perspectiva omnicanal
- Fortalecer las plataformas de banca digital y poner foco en posicionar la App de Banco Falabella como el principal canal de atención al cliente
- Fortalecer Fpay, ampliando sus funcionalidades como procesador de pagos para la plataforma integrada de comercio electrónico, e implementando nuevos casos de uso como billetera digital

### Inversiones en logística (US\$ 110 mn)

- Incrementar la capacidad de procesamiento y empaque de órdenes de los centros de distribución existentes en Chile, Perú y Colombia
- Ampliar las capacidades de procesamiento de productos de terceros, cubriendo los servicios de almacenamiento, empaque y entrega
- Mejorar la entrega On Demand Delivery y ampliar el surtido de productos, a fin de ampliar las capacidades y los productos disponibles para los vendedores de Marketplace

### Plan de Capex (US\$ mn)



El remanente ~40% (US\$ 293 mn) de las inversiones previstas se destinará a aperturas y remodelaciones de tiendas

### Apertura de tiendas (US\$ 135 mn) para continuar desarrollando oportunidades selectas de crecimiento

- Apertura de IKEA en Chile
- Ampliar presencia de supermercados en Perú
- Continuar creciendo Mejoramiento del Hogar en México
- Crecimiento de la presencia de Mejoramiento del Hogar en Brasil
- Apertura de tiendas para 2022: 19 en total, 5 Tottus (4 Perú, 1 Chile), 2 IKEA en Chile, 11 Sodimac (4 México, 2 en Brasil, 4 en Chile y 1 en Colombia), 1 Falabella en Colombia

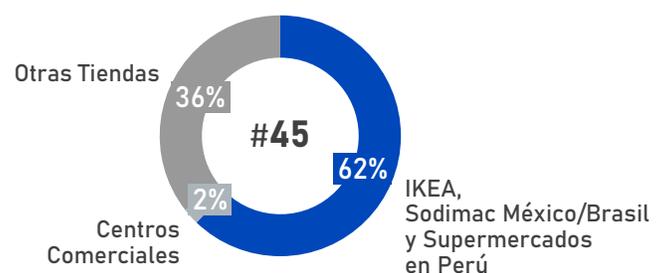
### Renovaciones en ubicaciones seleccionadas (US\$ 158 mn)

- Optimización de las áreas de venta existentes para mejorar el "showrooming" de productos propios y de terceros
- Aumentar nuestras capacidades de autoservicio aprovechando la capacidad de nuestras aplicaciones para buscar y descubrir productos y agilizar el proceso de pago
- Fortalecimiento del rol logístico de la tienda, para respaldar nuestras entregas "Click & Collect", mejorar la experiencia de devoluciones y cambios, y expandir nuestras capacidades de "envíos desde la tienda (ship from store)"
- Apoyo al desarrollo de las tiendas IKEA

### Seguimos avanzando en invertir más en tecnología y logística, mientras disminuimos la asignación de capital en tiendas físicas

- En línea con lo anterior, estamos incorporando componentes opex en nuestra guía de inversión para 2022. La inversión total para 2022 en tecnología y logística: US\$ 418 mn (US\$ 243 mn OPEX y US\$ 175 mn CAPEX)
- Para inversiones relacionadas con aperturas y remodelaciones de tiendas actualizamos la guía del año anterior, 2022: US\$ 293 mn, 2023: US\$ 303 mn

### Apertura de tiendas para 2022-2023



## ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO

(US\$ millones)

	1Q21	% Ing.	1Q22	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	2.815		3.227		14,6%
Ingresos de Negocios Bancarios	331		492		48,4%
<b>Total Ingresos</b>	<b>3.146</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.719</b>	<b>100,0%</b>	<b>18,2%</b>
Costo de Ventas no Bancarios	(1.947)	-61,9%	(2.276)	-61,2%	16,9%
Costo de Ventas Bancarios	(64)	-2,0%	(214)	-5,8%	234,9%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>1.135</b>	<b>36,1%</b>	<b>1.229</b>	<b>33,0%</b>	<b>8,2%</b>
GAV	(828)	-26,3%	(1.011)	-27,2%	22,1%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>307</b>	<b>9,8%</b>	<b>218</b>	<b>5,9%</b>	<b>-29,1%</b>
Depreciación + Amortización	140	4,4%	153	4,1%	9,4%
<b>EBITDA</b>	<b>447</b>	<b>14,2%</b>	<b>371</b>	<b>10,0%</b>	<b>-17,1%</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	(5)		3		-147,0%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(49)		(165)		236,6%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	7		8		16,2%
Diferencias de Cambio	(19)		42		-318,0%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(67)</b>	<b>-2,1%</b>	<b>(113)</b>	<b>-3,0%</b>	<b>67,9%</b>
<b>Resultado Antes de Impuestos</b>	<b>240</b>	<b>7,6%</b>	<b>105</b>	<b>2,8%</b>	<b>-56,2%</b>
Impuesto a la Renta	(58)		5		-108,3%
Interés Minoritario	(8)		(18)		120,1%
<b>Ganancia / (Pérdida) Neta</b>	<b>174</b>	<b>5,5%</b>	<b>92</b>	<b>2,5%</b>	<b>-47,2%</b>

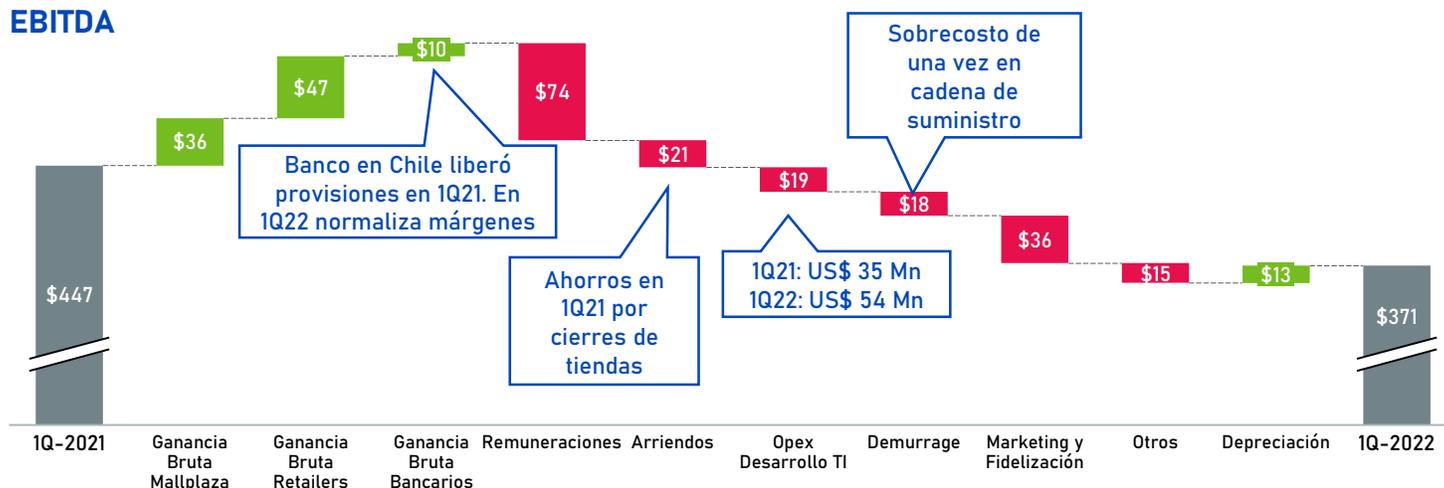
Durante el primer trimestre de 2022, los ingresos consolidados de la compañía alcanzaron US\$ 3.719 millones, un aumento de 18% a/a. El incremento se explica principalmente por:

- El aumento en ingresos de 15% en nuestros negocios de retail, transversal a casi todos los formatos y negocios, destacando el crecimiento en venta de 16% en Mejoramiento del Hogar y 14% en Tiendas por Departamento, ambos en Chile, crecimientos relevantes, considerando una base comparativa desafiante.
- Aumento de los ingresos en los negocios bancarios, de la mano de mayores ingresos por intereses y comisiones, con una cartera de créditos que creció 35% a/a.
- Recuperación en los ingresos de centros comerciales, destacando un alza de 53% en los ingresos de Mallplaza, versus el año anterior, explicada por la operación sin cierres ni restricciones sanitarias relevantes.

La ganancia bruta alcanzó US\$ 1.229 millones en 1Q22, aumentando 8% a/a, explicado principalmente por una mayor contribución de US\$ 84 millones por parte de nuestros negocios no bancarios y de US\$ 10 millones de nuestros negocios bancarios.

- La mayor contribución de los negocios no bancarios se explica por los negocios de centros comerciales y Tiendas por Departamento en la región, de la mano de una contención de margen versus el año anterior, explicado por un rebalanceo del mix de categorías año contra año, apalancado en un mejor desempeño en ingresos. Mejoramiento del Hogar contribuyó nominalmente en menor medida, explicado por menores márgenes resultantes de una base comparativa con una extraordinaria expansión de márgenes, en un contexto de promocionalidad nula bajo una fuerte demanda de sus categorías.
- La mayor contribución de los negocios bancarios se explica por el buen desempeño del negocio en Colombia, cuyos ingresos y cartera crecieron 56% y 46% en moneda local respectivamente. Lo anterior fue parcialmente contrarrestado por el negocio en Chile, que enfrenta una base comparativa muy alta (1Q21 con una cartera que decrece, con riesgo saludable y libera provisiones, expandiendo anormalmente los márgenes) y que en el trimestre actual crece 47% en ingresos y cartera 29% con un nivel de riesgo saludable y una estructura de márgenes normalizada.

## EBITDA



El EBITDA consolidado alcanzó US\$ 371 millones durante el trimestre, -17% a/a. La caída se explica principalmente por el aumento de 22% en los gastos de administración y ventas, impulsados por:

- Mayores gastos en remuneraciones, explicados por el mayor volumen de actividad y venta en canales físicos y digitales.
- Mayores gastos en arriendos, explicados por la operación normalizada de nuestras tiendas. En el período comparable, tuvimos ahorros extraordinarios en esta partida producto de la intermitencia operacional resultante de las restricciones sanitarias impuestas en nuestros en el contexto de la pandemia.
- Sobrecostos logísticos extraordinarios asociados a retrasos en fletes internacionales abastecedores principalmente del formato de Mejoramiento del Hogar, que totalizaron alrededor de US\$ 18 millones.

- Mayores gastos en publicidad, producto de la mayor venta en tienda y actividad comercial en todos los canales, acompañados de mayores gastos en fidelización, producto del continuo aumento en participantes y puntos canjeados de nuestro programa de lealtad.
- Aumento en gastos de desarrollo tecnológico (Opex), incrementales años contra año por US\$ 19 millones. Durante 1Q22, el Opex de desarrollo tecnológico totalizó US\$54 millones.

La utilidad neta alcanzó US\$ 92 millones durante el primer trimestre de 2022, una disminución de 47% a/a, explicada a nivel no operacional principalmente por pérdidas no realizadas en contratos de derivados de cobertura de importaciones, registradas en el rubro gasto financiero, parcialmente compensada por la diferencia de cambio de las obligaciones en moneda extranjera. (neto de ambos impactos de -US\$ 55 MM a/a).

A nivel de negocios, la utilidad neta se vio afectada principalmente por la menor contribución de Mejoramiento del Hogar Chile y Banco Falabella Chile, seguido por los negocios de Supermercados en Chile y Perú.

## Caja y Liquidez

Respecto a los niveles de liquidez de la compañía, al cierre de marzo de 2022, el efectivo y equivalentes al efectivo ascendía a US\$ 2.730 millones a nivel consolidado.

- Negocios no bancarios: US\$ 448 millones.
- Negocios bancarios: US\$ 2.282 millones.

## Endeudamiento

- La deuda total de los negocios no bancarios alcanzó US\$ 4.647 millones a marzo 2022, un aumento del 0,7% a/a.
- La deuda neta alcanzó US\$ 4.199 millones a marzo 2022.

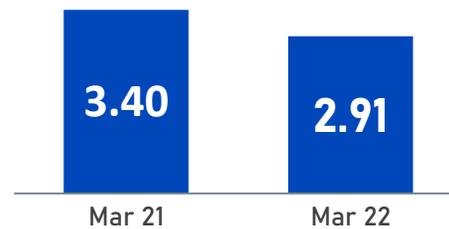
### Leverage

Negocios no bancarios (Neto)



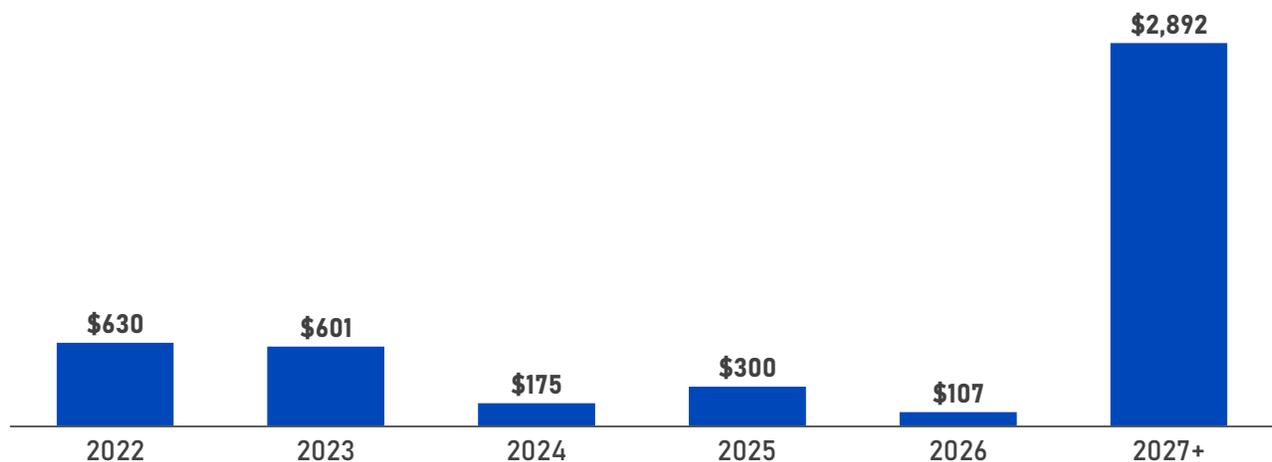
### Deuda Financiera Neta/EBITDA

Negocios no bancarios<sup>7</sup>



## Perfil de Vencimientos de Deuda (MMUS\$)

Negocios no bancarios<sup>8,9</sup>



Deuda Financiera Total Consolidada (sin operaciones bancarias): MMUS\$ 4.706

<sup>7</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>8</sup> Saldos en US\$ convertidos al tipo de cambio de cierre de cada país.

<sup>9</sup> La deuda financiera total consolidada 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 .....	17
II.	Resultados por unidad de negocio .....	18
III.	Negocio financiero .....	19
IV.	Estados financieros consolidados .....	21
V.	Gross merchandise volume (GMV) (MM\$) .....	26
VI.	Penetración Online .....	26
VII.	Crecimientos de Ventas Nominal por Local Equivalente – Same Store Sales (SSS) .....	27
VIII.	Número de Locales y Superficie de Ventas Formatos Retail .....	28
IX.	Número de Centros Comerciales y Superficie Arrendable de Operadores Inmobiliarios .....	28
X.	Perfil de Vencimientos de Deuda (MM\$) .....	29
XI.	Días de Cobro, de Pago y de Mantenimiento de Inventario .....	29
XII.	Resultados consolidados a marzo 2022 .....	30

### Notas:

Todas las cifras en dólares de EE.UU. están calculadas en base al tipo de cambio observado al 1 de abril de 2022: 787,98 \$/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 1Q22 (MM\$)<sup>10,11</sup>

	1Q21	1Q22	Var %	Var Moneda Local %
<b>Chile</b>				
Tiendas por Departamento	425.469	483.709	13,7%	13,7%
Mejoramiento del Hogar	728.350	847.987	16,4%	16,4%
Supermercados	222.198	240.054	8,0%	8,0%
<b>Perú</b>				
Tiendas por Departamento	121.282	172.938	42,6%	32,7%
Mejoramiento del Hogar	180.173	211.361	17,3%	9,3%
Supermercados	252.193	268.436	6,4%	-0,9%
<b>Colombia</b>				
Tiendas por Departamento	78.715	107.656	36,8%	33,8%
Mejoramiento del Hogar	251.674	300.196	19,3%	16,9%
<b>Argentina</b>				
Mejoramiento del Hogar	20.061	25.763	28,4%	42,0%
<b>Brasil</b>				
Mejoramiento del Hogar	48.630	62.836	29,2%	11,0%

<sup>10</sup> Todas las variaciones son en términos nominales y han sido calculadas tanto en pesos chilenos como en moneda local de cada país.

<sup>11</sup> Los ingresos de Argentina se ven afectados por la aplicación de IAS 29.

## II. RESULTADOS POR UNIDAD DE NEGOCIO

### Resultados por segmento 1Q22 (MM\$)

#### Chile

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	1Q21	1Q22	(%, pbs)	1Q21	1Q22	(%, pbs)	1Q21	1Q22	(%, pbs)
Ingresos	425.469	483.709	13,7%	728.350	847.987	16,4%	222.198	240.054	8,0%
Ganancia Bruta	125.135	135.523	8,3%	234.036	240.955	3,0%	59.706	60.550	1,4%
Margen Bruto	29,4%	28,0%	(139)	32,1%	28,4%	(372)	26,9%	25,2%	(165)
GAV	(133.358)	(133.145)	-0,2%	(148.907)	(196.422)	31,9%	(54.480)	(62.487)	14,7%
GAV / Ingresos	-31,3%	-27,5%	382	-20,4%	-23,2%	(272)	-24,5%	-26,0%	(151)
Resultado Operacional	(8.223)	2.378	-128,9%	85.129	44.533	-47,7%	5.226	(1.937)	-137,1%
Margen Operacional	-1,9%	0,5%	242	11,7%	5,3%	(644)	2,4%	-0,8%	(316)
EBITDA	11.168	22.426	100,8%	109.498	70.576	-35,5%	16.517	11.355	-31,3%
Margen EBITDA	2,6%	4,6%	201	15,0%	8,3%	(671)	7,4%	4,7%	(270)

#### Banco Falabella Chile

	1Q21	1Q22	(%, pbs)
Ingresos	171.133	251.892	47,2%
Ganancia Bruta	164.560	146.853	-10,8%
Margen Bruto	96,2%	58,3%	(3.786)
GAV	(65.053)	(79.153)	21,7%
GAV / Ingresos	-38,0%	-31,4%	659
Resultado Operacional	99.507	67.700	-32,0%
Margen Operacional	58,1%	26,9%	(3.127)
EBITDA	104.277	73.120	-29,9%
Margen EBITDA	60,9%	29,0%	(3.190)

### Operaciones internacionales

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil		
	1Q21	1Q22	(%, pbs)	1Q21	1Q22	(%, pbs)	1Q21	1Q22	(%, pbs)	1Q21	1Q22	(%, pbs)
Ingresos	602.875	727.122	20,6%	133.530	192.645	44,3%	59.376	29.635	-50,1%	48.630	62.836	29,2%
Ganancia Bruta	175.164	207.433	18,4%	49.243	76.496	55,3%	30.306	15.075	-50,3%	18.157	22.363	23,2%
Margen Bruto	29,1%	28,5%	(53)	36,9%	39,7%	283	51,0%	50,9%	(17)	37,3%	35,6%	(175)
GAV	(158.086)	(187.271)	18,5%	(57.923)	(70.958)	22,5%	(26.420)	(16.678)	-36,9%	(15.992)	(20.716)	29,5%
GAV / Ingresos	-26,2%	-25,8%	47	-43,4%	-36,8%	654	-44,5%	-56,3%	(1.178)	-32,9%	-33,0%	(8)
Resultado Operacional	17.078	20.162	18,1%	(8.681)	5.537	-163,8%	3.886	(1.603)	-141,3%	2.165	1.647	-23,9%
Margen Operacional	2,8%	2,8%	(6)	-6,5%	2,9%	938	6,5%	-5,4%	(1.195)	4,5%	2,6%	(183)
EBITDA	43.139	48.805	13,1%	(1.296)	13.491	-1141,2%	4.579	(880)	-119,2%	4.621	4.845	4,8%
Margen EBITDA	7,2%	6,7%	(44)	-1,0%	7,0%	797	7,7%	-3,0%	(1.068)	9,5%	7,7%	(179)

#### Otros

	Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			Falabella		
	1Q21	1Q22	(%, pbs)	1Q21	1Q22	(%, pbs)	1Q21	1Q22	(%, pbs)
Ingresos	59.621	91.046	52,7%	28.027	3.407	-87,8%	2.479.209	2.930.333	18,2%
Ganancia Bruta	38.000	66.504	75,0%	333	(3.401)	-1122,6%	894.639	968.351	8,2%
Margen Bruto	63,7%	73,0%	931	1,2%	-99,8%	(10.101)	36,1%	33,0%	(304)
GAV	(4.854)	(12.211)	151,6%	12.560	(17.670)	-240,7%	(652.513)	(796.711)	22,1%
GAV / Ingresos	-8,1%	-13,4%	(527)	44,8%	-518,6%	(56.344)	-26,3%	-27,2%	(87)
Resultado Operacional	33.146	54.293	63,8%	12.892	(21.071)	-263,4%	242.126	171.640	-29,1%
Margen Operacional	55,6%	59,6%	404	46,0%	-618,5%	(66.445)	9,8%	5,9%	(391)
EBITDA	46.638	68.315	46,5%	13.102	(19.900)	-251,9%	352.243	292.153	-17,1%
Margen EBITDA	78,2%	75,0%	(319)	46,7%	-584,1%	(63.084)	14,2%	10,0%	(424)

### III. NEGOCIO FINANCIERO

#### Banco Falabella: Estado de Resultados

	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	1Q21	1Q22	Var. %	1Q21	1Q22	Var. %	1Q21	1Q22	Var. %
<b>Estado de Resultados</b>	<i>(MM CLP)</i>			<i>(M SOL)</i>			<i>(MM COP)</i>		
Ingresos por intereses y reajustes	142.439	207.488	45,7%	146.915	199.026	35,5%	171.800	259.890	51,3%
Gastos por intereses y reajustes	(14.366)	(35.201)	145,0%	(20.026)	(25.692)	28,3%	(28.233)	(58.242)	106,3%
<b>Ing. netos por intereses y reajustes</b>	<b>128.073</b>	<b>172.287</b>	<b>34,5%</b>	<b>126.888</b>	<b>173.334</b>	<b>36,6%</b>	<b>143.567</b>	<b>201.648</b>	<b>40,5%</b>
Ingresos por comisiones	27.853	41.866	50,3%	50.608	56.950	12,5%	65.153	108.070	65,9%
Gastos por comisiones	(13.106)	(19.051)	45,4%	(10.332)	(11.637)	12,6%	(12.820)	(18.643)	45,4%
<b>Ing. netos por comisiones</b>	<b>14.748</b>	<b>22.816</b>	<b>54,7%</b>	<b>40.275</b>	<b>45.313</b>	<b>12,5%</b>	<b>52.334</b>	<b>89.427</b>	<b>70,9%</b>
Ut. neta de operaciones financieras	4.282	(385)	-109,0%	2.567	3.702	44,2%	10.698	11.980	12,0%
Otros ing. operacionales netos	840	2.537	202,0%	1.120	9.166	718,7%	332	1.404	322,9%
<b>Ingreso Operacional</b>	<b>147.943</b>	<b>197.254</b>	<b>33,3%</b>	<b>170.850</b>	<b>231.515</b>	<b>35,5%</b>	<b>206.931</b>	<b>304.459</b>	<b>47,1%</b>
Costo por Riesgo de Crédito	16.617	(50.402)	-403,3%	(57.459)	(87.838)	52,9%	(85.360)	(97.075)	13,7%
Gasto Operacional	(65.053)	(79.152)	21,7%	(125.005)	(148.863)	19,1%	(116.096)	(156.356)	34,7%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>99.506</b>	<b>67.700</b>	<b>-32,0%</b>	<b>(11.614)</b>	<b>(5.186)</b>	<b>-55,3%</b>	<b>5.476</b>	<b>51.028</b>	<b>831,9%</b>
<b>Ganancia / (Pérdida) Neta</b>	<b>76.278</b>	<b>57.866</b>	<b>-24,1%</b>	<b>(8.964)</b>	<b>(4.398)</b>	<b>-50,9%</b>	<b>3.190</b>	<b>31.931</b>	<b>901,1%</b>
<b>Eficiencia</b>	<b>44,0%</b>	<b>40,1%</b>		<b>73,2%</b>	<b>64,3%</b>		<b>56,1%</b>	<b>51,4%</b>	

#### Banco Falabella: Balance y Datos Operacionales<sup>12</sup>

	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	mar-21	mar-22	Var. %	mar-21	mar-22	Var. %	mar-21	mar-22	Var. %
<b>Principales cuentas del Balance</b>	<i>(MM CLP)</i>			<i>(M SOL)</i>			<i>(MM COP)</i>		
Efectivo y depósitos en bancos	163.374	513.302	214,2%	751.646	872.995	16,1%	141.106	215.645	52,8%
Activos Financieros	1.321.789	1.639.173	24,0%	524.519	385.501	-26,5%	580.559	624.217	7,5%
Colocaciones brutas	3.273.306	4.232.771	29,3%	2.428.160	3.305.085	36,1%	3.846.754	5.632.862	46,4%
Provisiones	(188.785)	(249.060)	31,9%	(244.173)	(292.548)	19,8%	(312.997)	(329.768)	5,4%
Colocaciones netas	3.084.521	3.983.711	29,2%	2.183.987	3.012.537	37,9%	3.533.757	5.303.094	50,1%
Total Activos	5.512.471	7.312.920	32,7%	3.987.799	4.807.289	20,5%	4.621.536	6.632.151	43,5%
Depósitos a la vista	1.380.820	1.793.115	29,9%	580.909	559.665	-3,7%	990.955	1.076.472	8,6%
Depósitos a plazo	1.232.335	1.655.763	34,4%	2.372.217	2.725.756	14,9%	2.480.930	3.451.830	39,1%
Total depósitos	2.613.155	3.448.878	32,0%	2.953.126	3.285.422	11,3%	3.471.885	4.528.302	30,4%
Otras obligaciones financieras	375.737	379.173	0,9%	28.494	336.389	1080,6%	145.685	498.800	n/a
Total Pasivos	4.621.254	6.277.060	35,8%	3.337.532	3.971.289	19,0%	4.018.992	5.887.225	46,5%
Patrimonio (stock)	891.218	1.035.860	16,2%	650.266	836.000	28,6%	602.544	744.926	23,6%
Total Pasivos + Patrimonio	5.512.471	7.312.920	32,7%	3.987.799	4.807.289	20,5%	4.621.536	6.632.151	43,5%
<b>Datos operacionales</b>									
Cartera Vencida (+90 días)	53.956	73.660	36,5%	106.665	44.730	-58,1%	106.221	91.628	-13,7%
Cuentas pasivas (#)	1.083.305	1.402.643	29,5%	1.044.285	1.180.446	13,0%	1.696.379	1.888.940	11,4%
Tarjetas con saldo (#)	2.609.902	2.878.674	10,3%	889.114	969.600	9,1%	1.018.531	1.243.721	22,1%
Deuda Promedio (moneda local)	1.254.187	1.470.389	17,2%	2.731	3.409	24,8%	3.776.767	4.529.039	19,9%
Duration (meses)	5,5	5,5	-0,3%	8,4	13,6	62,3%	16,7	16,6	-0,3%
ATMs (#)	390	349	-10,5%	173	153	-11,6%	66	66	0,0%
Sucursales (#)	146	116	-20,5%	58	52	-10,3%	94	91	-3,2%
<b>Ratios</b>									
Cartera Vencida / Colocaciones	1,6%	1,7%		4,4%	1,4%		2,8%	1,6%	
Provisiones / Cartera Vencida	3,5	3,4		2,3	6,5		2,9	3,6	
Basilea	15,8%	19,7%		12,5%	14,9%		12,6%	13,6%	
ROAE	27,0%	29,2%		-19,2%	-7,8%		0,9%	13,9%	
ROAA	3,5%	3,6%		-3,2%	-1,4%		0,1%	1,7%	

<sup>12</sup> Ratios de ROA y ROE en Banco Falabella Chile considera utilidad de UDM que corresponde a la integración de Banco con CMR.

Porcentaje de Venta a través de Tarjeta CMR<sup>13</sup> (UDM)

	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22
Chile - Falabella	47,7%	49,1%	49,0%	45,5%	44,9%	43,4%	40,9%	41,1%	41,8%
Chile - Sodimac	25,8%	25,6%	23,2%	20,8%	18,9%	17,3%	17,0%	17,7%	18,7%
Chile - Tottus	18,8%	17,9%	16,2%	15,2%	14,9%	14,8%	15,0%	15,6%	16,1%
Perú - Falabella, Sodimac, Tottus	36,9%	35,7%	34,2%	33,1%	32,9%	33,9%	34,4%	34,5%	34,9%
Colombia - Falabella y Sodimac	23,5%	23,1%	23,0%	22,0%	21,8%	22,1%	22,0%	22,4%	22,7%

<sup>13</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

	31 de Marzo 2022	31 de Marzo 2021
	M\$	M\$
<b>Estado de Resultados</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
Ingresos de actividades ordinarias	2.542.936.901	2.218.078.455
Costo de ventas	(1.793.310.926)	(1.534.201.314)
<b>Ganancia bruta</b>	<b>749.625.975</b>	<b>683.877.141</b>
Costos de distribución	(55.163.396)	(45.456.562)
Gastos de administración	(557.392.563)	(465.395.413)
Otros gastos por función	(42.424.348)	(29.113.605)
Otras ganancias (pérdidas)	2.016.356	(4.290.924)
Ingresos financieros	5.396.444	22.714.385
Costos financieros	(108.657.836)	(47.771.875)
Participación en las ganancias de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	6.011.224	5.203.080
Diferencias de cambio	33.227.037	(15.240.587)
Resultado por unidades de reajuste	(26.964.404)	(13.628.005)
<b>Ganancia antes de impuestos</b>	<b>5.674.489</b>	<b>90.897.635</b>
Gastos por impuestos a las ganancias	17.397.789	(22.309.986)
<b>Ganancia de negocios no bancarios</b>	<b>23.072.278</b>	<b>68.587.649</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Ingresos por intereses	285.305.242	199.942.221
Gastos por intereses	(40.952.386)	(20.257.767)
<b>Ingreso neto por intereses</b>	<b>244.352.856</b>	<b>179.684.454</b>
Ingresos por reajustes	20.160.672	8.733.881
Gastos por reajustes	(13.572.480)	(5.951.274)
<b>Ingreso neto por reajustes</b>	<b>6.588.192</b>	<b>2.782.607</b>
Ingresos por comisiones	79.105.146	51.602.325
Gastos por comisiones	(27.733.485)	(18.941.513)
<b>Ingreso neto por comisiones</b>	<b>51.371.661</b>	<b>32.660.812</b>
Utilidad neta de operaciones financieras	(9.603.660)	10.009.511
Ganancia (pérdida) de cambio neta	12.199.547	(3.061.392)
Otros ingresos operacionales	2.825.333	852.088
Gasto por pérdidas crediticias	(89.008.413)	(12.166.688)
<b>Total ingreso operacional neto</b>	<b>218.725.516</b>	<b>210.761.392</b>
Remuneraciones y gastos del personal	(35.602.400)	(33.791.594)
Gastos de Administración	(83.697.561)	(56.811.942)
Depreciaciones y amortizaciones	(10.636.787)	(9.394.300)
Otros gastos operacionales	(11.793.877)	(12.549.788)
<b>Total gastos operacionales</b>	<b>(141.730.625)</b>	<b>(112.547.624)</b>
<b>Resultado operacional</b>	<b>76.994.891</b>	<b>98.213.768</b>
Resultado por inversiones en sociedades	149.268	100.282
<b>Resultado antes de impuesto a la renta</b>	<b>77.144.159</b>	<b>98.314.050</b>
Gastos por impuesto a las ganancias	(13.632.186)	(23.191.688)
<b>Ganancia de negocios bancarios</b>	<b>63.511.973</b>	<b>75.122.362</b>
<b>Ganancia</b>	<b>86.584.251</b>	<b>143.710.011</b>
<b>Ganancia atribuible a</b>		
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	72.533.534	137.326.451
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	14.050.717	6.383.560
<b>Ganancia</b>	<b>86.584.251</b>	<b>143.710.011</b>
<b>Ganancia por acción</b>		
<b>Ganancia por acción básica</b>		
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	0,03	0,05
<b>Ganancia por acción básica</b>	<b>0,03</b>	<b>0,05</b>
<b>Ganancia por acción diluida</b>		
Ganancia por acción diluida en operaciones continuadas	0,03	0,05
<b>Ganancia por acción diluida</b>	<b>0,03</b>	<b>0,05</b>

	31 de Marzo 2022	31 de Diciembre 2021
	M\$	M\$
<b>Balance</b>		
<b>Activos</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
<b>Activos corrientes</b>		
Efectivo y equivalentes al efectivo	352.744.191	533.265.538
Otros activos financieros corrientes	45.139.530	45.368.100
Otros activos no financieros corrientes	159.602.326	123.118.533
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	370.417.792	392.422.932
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	24.217.290	19.394.535
Inventarios	2.072.069.509	1.867.793.791
Activos por impuestos corrientes	57.562.928	52.894.382
<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>3.081.753.566</b>	<b>3.034.257.811</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	36.504.206	38.129.032
<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>36.504.206</b>	<b>38.129.032</b>
<b>Total activos corrientes</b>	<b>3.118.257.772</b>	<b>3.072.386.843</b>
<b>Activos no corrientes</b>		
Otros activos financieros no corrientes	369.497.134	507.250.640
Otros activos no financieros no corrientes	79.812.677	79.200.811
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar no corrientes	10.607.322	11.810.824
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas no corrientes	32.175.120	30.315.227
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	246.753.751	246.099.787
Activos intangibles distintos de la plusvalía	331.732.564	331.012.433
Plusvalía	632.521.422	626.955.302
Propiedades, planta y equipo	3.607.995.613	3.562.938.875
Propiedad de inversión	3.410.563.473	3.406.025.227
Activos por impuestos no corrientes	13.593.063	13.289.193
Activos por impuestos diferidos	305.024.856	260.646.688
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>9.040.276.995</b>	<b>9.075.545.007</b>
<b>Total activos de negocios no bancarios</b>	<b>12.158.534.767</b>	<b>12.147.931.850</b>
<b>Activos Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Efectivo y depósitos en bancos	744.167.067	562.625.424
Operaciones con liquidación en curso	72.601.037	59.886.059
Activos financieros para negociar a valor razonable con cambios en resultados	84.024.014	99.356.256
Derechos por pactos de retroventa y préstamos de valores	-	15.171.250
Contratos de derivados financieros	758.956.291	692.381.202
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Comerciales	73.094.286	73.287.020
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Vivienda	573.415.240	568.571.242
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Consumo	5.167.899.023	4.704.969.068
Activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral	1.760.947.057	2.018.807.924
Inversiones en sociedades	3.490.415	3.810.616
Intangibles	76.459.033	78.416.922
Activo fijo	55.153.673	57.637.796
Impuestos corrientes	20.714.354	21.297.373
Impuestos diferidos	84.837.915	75.691.795
Otros activos	202.326.481	252.740.585
Activos no corrientes y grupos enajenables para la venta	44.715	61.484
<b>Total activos negocios bancarios</b>	<b>9.678.130.601</b>	<b>9.284.712.016</b>
<b>Total activos</b>	<b>21.836.665.368</b>	<b>21.432.643.866</b>

	31 de Marzo 2022	31 de Diciembre 2021
	M\$	M\$
<b>Balance</b>		
<b>Patrimonio Neto y Pasivos</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
Otros pasivos financieros corrientes	696.771.731	508.082.080
Pasivos por arrendamiento corrientes	98.684.143	96.132.009
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	1.267.720.725	1.296.379.060
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	31.732.411	33.530.717
Otras provisiones corrientes	27.126.586	27.769.367
Pasivos por Impuestos corrientes	90.416.694	90.466.042
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	164.495.233	207.125.196
Otros pasivos no financieros corrientes	152.576.774	188.173.945
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>2.529.524.297</b>	<b>2.447.658.416</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>		
Otros pasivos financieros no corrientes	3.061.885.674	3.143.925.925
Pasivos por arrendamiento no corrientes	999.525.944	978.459.876
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar no corrientes	1.125.909	1.098.361
Otras provisiones no corrientes	9.470.550	9.394.347
Pasivos por impuestos diferidos	603.745.697	613.288.475
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	51.235.192	47.702.105
Otros pasivos no financieros no corrientes	48.545.864	48.385.267
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>4.775.534.830</b>	<b>4.842.254.356</b>
<b>Total pasivos de negocios no bancarios</b>	<b>7.305.059.127</b>	<b>7.289.912.772</b>
<b>Pasivos Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	2.130.336.818	2.311.017.791
Operaciones con liquidación en curso	329.765.429	448.849.277
Depósitos y otras captaciones a plazo	3.018.261.880	2.422.073.787
Contratos de derivados financieros	809.098.231	779.430.144
Obligaciones con bancos	772.679.551	781.593.376
Instrumentos de deuda emitidos	188.674.215	183.629.545
Instrumentos financieros de capital regulatorio emitidos	29.313.678	28.378.307
Otras obligaciones financieras	62.755.390	65.170.753
Pasivos por Arrendamiento	24.434.395	26.397.415
Impuestos corrientes	21.365.442	19.975.132
Provisiones	55.212.066	53.761.481
Otros pasivos	368.695.550	377.389.356
<b>Total pasivos negocios bancarios</b>	<b>7.810.592.645</b>	<b>7.497.666.364</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>15.115.651.772</b>	<b>14.787.579.136</b>
<b>Patrimonio Neto</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Capital emitido	919.419.389	919.419.389
Ganancias acumuladas	4.985.203.945	4.912.670.411
Primas de emisión	93.482.329	93.482.329
Acciones propias en cartera	(27.738.111)	(27.738.111)
Otras reservas	(254.093.446)	(246.427.061)
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>5.716.274.106</b>	<b>5.651.406.957</b>
Participaciones no controladoras	1.004.739.490	993.657.773
<b>Patrimonio total</b>	<b>6.721.013.596</b>	<b>6.645.064.730</b>
<b>Total de patrimonio y pasivos</b>	<b>21.836.665.368</b>	<b>21.432.643.866</b>

# Resultados primer trimestre 2022

	31 de Marzo 2022	31 de Marzo 2021
	M\$	M\$
<b>Estado de flujos de efectivo</b>		
<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	3.094.624.432	2.760.786.034
<b>Clases de pagos</b>		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(2.824.531.572)	(2.381.136.135)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(324.699.733)	(263.339.563)
Impuestos a las ganancias pagados	(27.989.497)	(13.614.609)
Otras salidas de efectivo	(74.384.433)	(117.093.840)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de operación de negocios no bancarios</b>	<b>(156.980.803)</b>	<b>(14.398.113)</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Utilidad consolidada del período	63.511.973	75.122.362
<b>Cargos (abonos) a resultados que no significan movimientos de efectivo:</b>		
Depreciaciones y amortizaciones	10.636.787	9.394.300
Provisiones por riesgo de crédito	107.657.924	36.023.208
Utilidad neta por inversiones en sociedades con influencia significativa	(149.268)	(100.282)
Otros cargos que no significan movimiento de efectivo	13.632.186	23.191.688
Variación neta de intereses, reajustes y comisiones devengadas sobre activos y pasivos	(51.298.146)	2.422.293
<b>Cambios en activos y pasivos que afectan al flujo operacional:</b>		
Disminución (aumento) de derechos por pactos de retroventa y préstamos de valores	15.171.250	(25.066.817)
(Aumento) disminución en créditos y cuentas por cobrar a clientes	(551.819.648)	430.579
(Aumento) disminución neta de activos financieros para negociar a valor razonable con cambios en resultados	(23.813.171)	33.289.163
(Disminución) aumento de depósitos y otras obligaciones a la vista	(180.680.973)	58.179.413
Aumento (disminución) de depósitos y otras captaciones a plazo	624.163.021	(153.692.322)
Disminución de obligaciones con bancos	(62.780.164)	(10.919.825)
Otras entradas (salidas) de efectivo	26.611.639	(114.145.689)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de la operación negocios bancarios</b>	<b>(9.156.590)</b>	<b>(65.871.929)</b>
<b>Flujos de Efectivo Netos utilizados en actividades de operación</b>	<b>(166.137.393)</b>	<b>(80.270.042)</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión</b>		
<b>Negocios no Bancarios (Presentación)</b>		
Aportes realizados en asociadas	(10.129.500)	(13.698.187)
Préstamos a entidades relacionadas	(8.480.954)	(941.228)
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	261.833	656.082
Compras de propiedades, planta y equipo	(53.613.058)	(60.719.269)
Compras de activos intangibles	(12.718.504)	(11.341.903)
Compras de otros activos a largo plazo	(16.332.205)	(17.162.340)
Dividendos recibidos	5.016	4.681
Intereses recibidos	4.442.545	3.584.738
Otras (salidas) entradas de efectivo	(1.529.961)	5.561.436
<b>Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión de negocios no bancarios</b>	<b>(98.094.788)</b>	<b>(94.055.990)</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Disminución neta de activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral	211.566.736	61.929.610
Compras de activos fijos	(5.501.194)	(5.184.132)
Dividendos recibidos	172.823	-
Otras salidas de efectivo	(9.841)	(216.654)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de inversión negocios bancarios</b>	<b>206.228.524</b>	<b>56.528.824</b>
<b>Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión</b>	<b>108.133.736</b>	<b>(37.527.166)</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	2.611.700	1.846.381
Cobros por vender las acciones de la entidad		
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	589.943.909	195.095.311
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	126.676.511	131.379.729
<b>Total importes procedentes de préstamos</b>	<b>716.620.420</b>	<b>326.475.040</b>
Préstamos de entidades relacionadas	-	-
Pagos de préstamos	(600.098.177)	(377.514.536)
Dividendos pagados	(5.414.083)	-
Intereses pagados	(23.626.305)	(27.108.200)
Otras salidas de efectivo	(7.177.851)	(7.577.808)
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación de negocios no bancarios</b>	<b>82.915.704</b>	<b>(83.879.123)</b>
<b>Negocios Bancarios (Presentación)</b>		
Rescate de letras de crédito	(2.605.463)	(2.065.370)
Obtención de préstamos y otros pasivos	59.846.380	36.380.572
Otras salidas de efectivo	114.685	167.751
<b>Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de financiación negocios bancarios</b>	<b>57.355.602</b>	<b>34.482.953</b>
<b>Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación</b>	<b>140.271.306</b>	<b>(49.396.170)</b>
<b>Aumento (disminución) neto en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio</b>	<b>82.267.649</b>	<b>(167.193.378)</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	5.748.413	(8.613.600)
<b>Aumento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>88.016.062</b>	<b>(175.806.978)</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	2.063.026.048	2.462.375.816
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período</b>	<b>2.151.042.110</b>	<b>2.286.568.838</b>

## Flujo de caja – Operaciones en Chile (MM\$)

31 de Marzo 2022	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	(162.558.809)	47.004.255	(9.188.648)	(7.996.021)	71.989.428
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(4.837.103)	(15.546.019)	(5.469.119)	198.860.928	(15.999.144)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	150.650.148	(35.143.921)	13.416.801	57.431.017	(87.242.964)
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(16.745.764)</b>	<b>(3.685.685)</b>	<b>(1.240.966)</b>	<b>248.295.924</b>	<b>(31.252.680)</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	2.387.663	1.827.745	(22.899)	0	(303.932)
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>55.459.228</b>	<b>33.455.728</b>	<b>5.519.104</b>	<b>1.318.397.377</b>	<b>125.026.025</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>41.101.127</b>	<b>31.597.788</b>	<b>4.255.239</b>	<b>1.566.693.301</b>	<b>93.469.413</b>

31 de Marzo 2021	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	(50.086.537)	111.218.359	(8.606.716)	(118.155.595)	54.899.650
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(1.025.695)	(10.762.986)	(36.395.647)	84.173.797	(14.171.343)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	19.692.129	(90.067.502)	40.763.071	34.482.953	(67.105.092)
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(31.420.103)</b>	<b>10.387.871</b>	<b>(4.239.292)</b>	<b>501.155</b>	<b>(26.376.785)</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	209.799	76.119	47.144	0	(372.331)
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>45.439.783</b>	<b>48.881.589</b>	<b>11.250.913</b>	<b>1.093.163.695</b>	<b>202.514.435</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>14.229.479</b>	<b>59.345.579</b>	<b>7.058.765</b>	<b>1.093.664.850</b>	<b>175.765.319</b>

## Flujo de caja – Operaciones Internacionales (MM\$)

31 de Marzo 2022	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	(44.027.034)	(60.307.207)	490.361	3.224.042
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(16.975.988)	8.848.668	(2.867.343)	(1.161.936)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	34.001.568	1.522.072	(4.538)	(1.693.096)
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(27.001.454)</b>	<b>(49.936.467)</b>	<b>(2.381.520)</b>	<b>369.010</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	15.380.953	(8.522.771)	(786.909)	2.359.096
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>295.889.859</b>	<b>128.860.194</b>	<b>8.290.405</b>	<b>19.726.708</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>284.269.358</b>	<b>70.400.956</b>	<b>5.121.976</b>	<b>22.454.814</b>

31 de Marzo 2021	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	(69.260.679)	54.916.435	4.267.103	1.014.323
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(19.774.329)	13.263.286	1.204.958	(4.720.083)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	37.980.487	(91.108.020)	(2.605.394)	(926.696)
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(51.054.521)</b>	<b>(22.928.300)</b>	<b>2.866.667</b>	<b>(4.632.456)</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(4.732.002)	(1.149.249)	(1.226.140)	(1.722.106)
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>330.754.756</b>	<b>98.755.021</b>	<b>15.339.825</b>	<b>26.303.953</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>274.968.233</b>	<b>74.677.472</b>	<b>16.980.352</b>	<b>19.949.391</b>

V. GROSS MERCHANDISE VOLUME (GMV) (MM\$) <sup>14</sup>

GMV	1Q21	% Total	1Q22	% Total	Var %	UDM
<b>Productos propios (IP)</b>	<b>447.414</b>	<b>77%</b>	<b>516.368</b>	<b>82%</b>	<b>15%</b>	<b>2.437.626</b>
Tiendas por departamento	324.021	56%	303.206	48%	-6%	1.493.316
Mejoramiento del hogar	102.478	18%	181.531	29%	77%	805.233
Supermercados	20.915	4%	31.632	5%	51%	139.077
<b>Productos de terceros (IP)</b>	<b>133.899</b>	<b>23%</b>	<b>111.180</b>	<b>18%</b>	<b>-17%</b>	<b>568.371</b>
<b>Total GMV</b>	<b>581.313</b>	<b>100%</b>	<b>627.548</b>	<b>100%</b>	<b>8%</b>	<b>3.005.997</b>

GMV por País	1Q21	% Total	1Q22	% Total	Var %	UDM
Chile	363.617	63%	379.694	61%	4%	1.893.679
Perú	127.737	22%	139.479	22%	9%	636.570
Colombia	48.657	8%	55.089	9%	13%	235.316
Otros	41.302	7%	53.286	8%	29%	240.432
<b>Total GMV por País</b>	<b>581.313</b>	<b>100%</b>	<b>627.548</b>	<b>100%</b>	<b>8%</b>	<b>3.005.997</b>

VI. PENETRACIÓN ONLINE <sup>15</sup>

Penetración Online	1Q21	1Q22	UDM 1Q21	UDM 1Q22
Tiendas por departamento	45%	34%	53%	37%
Mejoramiento del hogar	9%	13%	11%	14%
Supermercados	4%	5%	4%	5%
<b>Total</b>	<b>21%</b>	<b>20%</b>	<b>26%</b>	<b>22%</b>

<sup>14</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>15</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.

**VII. CRECIMIENTO DE VENTAS NOMINAL POR LOCAL EQUIVALENTE – SAME STORE SALES (SSS)** <sup>16,17,18,19</sup>

	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	1Q21	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22
<b>Chile</b>									
Tiendas por Departamento	N/A	N/A	-5,0%	22,7%	30,1%	N/A	N/A	15,5%	N/A
Mejoramiento del Hogar	-5,1%	-9,7%	22,6%	33,7%	31,9%	85,2%	32,9%	22,9%	16,0%
Supermercados	5,3%	7,1%	13,3%	25,9%	10,0%	19,3%	7,8%	4,1%	4,0%
<b>Perú</b>									
Tiendas por Departamento	N/A	N/A	-26,2%	-1,2%	N/A	N/A	N/A	15,4%	N/A
Mejoramiento del Hogar	N/A	N/A	15,3%	11,8%	N/A	N/A	N/A	8,8%	9,6%
Supermercados	4,9%	N/A	19,7%	17,7%	10,2%	3,2%	3,0%	-2,0%	-2,8%
<b>Colombia</b>									
Tiendas por Departamento	N/A	N/A	-31,4%	-21,5%	N/A	N/A	N/A	29,3%	26,7%
Mejoramiento del Hogar	N/A	N/A	1,2%	15,9%	N/A	N/A	30,3%	14,3%	16,3%
<b>Argentina</b>									
Mejoramiento del Hogar	N/A	N/A	-8,9%	30,0%	N/A	191,4%	122,0%	40,3%	48,2%
<b>Brasil</b>									
Mejoramiento del Hogar	-3,6%	19,5%	36,9%	30,5%	35,3%	N/A	9,7%	-1,2%	8,1%

Respecto al cálculo de Same Store Sales:

Debido a la intermitencia operacional resultante de las restricciones sanitarias impuestas en la pandemia, el cálculo de la métrica se invalida en los siguientes casos:

- El formato de Tiendas por Departamento en Chile, vio afectada su operación durante 1Q21, con cierres parciales. Al considerar las ventas del total de tiendas y excluyendo nuevas aperturas, el crecimiento en ventas durante 1Q22 fue de 34,5%
- El formato de Tiendas por Departamento en Perú, vio afectada su operación durante 1Q21, con cierres parciales. Al considerar las ventas del total de tiendas y excluyendo nuevas aperturas, el crecimiento en ventas durante 1Q22 fue de 59,3%

<sup>16</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>17</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>18</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>19</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 SUPERFICIES DE VENTAS FORMATOS RETAIL <sup>20,21</sup>

	Marzo 2021		Marzo 2022	
	Superficie (m <sup>2</sup> )	Locales (#)	Superficie (m <sup>2</sup> )	Locales (#)
<b>Chile</b>				
Tiendas por Departamento	320.408	46	318.855	46
Mejoramiento del Hogar	753.110	84	766.761	85
Supermercados	200.906	67	210.445	72
<b>Perú</b>				
Tiendas por Departamento	185.970	30	191.897	31
Mejoramiento del Hogar	385.217	56	388.526	56
Supermercados	274.000	81	278.667	85
<b>Colombia</b>				
Tiendas por Departamento	189.680	26	189.183	26
Mejoramiento del Hogar	386.256	40	385.990	40
<b>Argentina</b>				
Tiendas por Departamento	19.494	3	0	0
Mejoramiento del Hogar	72.199	7	72.207	7
<b>Brasil</b>				
Mejoramiento del Hogar	174.279	53	180.170	53
<b>Uruguay</b>				
Mejoramiento del Hogar	24.849	3	33.619	4
<b>México</b>				
Mejoramiento del Hogar	65.628	6	94.548	9
<b>Total Locales</b>	<b>3.051.996</b>	<b>502</b>	<b>3.110.868</b>	<b>514</b>

IX. NÚMERO DE CENTROS COMERCIALES Y SUPERFICIE ARRENDABLE DE OPERADORES INMOBILIARIOS <sup>22,23</sup>

	Marzo 2021		Marzo 2022	
	Superficie Arrendable (m <sup>2</sup> )	Centros Comerciales (#)	Superficie Arrendable (m <sup>2</sup> )	Centros Comerciales (#)
<b>Chile</b>				
Mallplaza	1.357.000	17	1.398.012	17
Open	218.400	10	218.198	10
<b>Perú</b>				
Mallplaza	264.000	4	293.123	4
Open	320.286	11	320.233	11
<b>Colombia</b>				
Mallplaza	165.000	4	164.200	4
<b>Total Inmobiliario</b>	<b>2.324.686</b>	<b>46</b>	<b>2.393.765</b>	<b>46</b>

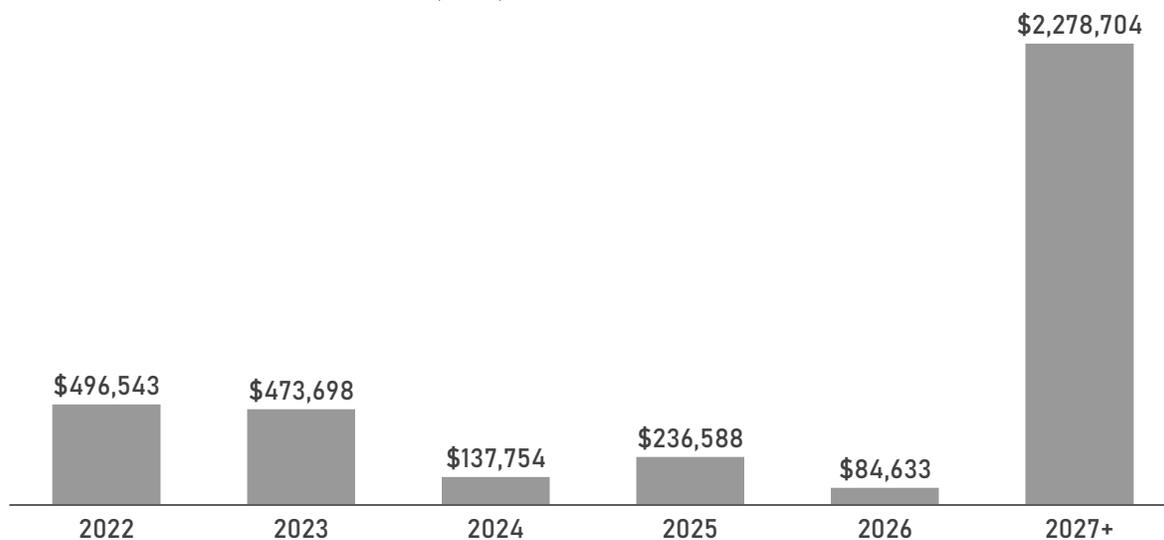
<sup>20</sup> La superficie de venta incluye la línea de caja. En el caso de Tottus, representa aproximadamente un 8% de la superficie. Esta definición puede diferir de cómo lo miden otros actores del mercado.

<sup>21</sup> A partir de 2020, se excluyen tiendas Stand Alone de marca propia (Crate & Barrel en Perú y Colombia).

<sup>22</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>23</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\$3.707.921

XI. DÍAS DE COBRO <sup>24</sup>, DE PAGO Y DE MANTENCIÓN DE INVENTARIO <sup>25</sup>

## Chile

	Tiendas por Departamento		Mejoramiento del Hogar		Supermercados		Plaza S.A.	
	1Q21	1Q22	1Q21	1Q22	1Q21	1Q22	1Q21	1Q22
Días promedio de cobro	9,6	8,8	11,3	10,2	6,9	6,5	60,0	49,0
Días promedio de pago	59,4	50,6	48,4	42,5	42,3	47,0	NA	NA
Días de inventario	97,4	128,2	50,2	88,9	54,1	74,6	NA	NA

Operaciones Internacionales <sup>26</sup>

	Perú		Argentina		Colombia		Brasil	
	1Q21	1Q22	1Q21	1Q22	1Q21	1Q22	1Q21	1Q22
Días promedio de cobro	2,6	2,6	18,5	19,0	6,2	3,8	55,4	71,4
Días promedio de pago	53,2	43,8	79,3	119,7	70,9	64,3	112,4	113,7
Días de inventario	88,6	110,5	91,7	123,2	135,4	131,7	117,7	133,6

<sup>24</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>25</sup> Promedio de cobro (no incluye Plaza S.A.): Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar, Corrientes (neto) \* 90 / Ingresos Ordinarios Promedio de cobro 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. Días de Inventarios: Inventarios (neto) \* 90 / Costos de ventas.<sup>26</sup> Los indicadores incluyen las operaciones de retail únicamente, excepto Perú, que incluye las dos empresas inmobiliarias de Maestro.

## XII. RESULTADOS CONSOLIDADOS A MARZO 2022

## Estado de Resultados Consolidados 1Q22 (MM\$)

	1Q21	% Ing.	1Q22	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	2.218.078		2.542.937		14,6%
Ingresos de Negocios Bancarios	261.131		387.396		48,4%
<b>Total Ingresos</b>	<b>2.479.209</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.930.333</b>	<b>100,0%</b>	<b>18,2%</b>
Costo de Ventas no Bancarios	(1.534.201)	-61,9%	(1.793.311)	-61,2%	16,9%
Costo de Ventas Bancarios	(50.369)	-2,0%	(168.671)	-5,8%	234,9%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>894.639</b>	<b>36,1%</b>	<b>968.351</b>	<b>33,0%</b>	<b>8,2%</b>
GAV	(652.513)	-26,3%	(796.711)	-27,2%	22,1%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>242.126</b>	<b>9,8%</b>	<b>171.640</b>	<b>5,9%</b>	<b>-29,1%</b>
Depreciación + Amortización	110.117	4,4%	120.513	4,1%	9,4%
<b>EBITDA</b>	<b>352.243</b>	<b>14,2%</b>	<b>292.153</b>	<b>10,0%</b>	<b>-17,1%</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	(4.291)		2.016		-147,0%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(38.685)		(130.226)		236,6%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	5.303		6.160		16,2%
Diferencias de Cambio	(15.241)		33.228		-318,0%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(52.914)</b>	<b>-2,1%</b>	<b>(88.822)</b>	<b>-3,0%</b>	<b>67,9%</b>
<b>Resultado Antes de Impuestos</b>	<b>189.212</b>	<b>7,6%</b>	<b>82.818</b>	<b>2,8%</b>	<b>-56,2%</b>
Impuesto a la Renta	(45.502)		3.766		-108,3%
Interés Minoritario	(6.384)		(14.050)		120,1%
<b>Ganancia / (Pérdida) Neta</b>	<b>137.326</b>	<b>5,5%</b>	<b>72.534</b>	<b>2,5%</b>	<b>-47,2%</b>

## 1. Ingresos

Los ingresos consolidados de Falabella durante el primer trimestre alcanzaron los MM\$2.930.333, representando un crecimiento de 18,2% comparado con el 1Q21, explicado por una mayor contribución de los ingresos provenientes de los formatos de Retail y Bancarios, en particular, las operaciones de Mejoramiento del Hogar, Tiendas por Departamento y Banco en Chile, Tiendas por Departamento en Perú y Mallplaza.

En el segmento bancario, los ingresos reportan un aumento del 48,4% respecto al mismo trimestre del año pasado, de la mano de mayores ingresos por intereses y comisiones, con una cartera de créditos que creció 35% a/a.

En Chile, los ingresos de los formatos de retail crecieron 14,2% en el trimestre, resultante del continuo dinamismo en el consumo. Los formatos de retail mantienen un buen desempeño de la venta online, que alcanzó los MM\$379.694 millones (4% a/a) y representó un 20% sobre el total de las ventas. El formato Tiendas por Departamento creció 13,7% respecto al 1Q21, explicado principalmente por la normalización de la operación del canal físico, que registró un crecimiento en ventas totales de tiendas físicas de 48% a/a en el trimestre. Por su parte, Mejoramiento del Hogar creció 16,4% respecto al 1Q21 y la venta online aumentó 47% a/a. Supermercados reportó un crecimiento del 8,0% a/a. Banco Falabella, por otra parte, mostró un aumento del 47,2% en el trimestre, acompañado de un crecimiento del 29,3% en la cartera de colocaciones.

En Perú, los ingresos consolidados reportaron un crecimiento de 20,6% en el 1Q22. Lo anterior, explicado principalmente por Tiendas por Departamento con un crecimiento de 42,6% a/a (+32,7% en moneda local) y Mejoramiento del Hogar que reportó un crecimiento de 17,3% a/a (+9,3% en moneda local). El negocio de Supermercados registró una caída en moneda local de 0,9%, mientras que el negocio Bancario registró un aumento del 33,5% a/a a nivel de ingresos (moneda local), explicado principalmente por una expansión de la cartera de crédito del banco de un 36,1% a/a en moneda local.

En Colombia, los ingresos crecieron 44,3% respecto al primer trimestre del año pasado. Esto asociado a una mejora en el nivel de ingresos del formato Tiendas por Departamento que registró una variación de 36,8% a/a (+33,8% en moneda local). Lo anterior acompañado por el negocio Bancario que aumentó sus ingresos y cartera un 55,7% y 46,4% en moneda local respectivamente

En Brasil, los ingresos crecieron 29,2% en el trimestre con respecto al mismo periodo del año pasado. En moneda local, el formato reportó un crecimiento de 11,0%, sostenido por el desempeño de las tiendas físicas y un aumento de ventas en el canal online.

En Argentina, los ingresos decrecieron 50,1% durante el 1Q22, comparado con el mismo periodo del año anterior. Esto explicado principalmente por el cierre definitivo de las operaciones del formato de Tiendas por Departamento en el país y la venta de la cartera del negocio financiero. El formato de Mejoramiento del Hogar reportó un crecimiento del 28,4% a/a (+42,0% en moneda local).

## 2. Resultado Operacional

El resultado operacional de la compañía durante el primer trimestre alcanzó MM\$171.640, lo que representa un decrecimiento del 29,1% respecto al resultado de 1Q21. Lo anterior se explica a nivel consolidado principalmente por el aumento de 22,1% en los gastos de administración y ventas, motivo de: 1) Mayores gastos en remuneraciones, explicados por el mayor volumen de actividad y venta en canales físicos y digitales, 2) Mayores gastos en arriendos, explicados por la operación normalizada de nuestras tiendas que contrarrestan ahorros extraordinarios en el período comparable, explicados por la intermitencia operacional en el contexto de la pandemia. 3) Sobrecostos logísticos extraordinarios asociados a días de demora en fletes internacionales abastecedores principalmente del formato de Mejoramiento del Hogar, 4) Mayores gastos en publicidad, producto de la mayor venta en tienda y actividad comercial en todos los canales, 5) Mayores gastos en fidelización, resultantes del continuo aumento en participantes y puntos canjeados de nuestro programa de lealtad y 6) Aumentos en gastos de desarrollo tecnológico (Opex), incrementales año contra año.

Respecto al mix de contribución, existe una menor contribución del formato Mejoramiento del Hogar, negocio Bancario y Supermercados. Lo anterior, parcialmente compensado por una mayor contribución del negocio Inmobiliario y el formato de Tiendas por Departamento en la región.

En Chile, los formatos de retail reportaron un resultado operacional de MM\$44.974, una variación del -45,2% respecto al resultado operacional del mismo trimestre del año anterior. Esto asociado a menores contribuciones del formato de Mejoramiento del Hogar y el negocio de Supermercados, parcialmente contrarrestado por el formato de Tiendas por Departamento.

Banco Falabella Chile alcanzó un resultado operacional durante el trimestre de MM\$67.700, equivalente a una disminución de 32,0% respecto a 1Q21, explicado principalmente por un aumento en de los costos de riesgo de la cartera. Mallplaza alcanzó un resultado operacional de MM\$54.293 durante el trimestre, una variación positiva del 63,8% respecto al resultado del mismo trimestre del año anterior. Esto debido a mayores ingresos asociados a la normalización en el cobro de arriendos a los socios comerciales que operan con mayor estabilidad.

Los negocios de Perú mostraron un resultado operacional de MM\$20.162 durante el trimestre, un crecimiento del 18,1% respecto al resultado operacional de 1Q21, explicado principalmente por una mayor contribución de Tiendas por Departamento, parcialmente contrarrestado por el formato de Supermercados.

Colombia reportó un resultado operacional en el trimestre de MM\$5.537, logrando revertir el resultado operacional negativo del mismo trimestre del año anterior. Esto explicado por una mayor contribución a nivel de margen bruto de los formatos en el país.

Brasil reportó un resultado operacional de MM\$1.647, representando una caída de 23,9% a/a, esto impulsado por un aumento de los gastos de administración y ventas.

## 3. Resultado No Operacional y Utilidad Neta

El resultado no operacional presentó una pérdida de MM\$88.822 para el trimestre, cifra 67,9% mayor a lo registrado en el mismo periodo del año 2021, principalmente por pérdidas no realizadas en contratos de derivados de cobertura de importaciones, registradas en el rubro gasto financiero, y compensada por la diferencia de cambio de las obligaciones en moneda extranjera.

La utilidad neta alcanzó MM\$72.534 durante el primer trimestre 2022, lo que representa un decrecimiento del 47,2% a/a. A nivel de negocios, la utilidad neta se vio afectada principalmente por la menor contribución de Mejoramiento del Hogar Chile y Banco Falabella Chile, seguido por los negocios de Supermercados en Chile y Perú.

## 4. Balance General

Al 31 de marzo de 2022 (MM\$)

	31 de Diciembre 2021	31 de Marzo 2022	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	3.072.387	3.118.258	1,5%
Activos No Corrientes No Bancarios	9.075.544	9.040.277	-0,4%
<b>Activos Total No Bancarios</b>	<b>12.147.931</b>	<b>12.158.535</b>	<b>0,1%</b>
<b>Activos Total Negocios Bancarios</b>	<b>9.284.712</b>	<b>9.678.131</b>	<b>4,2%</b>
<b>Activos Total</b>	<b>21.432.643</b>	<b>21.836.666</b>	<b>1,9%</b>
Pasivos Corrientes No Bancarios	2.447.658	2.529.524	3,3%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	4.842.254	4.775.535	-1,4%
<b>Pasivos Total No Bancarios</b>	<b>7.289.912</b>	<b>7.305.059</b>	<b>0,2%</b>
<b>Pasivos Total Negocios Bancarios</b>	<b>7.497.666</b>	<b>7.810.593</b>	<b>4,2%</b>
<b>Pasivos Total</b>	<b>14.787.578</b>	<b>15.115.652</b>	<b>2,2%</b>
<b>Patrimonio Total</b>	<b>6.645.065</b>	<b>6.721.014</b>	<b>1,1%</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio Total</b>	<b>21.432.643</b>	<b>21.836.666</b>	<b>1,9%</b>

El activo corriente no bancario aumentó en MM\$45.871 en comparación a diciembre 2021, impulsado principalmente por un aumento de los inventarios producto del mayor dinamismo de los negocios de retail y compensado por una baja en el efectivo y equivalentes al efectivo por el pago de pasivos financieros. Por su parte, el activo no corriente no bancario disminuyó en MM\$35.267, explicado en mayor parte por la disminución de otros activos financieros no corrientes, generados por la valorización de los activos de cobertura. En el caso de los negocios bancarios, el total de activos aumentó en MM\$393.419 en comparación a diciembre 2021, principalmente debido al aumento en créditos y cuentas por cobrar a clientes clasificados como de consumo, contrarrestado parcialmente por una disminución en activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral. Como resultado, el activo total consolidado aumentó en MM\$404.023.

El pasivo corriente no bancario aumentó en MM\$81.866 en comparación con diciembre 2021, explicado en mayor parte, por el aumento en otros pasivos financieros corrientes, parcialmente contrarrestado por provisiones corrientes por beneficios a los empleados y otros pasivos no financieros corrientes. A su vez, el pasivo no corriente no bancario disminuyó en MM\$66.719 explicado principalmente por la disminución de otros pasivos financieros no corrientes y parcialmente compensado por un aumento de pasivos por arrendamientos. Por su parte, el pasivo total de los negocios bancarios aumentó en MM\$312.927, principalmente por un aumento en los depósitos y otras captaciones a plazo, contrarrestado parcialmente por la disminución de depósitos y otras obligaciones a la vista, adicionalmente a la disminución en operaciones con liquidación en curso. Como resultado, el pasivo total aumentó en MM\$328.074.

El patrimonio neto aumentó en MM\$75.949 producto, principalmente, del resultado del período.

## 5. Estado de Flujo de Efectivo

Al 31 de marzo de 2022 (MM\$)

	31 de Marzo 2021	31 de Marzo 2022	Var %
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	(14.398)	(156.981)	990,3%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	(65.872)	(9.157)	-86,1%
<b>Flujo de efectivo de actividades de operación - Total</b>	<b>(80.270)</b>	<b>(166.138)</b>	<b>107,0%</b>
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(94.056)	(98.095)	4,3%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	56.529	206.229	264,8%
<b>Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total</b>	<b>(37.527)</b>	<b>108.134</b>	<b>-388,1%</b>
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	(83.879)	82.916	-198,9%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	34.483	57.356	66,3%
<b>Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total</b>	<b>(49.396)</b>	<b>140.272</b>	<b>-384,0%</b>
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(167.193)	82.268	-149%
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(8.614)	5.748	-167%
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>2.462.376</b>	<b>2.063.026</b>	<b>-16,2%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo</b>	<b>2.286.569</b>	<b>2.151.042</b>	<b>-5,9%</b>

El flujo de efectivo procedente de actividades de operación del negocio no bancario disminuyó MM\$142.583 a marzo 2022 en comparación al mismo periodo del año anterior, debido a mayores pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios, principalmente por compras de inventarios. El flujo de efectivo procedente de actividades de operación de negocios bancarios es menos negativo en MM\$56.715, explicado por un aumento en los créditos y cuentas por cobrar a clientes y en las captaciones a plazo, contrarrestado por una disminución en las Obligaciones a la vista. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de operación consolidado a marzo de 2022 fue MM\$85.868 menor al del mismo periodo del año anterior.

El flujo de efectivo de actividades de inversión del negocio no bancario fue MM\$4.039 mayor que en 2021, principalmente por mayores préstamos a entidades relacionadas y otras salidas de efectivo, compensado parcialmente por menores compras de propiedades, planta y equipo. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de inversión de negocios bancarios aumentó en MM\$149.700 respecto al año anterior, explicado por la disminución neta de activos financieros a valor razonables con cambios en resultado integral. Como resultado, el flujo de efectivo utilizado en actividades de inversión consolidado a marzo 2022 resultó ser MM\$145.661 mayor que el mismo periodo del año 2021.

El flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio no bancario a marzo 2022 fue MM\$166.795 mayor que el periodo comparable, producto de la obtención de préstamos corto y largo plazo que fue mayor al año anterior respecto al periodo en curso. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio bancario aumentó en MM\$22.873 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 aumentó en MM\$189.668 respecto al mismo flujo del periodo anterior.

## Definiciones para Unidades de Negocios No Bancarios

## Operacionales

Cientes	Considera a una persona que realizó al menos una compra en nuestros retailers, vía online o en la tienda física, o una transacción en nuestros negocios bancarios en los últimos 12 meses.
Participantes Loyalty	Cientes que han acumulado puntos en los últimos 12 meses. Se consideran titulares CMR y clientes con otros medios de pago.
GMV	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 los negocios de venta de productos de terceros.

## Definiciones para Unidades de Negocios Bancarios

## Balance

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

## Estado de Resultados

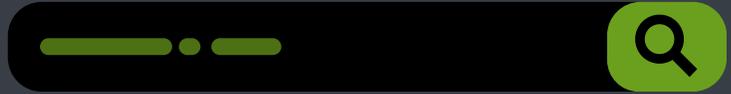
Provisiones por riesgo de crédito	Gasto en provisión más castigo neto de recuperos
-----------------------------------	--

## Datos operacionales

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

## Ratios

Basilea	Patrimonio efectivo sobre los activos ponderados por riesgo, según el organismo regulador de cada país
Eficiencia - CMR	Gastos de administración sobre ganancia bruta (excluye costos por riesgo de crédito)
Eficiencia - Bancos	Gasto operacional sobre ingresos operacional
ROAE - Bancos	Return on Average Equity: versión ajustada del ROE, Utilidad de los últimos 12 meses sobre el promedio simple del patrimonio de los últimos 13 meses
ROAA - Bancos	Return on Average Assets: versión ajustada del ROA, Utilidad de los últimos 12 meses sobre el promedio simple de los activos de los últimos 13 meses
ROAE - CMR	Return on Average Equity: versión ajustada del ROE, Utilidad de los últimos 12 meses sobre el promedio simple del patrimonio de los últimos 5 trimestres
ROAA - CMR	Return on Average Assets: versión ajustada del ROA, Utilidad de los últimos 12 meses sobre el promedio simple de los activos de los últimos 5 trimestres



## Contacto

Juan-Luis Carrasco

Bruno Valenzuela

## E-mail

[inversionistas@falabella.cl](mailto:inversionistas@falabella.cl)

## Website

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



SODIMAC

TOTTUS

Banco Falabella

mallplaza

Falabella INMOBILIARIO

INIO

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