

**Falabella S.A.**

Inscripción en el Registro de Valores N° 582



**PROSPECTO LEGAL DE PRIMERA EMISIÓN DE BONOS DESMATERIALIZADOS**

**POR LÍNEA DE TÍTULOS DE DEUDA AL PORTADOR**

**EMISIÓN DE BONOS SERIE Z y AA**

**Con cargo a la Línea de Bonos Inscrita en el  
Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero  
bajo el N° 858, con fecha 5 de julio de 2017**

**Junio de 2020**

## **INFORMACIÓN GENERAL**

### **Intermediarios participantes**

No han participado intermediarios en la elaboración del presente Prospecto, además del Emisor.

### **Declaración de Responsabilidad**

LA COMISIÓN PARA EL MERCADO FINANCIERO NO SE PRONUNCIA SOBRE LA CALIDAD DE LOS VALORES OFRECIDOS COMO INVERSIÓN. LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE PROSPECTO ES DE RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL EMISOR. EL INVERSIONISTA DEBERÁ EVALUAR LA CONVENIENCIA DE LA ADQUISICIÓN DE ESTOS VALORES, TENIENDO PRESENTE QUE ÉL O LOS ÚNICOS RESPONSABLES DEL PAGO DE LOS DOCUMENTOS SON EL EMISOR Y QUIENES RESULTEN OBLIGADOS A ELLO.

**La información contenida en este Prospecto es una descripción general de las características de la emisión y de la entidad emisora, no siendo ésta toda la información requerida para tomar una decisión de inversión. Mayores antecedentes se encuentran disponibles en la sede de la entidad emisora Falabella S.A. ubicada en Manuel Rodríguez Norte N° 730, comuna y ciudad de Santiago y en la Comisión para el Mercado Financiero ubicada en Av. Libertador Bernardo O'Higgins N° 1449, comuna y ciudad de Santiago.**

**Señor inversionista:**

**Antes de efectuar su inversión usted deberá informarse cabalmente de la situación financiera de la sociedad emisora y deberá evaluar la conveniencia de la adquisición de estos valores.**

### **Fecha del Prospecto**

Junio de 2020.

## **1.0 IDENTIFICACIÓN DEL EMISOR**

- 1.1 Nombre o Razón Social** : Falabella S.A.
- 1.2 Nombre de fantasía** : Falabella
- 1.3 RUT** : 90.749.000-9
- 1.4 Inscripción Registro de Valores:** N° 582, con fecha 9 de septiembre de 1996
- 1.5 Dirección** : Manuel Rodríguez Norte 730, Santiago,  
Región Metropolitana, Código Postal 8340753
- 1.6 Teléfono** : (56 2) 2380 2000
- 1.7 Fax** : (56 2) 2380 2047
- 1.8 Dirección electrónica** : [investors.falabella.com](http://investors.falabella.com)

Cambio de Nombre del Emisor: Se deja constancia que en Junta Extraordinaria de Accionistas del Emisor efectuada el 23 de abril de 2019, se acordó modificar los estatutos sociales para cambiar el nombre del Emisor, pasando a ser éste Falabella S.A. en lugar de S.A.C.I. Falabella, pudiendo ocupar el nombre de fantasía "Falabella". El acta de la referida junta de accionistas fue reducida a escritura pública de fecha 2 de mayo de 2019, otorgada en la Notaría de Santiago de don Francisco Javier Leiva Carvajal, bajo el Repertorio N° 43.413-2019. Un extracto de la misma fue inscrito a fojas 34.134 N° 17.064 en el Registro de Comercio de Santiago correspondiente al año 2019, y publicada en el Diario Oficial con fecha 6 de mayo de 2019. El cambio de denominación social acordado fue además informado a la CMF mediante comunicación de hecho esencial de fecha 23 de abril de 2019 y mediante comunicación de fecha 7 de mayo de 2019.

## 2.0 ACTIVIDADES Y NEGOCIOS DE LA SOCIEDAD

### 2.1 Reseña histórica

Falabella S.A. (en adelante, también e indistintamente, “Falabella”, la “Compañía”, la “Sociedad” o el “Emisor”) es una de las principales compañías de retail de Latinoamérica. Con más de 130 años de trayectoria, cuenta con operaciones en Chile, Perú, Colombia, Argentina, Brasil, Uruguay y México. A marzo de 2020 Falabella posee 514 tiendas, 43 centros comerciales y 284 sucursales bancarias, además de un canal de comercio electrónico. Actualmente, a través de sus filiales y coligadas, entrega empleo a más de 99.000 empleados en los países en que opera. Falabella desarrolla su actividad comercial compatibilizando crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad en sus seis áreas de negocios principales: Tiendas por Departamento, Mejoramiento del Hogar, Supermercados, Servicios Financieros, Inmobiliaria y Marketplace; y lidera varios de los sectores de negocios en los que participa.

A continuación, se presentan los 12 principales accionistas de la Compañía:

Nombre o Razón Social	R.U.T.	Acciones	%
LUCEC TRES S A	99.556.440-8	267.803.642	10,67%
INVERSIONES SAN VITTO LTDA	77.945.970-5	243.698.146	9,71%
BETHIA S A	78.591.370-1	230.391.055	9,18%
INVERSIONES LOS OLIVOS SPA	76.360.576-0	219.228.581	8,74%
INVERSIONES DON ALBERTO CUATRO SPA	99.552.470-8	151.079.494	6,02%
DERSA SA	95.999.000-K	138.024.501	5,50%
MAPCOR CUATRO ALFA SPA	77.112.738-K	63.247.346	2,52%
INPESCA S A	79.933.960-9	49.343.681	1,97%
IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AMALFI SPA	87.743.700-0	45.224.102	1,80%
MAPCOR CUATRO SPA	99.556.480-7	45.000.000	1,79%
INVERSIONES AUGURI LTDA	78.907.330-9	37.533.331	1,50%
DT CARRERA SA	76.338.127-7	35.631.421	1,42%

Fuente: DCV

Los orígenes de Falabella se remontan a 1889, año en que Salvatore Falabella abre la primera gran sastrería del país. En 1937 se integra a la empresa Alberto Solari, quien le imprime un renovado impulso con la incorporación de nuevos productos y puntos de venta con artículos de moda para la familia. Falabella se transforma en una importante tienda de vestuario. En 1958 el éxito y posicionamiento alcanzado por Falabella permiten la incorporación de una gran variedad de productos para el hogar, transformándose en una tienda por departamentos.

En 1980, con el objeto de satisfacer la creciente demanda de crédito por parte de sus clientes, Falabella implementa CMR, su propia tarjeta de crédito.

En 1990, Falabella ingresa al negocio de los centros comerciales con la inauguración del Mall Plaza Vespucio en La Florida, primer mall dirigido a los segmentos emergentes de la economía.

En 1993, la Empresa inicia su proceso de internacionalización al abrir su primera tienda en Mendoza, Argentina. Durante los años siguientes se abrieron otras tiendas en las ciudades de Rosario, Córdoba y San Juan en dicho país.

En 1995, Falabella ingresa al mercado peruano tras la adquisición de SAGA, compañía que tenía dos tiendas por departamento en Lima.

En 1996, la Compañía se transforma en sociedad anónima abierta y en noviembre comienza la transacción de sus acciones en la Bolsa de Comercio de Santiago.

En 1997, Falabella ingresa a una nueva área de negocio con la firma de un contrato de asociación con The Home Depot, líder mundial en el rubro del mejoramiento para el hogar. Asimismo, amplía su oferta de servicios con la creación de Viajes Falabella y Seguros Falabella.

En 1998, se abren las dos primeras tiendas en Chile de The Home Depot. Además, se crea el Banco Falabella, a través de la compra de la licencia de ING Bank Chile.

En 1999, comienzan las operaciones de venta por Internet en Chile. Por otra parte, se inaugura la primera tienda por departamentos en Buenos Aires.

En 2001, Falabella adquiere la totalidad de The Home Depot Chile, naciendo así HomeStore. A su vez, comienza la expansión en Perú hacia provincias del norte con la apertura de tres tiendas por departamento de menor formato.

En 2002, Falabella incursiona por primera vez en el negocio de los supermercados a través de la creación de Tottus, abriendo el primer local en el Cono Norte de Lima.

En 2003, se realiza la fusión con Sodimac S.A., principal cadena de tiendas para el mejoramiento del hogar y venta de materiales de construcción en Chile. A través de esta operación se consolida el desarrollo de este negocio y se potencia el proceso de internacionalización de la Compañía, dada la presencia de Sodimac en Colombia. Ese mismo año Mall Plaza se convierte en el mayor operador de centros comerciales del país, con la construcción de dos nuevos malls, uno en la ciudad de Los Ángeles y el otro en la comuna de Huechuraba, Santiago.

En 2004, Falabella marca su ingreso al negocio de los supermercados en Chile al realizar la compra de los supermercados San Francisco, la tercera cadena del país, complementando el conocimiento de la industria adquirido a través de la propiedad de Tottus en Perú.

En 2005, Falabella ingresa al negocio financiero en Colombia, a través de la tarjeta CMR. Por otra parte, la Compañía aumenta su participación en Sodimac Colombia de un 35% a 49%, y acuerda con sus socios colombianos participar en los negocios de tiendas por departamento y de tarjeta CMR con un 65% de la propiedad. Durante ese año Falabella inaugura su primer Hipermercado Tottus en Chile. Por su parte, Banco Falabella completa su migración de un banco de consumo a un banco de personas integral, ofreciendo cuentas de ahorro, cuentas corrientes, entre otros productos.

En 2006, se completa el arribo a Colombia a través de la apertura de tiendas por departamento en dicho país.

En 2007, se incrementa la participación de la Compañía en Mall Plaza hasta un 64,5%, con la única excepción de Mall Plaza Vespucio. en el que se mantiene el porcentaje de propiedad del 45%. Adicionalmente, en Perú se crean Banco Falabella y Aventura Plaza, siendo este último un negocio de centros comerciales. En el área del mejoramiento del hogar, Sodimac adquirió el 60% de la propiedad de Imperial, empresa chilena especialista en tableros de madera; operación que permitió a Sodimac desarrollar Imperial a lo largo de todo Chile, construyendo además grandes Centros de Distribución y atender al mercado especialista de carpinteros y terminaciones de construcción.

En 2008, se concreta la llegada de Sodimac a Argentina a través de la apertura de cuatro tiendas en ese país. En julio del mismo año, Falabella pasó a tener una participación del 59,3% en Plaza S.A., sociedad que incluye Plaza Vespucio S.A. De esta manera Falabella S.A. consolidó todas las operaciones de Mall Plaza en Chile.

En 2010, se lanzó CMR VISA en Chile y Perú, y se inauguró Banco Falabella en Colombia.

En 2012, Mall Plaza Colombia inauguró su primer centro comercial en el país: Mall Plaza El Castillo, en la ciudad de Cartagena de Indias.

En 2013, Sodimac Brasil, filial de Falabella S.A., adquirió el 50,1% de Construdecor S.A., cadena de mejoramiento del hogar que operaba 56 tiendas en el estado de Sao Paulo bajo la marca DICICO.

En 2014, Sodimac Perú adquirió el 100% de las acciones de Maestro, cadena de mejoramiento del hogar en Perú que contaba con 30 tiendas.

En 2015, la Compañía inició operaciones en Uruguay, abriendo su primera tienda Sodimac en Montevideo, en la que integró los formatos Homecenter y Constructor.

También en 2015, Falabella inauguró su primer Hotel Courtyard by Marriott en Santiago de Chile, establecimiento de propiedad de Sociedad de Rentas Falabella S.A. y operado por Marriot International.

En enero de 2016, CF Seguros de Vida inició formalmente sus operaciones comerciales tras una alianza entre Falabella Inversiones Financieras S.A. -filial de Falabella- y la Compañía de Seguros BNP Paribas Cardif.

En julio de 2016, Falabella y Soriana -empresa mexicana dueña de la segunda cadena de supermercados más grande de México- firmaron un joint venture para desarrollar en conjunto los negocios de mejoramiento del hogar (Sodimac) y de servicios financieros (CMR) en México. Falabella y Soriana tienen igual porcentaje de propiedad en cada una de las dos sociedades a través de las que se desarrollan estos negocios.

Ese mismo mes concluyó el proceso de escisión de Aventura Plaza S.A., el cual se había iniciado en diciembre del 2015 como parte de la reestructuración del área inmobiliaria de Falabella Perú S.A.A. y de su filial Open Plaza S.A., con lo cual Falabella S.A., a través de sus filiales Falabella Perú S.A.A. y Plaza S.A., pasó a controlar y a consolidar los centros comerciales Bellavista, Trujillo y Cayma en Perú.

A fines del año 2016, Banco Falabella Colombia y la cadena de supermercados mayorista colombiana Makro anunciaron una alianza para ofrecer servicios financieros. En abril de 2017 se emitieron las primeras tarjetas CMR-Makro en Colombia.

En mayo de 2017, se realizó la primera emisión de la tarjeta de crédito Falabella-Soriana en México. En octubre del mismo año, Falabella, a través de una de sus filiales, concretó la compra del 50% de las acciones de la sociedad mexicana Servicios Financieros Soriana S.A.P.I. de C.V., SOFOM E.N.R. El costo de la transacción fue de MXN 643.000.000, equivalentes a aproximadamente US\$ 35 millones.

En mayo de 2018, Falabella firmó un memorándum de entendimiento con Inter IKEA Systems B.V., propietaria del Concepto IKEA y de la franquicia mundial IKEA, para el desarrollo y operación de las primeras tiendas IKEA en Sudamérica. El acuerdo contempla la apertura de al menos nueve tiendas en Chile, Colombia y Perú en los próximos 10 años, junto con el desarrollo del canal online para esos tres países. La inversión estimada es de US\$ 600 millones.

En julio de 2018, los accionistas minoritarios de Plaza S.A., Inversiones Avenida Borgoño Limitada, Rentas Tissa Limitada e Inversiones Amal Limitada colocaron a través de la Bolsa de Comercio de Santiago un total de 240.000.000 de acciones de Plaza S.A. a un precio de \$1.431 por acción, lo

que representa un 12,24% del total de acciones de dicha Compañía, concluyendo así un proceso iniciado en enero de 2018 mediante el cual Plaza S.A. pasó a ser una sociedad anónima abierta.

En ese mismo mes, Falabella abrió su primera tienda en México, en el municipio de Cuautitlán Izcalli, Ciudad de México, con una superficie de venta de 10.700 m<sup>2</sup>, que integra los formatos Homecenter y Constructor. La tienda introduce una serie de innovaciones al mercado mexicano, entre las que destaca un patio constructor que permite el ingreso de vehículos para la compra y carga de materiales.

En agosto 2018, Falabella anunció la adquisición de Linio, un e-commerce con presencia en ocho países, Chile, Perú, Colombia, Argentina, México, Ecuador, Venezuela y Panamá, que opera principalmente bajo el formato de Marketplace.

En ese mismo mes, Falabella adquirió el 100% de la propiedad de su filial Construdecor S.A. en Brasil. La transacción implicó un desembolso de alrededor USD 60 millones.

Adicionalmente en agosto de 2018, la Junta Extraordinaria de Accionistas del Emisor aprobó un aumento de capital de 84,3 millones de acciones. Los usos serían destinados para la compra de Linio y su reposicionamiento, potenciar la propuesta de valor de la plataforma de Marketplace, Data Analytics y Cyber seguridad, el desarrollo de IKEA en Chile, Perú y Colombia, y consolidar las operaciones en Brasil.

Ese mismo mes, Falabella abrió a través de Mall Plaza Colombia, un nuevo centro comercial en la ciudad de Manizales, con una superficie arrendable de 40.000 m<sup>2</sup>, con una propuesta comercial y gastronómica innovadora y diferenciada.

En octubre de 2018, el Directorio de Falabella S.A. acordó fijar en CLP 5.250 por acción el precio al que serían ofrecidas las acciones emitidas con cargo al aumento de capital. En noviembre de ese mismo año, se dio término al periodo de opción preferente del aumento de capital del Emisor, totalizando una emisión de 74,4 millones de acciones. El monto recaudado total fue de CLP 390.493 millones.

En diciembre de 2018, se concretó la integración de Banco Falabella con CMR Falabella, con miras a consolidar el liderazgo de Falabella en el negocio financiero para el segmento de personas y potenciar su propuesta de valor. CMR pasó así a ser una Sociedad de Apoyo al Giro (SAG) filial del Banco, conservando ambas marcas su identidad y atributos.

En abril de 2019, Falabella acordó la venta de Viajes Falabella en Chile, Colombia, Perú y Argentina, más la licencia por uso de marca a Despegar. Junto con la venta se celebró un acuerdo comercial por 10 años entre Falabella Financiero y Despegar, que procura impulsar el uso de CMR en las plataformas de Despegar y potenciar el programa de lealtad CMR puntos. La venta se concretó en junio de 2019 en el caso de Chile, Perú y Argentina, y a fines de julio de 2019 en el caso de Colombia.

En abril del mismo año, se celebró una Junta Extraordinaria de Accionistas, donde se aprobó la modificación del nombre de la Sociedad a "Falabella S.A.", pudiendo usar como nombre de fantasía "Falabella".

En julio 2019, se abrió una nueva tienda Sodimac en Osasco, Sao Paulo, Brasil. Cuenta con una sala de ventas de aproximadamente 9.000 m<sup>2</sup>. Esta tienda pasa a ser la sexta tienda Sodimac en este país.

En agosto 2019, se abrió un nuevo supermercado Hiperbodega Precio Uno en Trujillo, Perú. Cuenta con aproximadamente 1.800 m<sup>2</sup> de sala de venta.

Durante el tercer trimestre de 2019, se continuó avanzando en la construcción de un ecosistema físico-digital y mejorando la propuesta de valor para clientes en las diferentes unidades de negocio:

- En Chile, se abrió el programa de lealtad, CMR Puntos, a cualquier medio de pago en Sodimac y en Falabella, como ya se había hecho en Tottus.
- En Linio, se aceleró la inversión en marketing, aumentando un 204% las descargas netas de apps y un 70% en visitas en la región. A su vez, se comenzó a ofrecer acceso al crédito a los sellers, avanzando en una propuesta atractiva para ellos.
- La red de click & collect corporativos superó los 125, se inauguró un nuevo centro de distribución en Lurin, Perú especializado en línea blanca que servirá a todos los formatos, y se completó la automatización para la operación omnicanal de uno de los centros de distribución de Sodimac en Chile.

En octubre de 2019 se inauguraron la HiperBodega Precio Uno Iquitos La Marina, con una sala de ventas de 2.000 m<sup>2</sup>, y HiperBodega Precio Uno Pucallpa Maestro, con 2.400 m<sup>2</sup>, alcanzando 21 tiendas operativas con este formato en Perú.

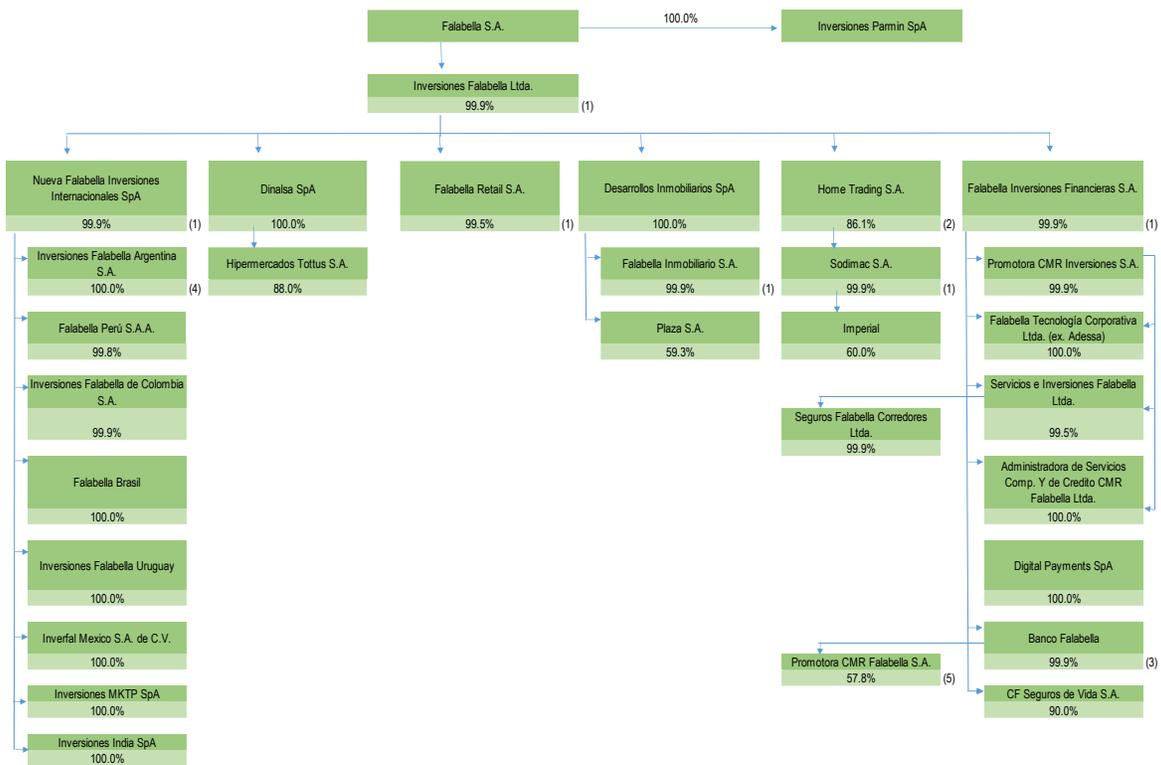
También en octubre de 2019, se inauguró en su primera etapa. Mallplaza Buenavista en Barranquilla, Colombia con una superficie de 58,000 m<sup>2</sup>. El centro comercial cuenta con el mayor Falabella del país.

A raíz de los acontecimientos ocurridos en Chile a partir del 18 de octubre de 2019, y las alteraciones al orden público a que ellos llevaron, ciertas tiendas, oficinas y centros comerciales de las filiales y formatos que operan en Chile sufrieron daños o afectaciones operacionales de diversa magnitud, que hicieron necesario suspender sus actividades de manera temporal y en algunos casos puntuales de forma permanente.

Adicionalmente, en octubre de 2019 se realizó el CyberMonday en Chile, destacando la participación de Linio y Falabella.com, alcanzando ventas un 25% superior al evento del año anterior. También mostrando un importante nivel de venta a través de los canales mobile, considerando que un 37% de las ventas se realizaron a través de smartphones. La tarjeta CMR se consolidó como el medio preferido de pago, concentrando más de un 70% de las ventas.

Para el cierre de diciembre de 2019, la red de click & collect corporativo superó los 135 puntos en tiendas.

A continuación, se presenta la Estructura Corporativa Resumida de los Negocios desarrollados por la Compañía a marzo de 2020:



## 2.2 Descripción del sector industrial

Falabella desarrolla su actividad comercial compatibilizando crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad en seis áreas de negocios principales:

1. Tiendas por departamento
2. Mejoramiento del Hogar
3. Supermercados
4. Servicios Financieros
5. Inmobiliaria
6. Marketplace

En Chile y Perú, Falabella opera a través de tiendas por departamento, mejoramiento del hogar, supermercados, servicios financieros, centros comerciales y marketplace. En Argentina, tiene presencia a través de sus negocios de tiendas por departamento, mejoramiento del hogar, negocio financiero y marketplace. En Colombia, lo hace a través de tiendas por departamento, mejoramiento del hogar, servicios financieros, centros comerciales y marketplace. En Brasil y Uruguay, la Compañía únicamente opera tiendas de mejoramiento del hogar; mientras que en México cuenta con tiendas de mejoramiento del hogar, servicio financiero y marketplace.

### 2.2.1 Tiendas por Departamentos

La industria de grandes tiendas nació en Chile a mediados del siglo XX, con locales que se fueron ampliando hasta abarcar las líneas de productos de una tienda por departamentos como la

conocemos hoy, en donde se ofrecen productos de vestuario, decoración, muebles, computación, artículos deportivos, electrónica, telefonía y línea blanca, y una serie de servicios tales como listas de novios, entre otros. En los últimos años, y con la masificación de internet, los consumidores han ido cambiando sus hábitos de compra, por lo que el foco de las tiendas por departamento ha sido facilitar la experiencia de compra de los clientes, ofreciendo una propuesta “omnicanal”, de modo que los clientes puedan acceder a sus productos a través de múltiples canales, especialmente digitales, además de la tienda física.

Falabella tiene una presencia importante en el mercado de tiendas por departamento en Chile, Perú, Argentina y Colombia.

En Chile, los principales actores de este mercado son Falabella, Paris, de Cencosud S.A., Ripley Chile S.A. (filial de Ripley Corp S.A.), Empresas Hites S.A. (Hites) y Empresas la Polar S.A. (La Polar), los cuales están orientados principalmente a los sectores socioeconómicos AB, C1a, C1b, C2, C3 y D de la población.

Otros grandes competidores de esta industria son las multitiendas y las cadenas de especialidad. El negocio de las multitiendas en Chile está conformado principalmente por ABCDin (de Ad Retail S.A.), Corona (Multitiendas Corona S.A), Tricot (Tricot S.A.) y Dijon (de Ad Retail S.A.). Este formato de tiendas se diferencia de las tiendas por departamento en la menor gama de productos que ofrecen en sus locales y por estar enfocadas a los segmentos socioeconómicos medio y medio bajo. Aunque normalmente operan más de un local, el volumen de ventas de estas tiendas es sustancialmente menor al de las tiendas por departamento.

Por último, las cadenas de especialidad centran su oferta de productos en torno a un uso, concepto específico o características comunes. En algunos casos funcionan a nivel nacional dentro de centros comerciales. Existe una amplia variedad de rubros, como, por ejemplo, electro hogar, vestuario, calzado, computación, ferretería, entre otros. Las principales cadenas son Forus, Komax, Zara, H&M y Forever 21 en vestuario y calzado.

En Chile, al cierre de diciembre de 2019, Falabella era el líder de esta industria en término de ventas, operando 47 tiendas con un total de 328.169 m<sup>2</sup>.

	<b>Falabella</b>	<b>Cencosud</b>	<b>Ripley</b>	<b>La Polar</b>	<b>Hites</b>
Ventas (CLP MM)	1.472.211	994.276	787.27	276.13	207.628
Número de tiendas	47	79	46	38	26
Superficie de ventas total (m <sup>2</sup> )	328.169	378.992	290.85	153.80	137.432
			7	0	

Fuente: información pública reportada por cada empresa a diciembre de 2019.

En Perú, Falabella era a diciembre de 2019 el líder en cuanto a ingresos de este mercado donde posee 29 tiendas con una superficie de 173.415 m<sup>2</sup>. Sus principales competidores son Ripley, con 28 tiendas, Cencosud, con 11 tiendas, y una serie de cadenas de especialidad, que venden desde ropa y electrodomésticos hasta artículos de decoración para el hogar. También compiten en este sector los hipermercados, dado el aumento considerable en las distintas categorías de productos que venden, y el mercado informal.

En Argentina, dado que en este país no existe otra tienda por departamentos, los principales competidores son cadenas de especialidad, tiendas de electrodomésticos y de decoración del hogar. También compite con los hipermercados, que han aumentado las categorías de productos que venden.

En Colombia, el concepto de tienda por departamento es relativamente nuevo, comenzando Falabella sus operaciones en noviembre del año 2006. Sus principales competidores son Almacenes Flamingo y tiendas especializadas como Los Tres Elefantes y Pepe Ganga, que venden desde ropa y electrodomésticos hasta artículos de decoración. También compiten con Falabella los supermercados e hipermercados, ya que han aumentado la diversidad en su oferta de productos, coincidiendo en varios de estos con los de las tiendas por departamentos.

### 2.2.2 Mejoramiento del hogar y construcción

Tradicionalmente, este negocio se realizaba en Chile principalmente a través de ferreterías y bodegas de distribución de materiales para la construcción. A partir de la segunda mitad de la década de 1980 comenzó a desarrollarse el concepto de cadenas de tiendas especializadas y centros de distribución. En este mercado se pueden distinguir tres segmentos: mejoramiento del hogar, reparación y mantención del hogar, y obras nuevas:

- Mejoramiento del hogar: Corresponde a la demanda de las personas (familias) por productos decorativos, accesorios y equipamiento para el hogar: menaje, textiles, accesorios de baño y cocina, temporada, muebles funcionales, cerámica decorativa y pisos, entre otros.
- Reparación y mantención del hogar: Los principales clientes corresponden a profesionales independientes, tales como maestros y pequeños contratistas, que realizan ampliaciones, reparaciones y mantención de hogares para terceros, así como dueños de casa que realizan en forma independiente estos trabajos para su propio hogar, más la demanda por productos para la ampliación, reparación y mantención del comercio y empresa.
- Obras nuevas: Corresponde a la demanda generada básicamente por grandes empresas constructoras para la ejecución de nuevos proyectos.

Falabella tiene una presencia importante en el mercado de mejoramiento del hogar en Chile, Perú, Argentina, Colombia, Brasil, Uruguay y México, operando en la región a través de sus marcas Sodimac Homecenter, Sodimac Constructor, Imperial, Homy, Dicico, Sodimac Dicico y Maestro.

A marzo de 2020, Sodimac contaba con 254 tiendas y más de 1.884.000 m<sup>2</sup> de superficie de ventas en la región, siendo la principal compañía comercializadora de materiales de construcción y artículos para el mejoramiento del hogar de Latinoamérica. Asimismo, Sodimac profundiza su presencia con sitios de e-commerce en cada país y portales dedicados a venta empresa, con una capacidad logística que contempla al cierre de diciembre de 2019, 17 centros de distribución y 8 centros de transferencias regionales.

En Chile, Sodimac compete con distintos actores en cada uno de los segmentos en que participa, desde grandes tiendas de materiales de construcción y mejoramiento del hogar, así como también con las ferreterías. Adicionalmente, existen otros competidores en productos de mejoramiento del hogar dentro de los cuales destacan todos los hipermercados, tiendas por departamento y de especialidad y, por último, proveedores que atienden directamente a clientes de empresas constructoras. El principal competidor de Falabella en este mercado es Cencosud S.A., a través de Easy, con 36 tiendas. Además, existen otros competidores como Construmart, MTS y Chilemat. El resto del mercado está en manos de medianos y pequeños ferreteros a lo largo del país, lo que hace de éste un mercado altamente fragmentado.

En Chile a , Sodimac es el líder de este mercado en término de ingresos. A través de Sodimac e Imperial, operaba 89 tiendas con una superficie total de 767.680 m<sup>2</sup>.

	<b>Sodimac/Imperial</b>	<b>Cencosud</b>
Ventas (CLP MM)	2.092.653	553.927
Número de tiendas	89	36
Superficie de ventas total (m <sup>2</sup> )	767.680	328.701

Fuente: información pública reportada por cada empresa

En Perú, la industria de mejoramiento del hogar está altamente fragmentada y se compone principalmente de pequeñas ferreterías, a pesar de que gran parte de la industria sigue operando en el mercado informal. El “canal moderno”, como se denomina a las tiendas de grandes superficies, sólo representa alrededor del 20% del mercado, cifra muy baja comparada con otros países de la región, por lo cual hay un gran espacio para el crecimiento y desarrollo de este mercado. Falabella opera en esta industria a través de sus tiendas Sodimac y Maestro, siendo a diciembre de 2019 el líder en cuanto a ingresos, con 55 tiendas y una superficie de 376.265m<sup>2</sup>.

En Argentina, la industria de mejoramiento del hogar también está caracterizada por una importante fragmentación del mercado. A diciembre de 2019, los dos principales actores son Falabella, a través de Sodimac, y Cencosud, a través de sus tiendas Easy y Blaisten, totalizando entre ellas 60 tiendas, de las cuales 9 son operadas por Falabella con una superficie total de 94.073 m<sup>2</sup> y las 51 restantes por Cencosud.

En Colombia, el mercado colombiano de mejoramiento del hogar se encuentra altamente fragmentado, con solo algunas ferreterías de gran tamaño. Falabella ingresó a este mercado en 1994, a través de un joint venture con el grupo Corona, teniendo a diciembre de 2019 el 49% de Sodimac Colombia, con 40 tiendas y una superficie total de 386.256 m<sup>2</sup>. El principal competidor en dicho mercado es Cencosud, que opera 10 tiendas a través de Easy, con un total de 82.320 m<sup>2</sup> a diciembre de 2019.

En Brasil, el mercado de mejoramiento del hogar se encuentra altamente fragmentado, y se estima que los 9 principales participantes tienen menos del 20% de participación en el mismo. Falabella entró a este sector en 2013, y en el segundo semestre de 2018 completó la adquisición del 100% de la propiedad de su filial Construdecor. La Compañía opera en Sao Paulo bajo las marcas de Sodimac Homecenter, Dico y Sodimac Dico, con un total de 53 tiendas y una superficie de 172.112 m<sup>2</sup> a diciembre de 2019.

### **2.2.3 Supermercados**

La industria de supermercados en Chile es el principal canal de distribución del comercio minorista. A pesar de que se ha caracterizado históricamente por ser una industria altamente fragmentada, en los últimos años ha tendido hacia la concentración, debido a que algunas cadenas han adquirido las operaciones de actores más pequeños.

Dentro de esta industria encontramos principalmente a los supermercados, que comercializan las categorías tradicionales de alimentos y productos de higiene, y los hipermercados, que tienen una mayor superficie y en donde es posible encontrar además una oferta ampliada de bienes durables básicos, línea blanca, vestuario, productos electrónicos y artículos para el hogar.

El segmento de supermercados cuenta con diversos competidores, entre ellos hipermercados, supermercados, tiendas de autoservicio y almacenes de barrio. Falabella tiene una presencia importante en el mercado de supermercados en Chile y Perú.

Falabella entró a este negocio en el 2004 con la adquisición de la cadena de supermercados San Francisco, operando a diciembre de 2019 69 tiendas bajo la marca Tottus en Chile. Los principales competidores en este mercado son Walmart, quien actúa mediante la marca Líder; Cencosud, que opera las marcas Jumbo y Santa Isabel; y SMU, que opera a través de Unimarc, Mayorista y OK Market.

Al cierre de diciembre de 2019, Tottus es el cuarto operador del mercado:

	<b>Tottus</b>	<b>Cencosud</b>	<b>SMU</b>	<b>Walmart</b>
Ventas (CLP MM)	750.665	2.819.744	2.294.755	N/A
Número de tiendas	69	247	513	384
Superficie de ventas total (m <sup>2</sup> )	224.901	591.853	552.485	N/A

Fuente: información pública reportada por cada empresa.

En Perú, a diciembre de 2019, el mercado de supermercados está compuesto por 3 grandes empresas, Falabella, Cencosud e Inretail, que operan tanto a través de hipermercados como supermercados. Esta industria es cada vez más atractiva y competitiva, dado que la penetración del canal formal en este país es relativamente baja.

Falabella entró a este mercado en el año 2002, abriendo su primera tienda en Lima. En los últimos años ha experimentado un gran crecimiento en el número de tiendas, y al cierre de diciembre de 2019 poseía un total de 77 tiendas y 264.368 m<sup>2</sup> de superficie entre supermercados e hipermercados bajo las marcas Tottus e Hiperbodega Precio Uno, siendo el tercer operador en cuanto a ingresos. Sus principales competidores son Cencosud e Inretail, que opera bajo distintas marcas y formatos.

## **2.2.4 Centros Comerciales**

Hasta principios de la década de 1980, gran parte de la actividad comercial en Chile se desarrollaba en los centros de las ciudades. A partir de entonces, esta situación ha ido cambiando en forma creciente y sostenida, trasladándose la actividad comercial hacia centros comerciales que aglomeran en un solo lugar una cartera de retailers y servicios que funcionan bajo una infraestructura común.

En un comienzo, el desarrollo de centros comerciales era periférico, en el sentido que las nuevas oportunidades de desarrollo de proyectos estaban estrechamente relacionadas a la expansión de las ciudades. Sin embargo, durante los últimos años este patrón de desarrollo ha ido cambiando, y la mayoría de los nuevos centros comerciales han sido construidos en zonas consolidadas con alta densidad poblacional. La razón fundamental para ello es que gran parte de las ventas se realizan a hogares ubicados en los alrededores de los mismos centros comerciales.

Falabella tiene una presencia importante en el mercado de centros comerciales en Chile, Perú y Colombia.

En Chile, Falabella opera en este mercado a través de Open Plaza y Mall Plaza, siendo sus principales competidores, Cencosud, Parque Arauco S.A., e Inversiones la Construcción S.A. (ILC), así como también strip centers, power centers, tiendas individuales de retail, y el comercio tradicional ubicado en las localidades donde están presentes los centros comerciales de la Compañía.

Al cierre de diciembre de 2019, Falabella es la empresa con mayor superficie arrendable dentro de este mercado en Chile.

	<b>Centros Comerciales</b>	<b>Superficie Arrendable (m<sup>2</sup>)</b>
Falabella (Plaza y Open)	26	1.593.000
Cencosud	33	1.240.110
Parque Arauco S.A	12	515.000
Ripley	3	43.916

Fuente: información pública reportada por cada empresa.

En Perú, este segmento está compuesto por centros comerciales operados por Falabella, a través de Mall Plaza Perú y Open Plaza; Interbank; Parque Arauco; Cencosud y Ripley. Este negocio es relativamente nuevo en Perú y la penetración de metros cuadrados de mall por cada mil habitantes es aún baja.

Al cierre de diciembre de 2019, Falabella es la segunda empresa con mayor superficie arrendable dentro de este mercado en Perú.

	<b>Centros Comerciales</b>	<b>Superficie Arrendable (m<sup>2</sup>)</b>
Falabella (Mall Plaza y Open Plaza)	14	519.000
Interbank (Real Plaza)	21	807.339
Parque Arauco S.A.	16	405.500
Cencosud	4	142.938
Ripley	3	156.680

Fuente: información pública reportada por cada empresa.

En Colombia, este negocio se encuentra poco desarrollado, siendo a diciembre de 2019 los principales actores Parque Arauco, con 4 malls y un total de 155.000 m<sup>2</sup>, Falabella, con 3 malls y 123.000 m<sup>2</sup> y Cencosud, con 2 malls y un total de 65.860m<sup>2</sup>.

### **2.2.5 Servicios Financieros**

La industria de banca y servicios financieros ha experimentado un fuerte crecimiento, debido al crecimiento de la economía, que se refleja en una mayor bancarización y demanda de créditos por parte de la población. Asimismo, la banca ha demostrado altos índices de eficiencia, altos niveles de capitalización y un adecuado manejo del riesgo, lo que en conjunto permitió sortear sin mayores sobresaltos la última crisis financiera global el año 2009.

Mediante el negocio de las tarjetas de crédito, las empresas de retail entraron a competir con la industria bancaria. Inicialmente, comenzaron por medio de financiamiento en cuotas, que permitía a sus clientes adquirir los bienes que ofrecían en sus distintas tiendas y formatos. Luego, este servicio se amplió al financiamiento a través de giros o avances de dinero en efectivo. Falabella entró al negocio de las tarjetas de crédito en Chile con la tarjeta CMR en 1980. Posteriormente, la Compañía desarrolló alianzas estratégicas con las marcas internacionales VISA y MasterCard, para que sus tarjetas pudieran operar en todos los comercios tanto dentro como fuera de Chile, con el objetivo de transformarlas en las preferidas de sus clientes.

A partir de 1998 y principios de la década del 2000, ingresaron al negocio bancario los principales operadores de retail, siendo Falabella la primera en entrar en Chile con Banco Falabella (1998),

seguido por Banco Ripley (2002) y Banco Paris (2004). Estas entidades nacieron orientadas a financiar operaciones de consumo de personas de los estratos C1, C2 y C3 de la población, principalmente clientes de las mismas tiendas Falabella, Ripley y Paris, respectivamente. Banco Falabella ha expandido sus operaciones en los últimos años hacia segmentos distintos de la población y ha ampliado también la oferta de sus servicios, dejando de ser únicamente un banco de consumo, para transformarse así en un banco con una variada oferta de servicios financieros.

Actualmente, la mayoría de los actores relevantes del retail han tendido a migrar sus tarjetas de crédito no bancarias al sistema bancario: Ripley integró su tarjeta a las operaciones del Banco Ripley; Cencosud vendió su negocio a Scotiabank Chile y formó un joint-venture con dicha institución; Walmart por su parte vendió su cartera de tarjetas de crédito Presto a Banco de Crédito e Inversiones. A la fecha de este prospecto, Hites, ABCDin y La Polar se mantienen como emisores de tarjetas no bancarias.

En diciembre 2018, Promotora CMR se integró a Banco Falabella como una filial y Sociedad de Apoyo al Giro bancario, de las contempladas en la Ley General de Bancos, conservando ambas marcas su identidad, atributos y canales de distribución, con la finalidad de consolidar el liderazgo de Falabella en el negocio financiero en el segmento de personas y potenciar su propuesta de valor con foco en la transparencia, conveniencia y simplicidad de uso. A marzo de 2020, Banco Falabella integrado con CMR es el mayor emisor de tarjetas de crédito en el mercado local, con un total de 2,78 millones de cuentas activas.

Actualmente, Falabella tiene presencia importante en la industria bancaria en Chile, Perú y Colombia. De igual modo, la tiene en Argentina, mediante su tarjeta de crédito CMR, y en México, a través de la tarjeta Falabella Soriana.

En Chile, los principales competidores de Banco Falabella son Banco Santander-Chile, Banco de Chile, Banco de Crédito e Inversiones, Itaú-Corpbanca y Scotiabank Chile, entre otros. Al cierre de diciembre de 2019, el Banco Falabella era el quinto banco más grande de Chile en término de créditos de consumo; en tanto Banco Falabella y CMR presentaban colocaciones por un monto aproximado de CLP 3.334.163 millones, con aproximadamente un 85% de las colocaciones totales correspondiente a créditos de consumo (en cuotas, líneas y tarjetas), representando una participación de mercado del 10,2% en este segmento.

En Perú, Banco Falabella inició sus operaciones en el año 2007 y tiene más de 1,1 millones de cuentas activas, siendo el mayor emisor de tarjetas de crédito de ese país. Sus principales competidores incluyen a Banco Ripley e Interbank. En el segmento de los créditos de consumo, al cierre de diciembre de 2019 Falabella es el sexto mayor banco y sus principales competidores son Banco de Crédito del Perú BCP, Interbank, BBVA Continental, Scotiabank y Crediscotia.

En Colombia, la Compañía opera el negocio bancario y de tarjetas de crédito a través de Banco Falabella Colombia. A fines de 2016, Banco Falabella Colombia y la cadena de supermercados mayorista Makro anunciaron una alianza para ofrecer servicios financieros, bajo la cual hoy se emiten las tarjetas CMR-Makro en Colombia. Al cierre de diciembre de 2019, Banco Falabella en Colombia posee más de 1 millón de cuentas activas y los principales competidores son Red Multibanca Colpatria, BBVA, Banco de Bogotá, Davivienda y Bancolombia

En Argentina, Falabella ofrece las tarjetas CMR y CMR MasterCard. Sus principales competidores son otros retailers que ofrecen sus propias tarjetas de crédito, como Tarjeta Mas Cencosud, Tarjeta Carrefour, TCI Coto, Fravega, Garbarino, Megatone y los bancos que emiten tarjetas de crédito VISA y MasterCard, entre otras.

## **2.2.6 Marketplace**

Con la masificación de las compras en línea, nació un modelo de negocio denominado “Marketplace”, el cual permite que todo tipo de negocios (como grandes marcas y PYMES) hagan disponible su stock de productos bajo una plataforma escalable que resuelve varias de las problemáticas de vender on-line, tales como la publicación de productos, el procesamiento de pagos y el despacho de los pedidos entre otros.

En los últimos 5 años, el modelo de marketplace se ha posicionado fuertemente en la venta on-line, debido a la posibilidad de ofertar millones de productos sin los límites a los cuales se ve sujeto el retail tradicional, tal como el espacio físico necesario en los showrooms y el capital de trabajo necesario para millones de productos en stock. A nivel internacional, los mayores exponentes de este modelo de negocio son Amazon y Alibaba, con ambas compañías posicionadas dentro de las 10 empresas de mayor capitalización bursátil del mundo.

El 1° de agosto de 2018, Falabella anunció la adquisición de Linio, una empresa de comercio electrónico que opera principalmente como un marketplace, en el que miles de vendedores venden sus productos a clientes de cada país a través de una plataforma en línea. A junio 2019, Linio tiene presencia en 5 países latinoamericanos y un equipo de más de 1.200 personas, Linio llega a un mercado potencial de 270 millones de personas distribuidas entre México, Argentina, Chile, Colombia y Perú.

La plataforma Linio orienta su tecnología hacia la auto atención, permitiendo que miles de vendedores y millones de clientes realicen transacciones de manera ágil, pero reguladas de acuerdo a términos y condiciones únicos que brindan seguridad y confianza tanto a los clientes finales como a los vendedores.

Linio pone a disposición de los clientes todos los métodos de pago masivos existentes en cada uno de sus mercados, incluyendo opciones como pago contra entrega y dinero pre-pagado, lo cual permite ofrecer sus servicios de comercio electrónico sin importar el nivel de bancarización del mercado.

Finalmente, Linio cuenta con un equipo ejecutivo con experiencia en comercio electrónico en los mercados donde opera.

Al cierre de marzo de 2020, Falabella generó un Gross Merchandise Value de CLP 239.136 millones, empujado por Linio, que creció un 57% respecto al mismo periodo del año anterior.

### **2.3 Actividades y negocios**

Falabella es una de las mayores y más completas plataformas de retail de América. Falabella se organiza en seis áreas de negocios: Tiendas por Departamento, Mejoramiento del Hogar, Supermercados, Servicios Financieros, Inmobiliaria y Marketplace. La Compañía ha logrado convertirse en uno de los principales operadores de comercio omnicanal de la región, en base a una innovadora plataforma de e-commerce, y a una extensa red de 514 tiendas, 43 centros comerciales, 284 sucursales bancarias y, al cierre de diciembre de 2019, 62 centros de distribución y transferencia. Esta estrategia le ha permitido a la empresa ofrecer los más diversos productos y servicios de sus distintas áreas de negocios a millones de clientes en la región.

A través de su larga historia, Falabella ha sido siempre una empresa centrada en el cliente y de esta forma ha ido cambiando y desarrollándose con el objeto de adaptarse a un consumidor que evoluciona en sus necesidades y hábitos.

La siguiente tabla muestra la situación de las tiendas y centros comerciales de Falabella a marzo de 2020:

	Marzo 2019		Marzo 2020	
	Superficie (m <sup>2</sup> )	Locales (#)	Superficie (m <sup>2</sup> )	Locales (#)
<b>Chile</b>				
Tiendas por Departamento	327.288	47	326.706	47
Mejoramiento del Hogar	777.277	90	764.403	88
Supermercados	219.202	67	228.711	70
<b>Perú</b>				
Tiendas por Departamento	173.369	28	178.326	29
Mejoramiento del Hogar	361.289	56	376.265	55
Supermercados	244.554	70	266.134	78
<b>Colombia</b>				
Tiendas por Departamento	180.399	26	190.604	26
Mejoramiento del Hogar	385.956	40	386.256	40
<b>Argentina</b>				
Tiendas por Departamento	57.082	10	56.890	10
Mejoramiento del Hogar	95.306	9	94.073	9
<b>Brasil</b>				
Mejoramiento del Hogar	163.748	53	172.112	53
<b>Uruguay</b>				
Mejoramiento del Hogar	24.849	3	24.849	3
<b>México</b>				
Mejoramiento del Hogar	34.610	3	67.284	6
<b>Total Locales</b>	<b>3.044.929</b>	<b>502</b>	<b>3.132.613</b>	<b>514</b>

	Marzo 2019		Marzo 2020	
	Superficie Arrendable (m <sup>2</sup> )	Centros Comerciales (#)	Superficie Arrendable (m <sup>2</sup> )	Centros Comerciales (#)
<b>Chile</b>				
Mallplaza	1.361.000	17	1.372.000	17
Open	200.000	9	212.000	9
<b>Perú</b>				
Mallplaza	207.000	3	207.000	3
Open	317.000	11	318.000	11
<b>Colombia</b>				
Mallplaza	76.000	2	122.000	3
<b>Total Inmobiliario</b>	<b>2.161.000</b>	<b>42</b>	<b>2.231.000</b>	<b>43</b>

Fuente: Falabella.

Las sinergias existentes entre las distintas áreas de negocio de la Compañía, junto a una administración profesional y experimentada, constituyen una importante ventaja competitiva que explica en gran parte el exitoso desarrollo de la Compañía y su reconocida posición de liderazgo. En su expansión internacional, Falabella ha replicado esta forma de hacer negocios, realizando las adaptaciones pertinentes.

Actualmente, el pilar de la estructura empresarial de Falabella lo constituyen sus negocios de retail (Falabella, Sodimac y Tottus), en los que principalmente ocurre el contacto con el consumidor, tanto de manera presencial como digital. Sus tiendas cuentan con una excelente infraestructura física, con buena ubicación, accesos y ambientación, además de una fuerza de venta capacitada con orientación al servicio. Los productos ofrecidos en las tiendas son adquiridos a través de todo el mundo por un equipo de profesionales con experiencia y conocimiento de las preferencias del consumidor. Asimismo, el canal online de estos formatos ha aumentado su relevancia en el tiempo.

Un elemento clave en la estrategia de Falabella es entregar apoyo logístico, financiero y administrativo a su infraestructura comercial (manejo de inventarios, sistemas, etc.). Lo anterior, va unido a una estrategia comunicacional que procura reforzar el posicionamiento de Falabella como líder en productos, la amplitud de surtidos, calidad de servicio y buenas condiciones crediticias.

La Compañía participa también en el negocio financiero a través de CMR y Banco Falabella. En Chile lo hace a través de estos dos formatos, siendo CMR el mayor emisor de tarjetas de crédito en el mercado nacional. En Argentina, participa a través de CMR, en Perú a través del Banco Falabella, en Colombia a través de Banco Falabella y a partir de 2017, en México mediante un joint-venture con Organización Soriana, S.A.B. de C.V. (Soriana). Desde el año 2010 CMR abrió su usabilidad a comercios fuera de las empresas Falabella al establecer alianzas con VISA en Perú y Chile.

Banco Falabella entrega productos de crédito de consumo e hipotecario, así como también cuentas corrientes, cuentas vista y distribución de fondos mutuos. La gestión del Banco –con adecuados indicadores de rentabilidad, eficiencia y riesgo- ha sido en gran parte posible gracias a su equipo comercial y administrativo, la posibilidad de aprovechar sinergias de la marca Falabella y la afinidad con las tiendas del Grupo, la cercanía a los clientes y la experiencia en la administración y desarrollo del negocio crediticio.

Falabella participa también en la operación, administración y desarrollo de centros comerciales. A marzo de 2020, Falabella cuenta con 26 centros comerciales en Chile, 14 en Perú y 3 en Colombia.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con una importante capacidad propia de manufactura de vestuario masculino y femenino. Lo anterior le permite sustentar la estrategia de combinar en su oferta de productos de marcas líderes con marcas propias, asegurándose de contar con vestuario de calidad, adecuado a las preferencias de los consumidores locales. Esta capacidad de manufactura propia, en ciertos segmentos, permite un manejo de inventario más eficiente y una mayor capacidad de respuesta ante cambios en la demanda.

A nivel consolidado, las ventas de Falabella acumuladas a marzo de 2020 alcanzaron los CLP 2.238.709 millones, lo que representa una disminución del 0,6% respecto al mismo periodo del año anterior. El EBITDA<sup>1</sup> y la utilidad acumulada alcanzaron CLP 211.498 millones y CLP 16.875 millones respectivamente para el mismo periodo, lo que representa una disminución del 24,3% y 76,0% con respecto al año anterior, respectivamente.

### **2.3.1 Áreas de Negocios**

Falabella participa a través de sus filiales en una serie de negocios.

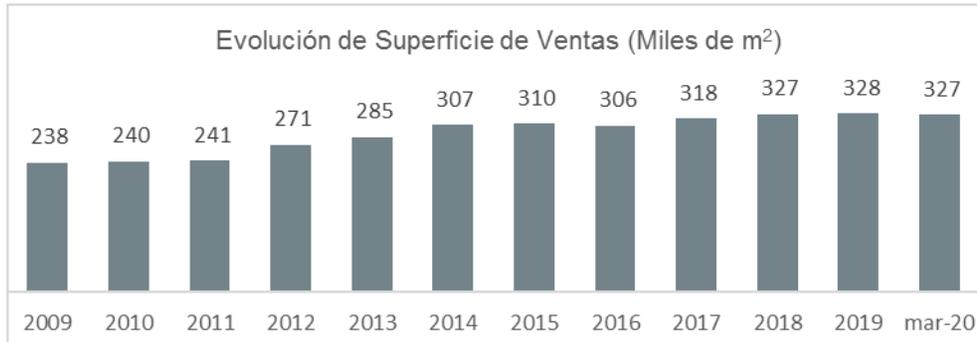
#### **2.3.1.1 Tiendas por Departamento en Chile**

Falabella Retail S.A. es la principal cadena de tiendas por departamento del país, teniendo presencia tanto a través de tiendas físicas como online, donde comercializa principalmente productos para uso personal y del hogar. Dicha filial administra directamente las áreas comerciales, financieras y operativas relacionadas a las tiendas, además de realizar las compras de mercadería y administrar los centros de distribución y abastecimiento de estas.

Al cierre de marzo de 2020 Falabella Retail S.A. contaba con 47 tiendas, con una superficie total de ventas de 326.706 m<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> EBITDA: Resultado Operacional + Depreciación del ejercicio + Amortización de intangibles



Fuente: Falabella

El objetivo principal de Falabella Retail S.A. es ofrecer productos de calidad internacional a precios altamente competitivos, presentando un surtido de productos y una experiencia de compra omnicanal que satisfaga las necesidades del cliente.

Los productos ofrecidos por las tiendas de Falabella Retail S.A. se dividen en múltiples categorías, como vestuario, y calzado, artículos de belleza, artículos electrónicos y electrodomésticos, muebles y accesorios de decoración, contando para esto con marcas propias, como por ejemplo: “Americanino”, “Newport”, “University Club”, “Yamp”, “Sybilla”, “Basement”, “Wurden” y “Recco” entre muchas otras. También cuenta con la licencia de marcas exclusivas, tanto internacionales como locales, como por ejemplo: “Mango”, “Aldo”, “Clarks”, “Warehouse”, “Desigual”, “MAC Cosmetics”, “Benefit”, “Kiehls”, “La Martina”, “Inglot” y “Longchamp Paris” entre otras.

En los últimos años el canal de ventas online ha tendido a crecer de manera significativa. Falabella busca ofrecer una experiencia de venta integrada y sin fricciones entre todos sus canales, razón por la que ha equipado sus tiendas con mayor tecnología y personal de ventas capacitado. A su vez, todas las tiendas cuentan con Wi-Fi gratis, y áreas dedicadas al click and collect, que permite a los clientes recoger las compras realizadas online, de manera gratuita y en las mismas tiendas.

La estrategia de Falabella considera una fuerte integración entre las tiendas por departamento y otras áreas de negocios que complementan y potencian su actividad. Una de estas áreas es la de servicios financieros, en la que el otorgamiento de crédito a clientes es un importante motor de las ventas. Con el propósito de simplificar la experiencia del usuario en el canal online, los clientes CMR pueden finalizar sus procesos de compra a través de la pasarela de pagos desarrollada por el negocio financiero, permitiéndoles pagar la compra “con un solo click”. A marzo de 2020, las ventas efectuadas con la tarjeta CMR representaron alrededor del 45,9% del total de ventas de las tiendas Falabella en Chile.

A marzo de 2020, las ventas acumuladas de Falabella Chile disminuyeron un 15,6% con respecto al mismo periodo del año anterior.

### **2.3.1.2 Mejoramiento del Hogar y Construcción en Chile**

Falabella participa en la industria del mejoramiento del hogar y materiales de construcción a través de Sodimac, en sus formatos Homecenter Sodimac, Sodimac Constructor, Imperial y Homy. Al cierre de marzo de 2020 Falabella contaba con 88 locales de mejoramiento del hogar en Chile, con una superficie total de ventas de 764.403 m<sup>2</sup>. Sodimac cuenta además con un sitio de e-commerce y un portal de ventas electrónico dedicado a venta a empresas.

Las tiendas Homecenter Sodimac ofrecen una amplia variedad de productos y servicios, destinados al equipamiento, renovación, remodelación y decoración, y se orientan principalmente a familias que buscan mejorar sus hogares. Sodimac Constructor se enfoca en los profesionales, trabajadores especializados por cuenta propia (“maestros”) y contratistas que buscan materiales de construcción y productos de ferretería a los mejores precios. Imperial es un formato especializado en el rubro de mueblistas y maderas. Homy procura recrear una diversidad de espacios del hogar, con una propuesta vivencial de diseño y decoración.

La propuesta comercial de Sodimac ofrece más de 40 mil productos entre las áreas de construcción, maderas, papeles, cerámicas, decoración, electricidad, cocina, baños, muebles (entre los que se incluye la línea “Hágalo Ud. mismo” de productos para armar), seguridad, camping, jardinería, mascotas y ferretería. Adicionalmente, Sodimac presta diversos servicios a sus clientes entre los que se incluyen asesoría en el funcionamiento, utilidad y uso de los productos, despacho a domicilio y arriendo de herramientas entre otros.

Con fecha 17 de mayo de 2018, Falabella S.A. firmó un memorándum de entendimiento con Inter IKEA Systems. B.V., propietaria del Concepto IKEA y de la franquicia mundial, para el desarrollo de las primeras tiendas IKEA en Sudamérica. El acuerdo contempla la apertura de al menos 9 tiendas en Chile, Colombia y Perú en los próximos 10 años, junto con el desarrollo del canal online para los tres países. La inversión estimada es de USD 600 millones y se espera que la primera de estas tiendas se abra en la ciudad de Santiago, y posteriormente en Bogotá y Lima.

A marzo de 2020, las ventas acumuladas de Sodimac Chile decrecieron un 7,6% y las ventas, considerando los mismos locales (*Same Store Sales* o “SSS”), un 5,1% nominal, en ambos casos en comparación a la misma fecha del año anterior.

La clasificación de riesgo de Sodimac en Chile es de AA(cl)- según Fitch Ratings y AA+ con perspectiva establesegún Humphreys.

### **2.3.1.3 Supermercados en Chile**

Falabella ingresó al mercado de los supermercados en Chile el año 2004, con la adquisición de Supermercados San Francisco, inaugurando el primer Tottus el año 2005. Actualmente, todos los supermercados de Falabella operan bajo la marca Tottus. Durante los últimos años se ha llevado a cabo un importante plan de crecimiento orgánico, alcanzando a marzo de 2020 un total de 70 locales en Chile.

A marzo de 2020, las ventas acumuladas de los Supermercados de Falabella en Chile disminuyeron en un 0,0% en comparación al año anterior, y las ventas considerando los mismos locales (*Same Store Sales* o “SSS”) aumentaron un 5,3% nominal.

### **2.3.1.4 Negocio Inmobiliario en Chile**

Falabella ingresó al negocio de los centros comerciales el año 1990, en el marco de la estrategia de desarrollar su negocio de tiendas por departamento. La Compañía participa en dicha área en Chile a través de Plaza S.A. (Mall Plaza), principal operador y administrador de centros comerciales regionales, y de Falabella Inmobiliario y Open Plaza, que posee, opera y administra power y shopping centers.

#### ***Mall Plaza***

La experiencia en el negocio comercial acumulada por Falabella junto al aporte de socios independientes y un preparado equipo administrativo, explican en gran parte la exitosa evolución de Mall Plaza. A su vez, el desarrollo de este negocio ha tenido el sello característico de Falabella, con

un fuerte crecimiento, innovación, enfoque en el consumidor, y una constante ampliación de los productos y servicios ofrecidos, que busca anticiparse a la competencia y a las necesidades de sus clientes.

A marzo de 2020, esta área de negocios consistía en un grupo de 17 centros comerciales a lo largo del país, con una superficie arrendable aproximada de 1.372.000 m<sup>2</sup>.

Mall Plaza cuenta con una serie de servicios y productos anexos, tales como centros médicos, Autoplaza (servicios para el automóvil), centros de entretenimiento y cultura (cines, bowling, etc.) y Terrazas (conjunto de restaurantes) entre otros. Desde hace varios años algunos centros comerciales cuentan con centros de educación superior, lo que tiene además un impacto positivo en el número, frecuencia y duración de las visitas.

Las ventas de Mall Plaza generaron acumulado a marzo de 2020 ingresos por CLP 74.415 millones, un 3,6% menos que el mismo período del año anterior.

### ***Falabella Inmobiliario***

Falabella Inmobiliario juega un rol fundamental en el plan de expansión de Falabella en Chile, no solamente por tener la responsabilidad de comprar los terrenos y construir los nuevos locales de cada *retailer*, sino porque es el vehículo a través del cual se canalizan los intereses de todas las unidades de negocios de la Compañía para darle forma a su expansión en relación a nuevas aperturas. En este contexto, Falabella Inmobiliario al cierre de marzo 2020, posee, opera y administra 9 power y shopping centers donde se ubican tiendas ancla del Grupo, además de arrendar locales a terceros. Adicionalmente, en 2015 se construyó para Falabella el Hotel Courtyard by Marriott, operado a través de Marriot International, incorporando así un nuevo formato a su portfolio de inversiones inmobiliarias.

Falabella Inmobiliario elabora propuestas de nuevos formatos, nuevas relaciones entre productos, distribución de productos y atención al cliente, entre otras.

Adicionalmente, a través de sus filiales, Falabella S.A. es dueña de aproximadamente 212.000 m<sup>2</sup> de superficie arrendable en ubicaciones free-standing de Falabella, Sodimac, Tottus, Maestro y otros espacios.

### **2.3.1.5 Servicios Financieros y Otros Servicios en Chile**

#### ***Servicios Financieros***

Falabella participa en la industria de los servicios financieros a través de su tarjeta de crédito CMR, administrada por Promotora CMR Falabella S.A., Banco Falabella, Seguros Falabella Corredores Limitada y CF Seguros de Vida S.A.

#### **BANCO FALABELLA**

Banco Falabella opera en Chile desde 1998, dirigido principalmente al nivel socioeconómico medio de la población, donde la marca Falabella está fuertemente posicionada, y cuenta con un extenso conocimiento del negocio del crédito. Para atender a este gran segmento, el Banco cuenta con 187 sucursales y una red propia de 397 cajeros automáticos en Chile al cierre de marzo de 2020, ubicadas dentro y fuera de las tiendas Falabella, Sodimac y Tottus, teniendo así presencia integral en todas las ciudades donde opera la Compañía y atendiendo en horario de tienda, dentro de lo que permite la normativa vigente. Banco Falabella se ha focalizado en potenciar la Banca de Personas

o “banca retail”, ofreciendo un servicio integral y acercando a sus clientes a la oferta de bienes y servicios Falabella.

A marzo de 2020, las colocaciones brutas del Banco alcanzaban un monto de CLP 3.854.391 millones, de las cuales un 85% correspondían a créditos de consumo (en cuotas, líneas y tarjetas), representando una participación de mercado del 10,1% en este segmento.



Fuente: Falabella

A marzo de 2020, el índice de riesgo de crédito<sup>2</sup> de la cartera de consumo de Banco Falabella fue de 3,4% el cual es superior al 2,5% que mostró el sistema completo, debido a que el 84,7% de las colocaciones de Banco Falabella corresponden a créditos de consumo, a diferencia de la mayoría de los bancos comerciales, donde el consumo representa una parte menor del total de sus colocaciones. Además, es importante resaltar que la cartera renegociada de Banco Falabella a marzo de 2020 es de 6,96%, mientras que la industria tiene un promedio de 8,14%.

La clasificación de riesgo de Banco Falabella en Chile es de AA(cl) y N1+(cl) para sus obligaciones de largo plazo y corto plazo, respectivamente según Fitch Ratings y AA con perspectiva estable según Feller-Rate.

Desde los comienzos del Banco, una fuente de diversificación de los ingresos ha sido el desarrollo de nuevos productos que complementan la oferta de créditos de consumo tradicionales, tales como los créditos hipotecarios y los créditos universitarios. El Banco además ofrece a sus clientes cuentas corrientes, cuentas de ahorro, inversiones y fondos mutuos, entre otros.

El nivel de eficiencia del Banco se basa en un marketing focalizado, economías de escala y sinergias con el negocio *retail* de Falabella, para permitirle entregar productos a precios competitivos, a la vez que mitigar el riesgo en momentos de menor actividad.

En diciembre 2018, Promotora CMR Falabella S.A. se integró a Banco Falabella como una filial y Sociedad de Apoyo al Giro bancario bajo la Ley General de Bancos, conservando ambas marcas su identidad, atributos y canales de distribución, con la finalidad de consolidar el liderazgo del negocio financiero en el segmento de personas y potenciar su propuesta de valor con foco en la transparencia, conveniencia y simplicidad de sus operaciones.

Con este proceso de integración de Promotora CMR al Banco, los clientes de cada uno de ellos mantuvieron sus condiciones contractuales, teniendo la posibilidad de acceder a mejores productos

<sup>2</sup> Corresponde a provisiones/colocaciones. Fuente: CMF - Principales Activos Consolidados por Instituciones II al mes de marzo de 2020.

y beneficios; y a una oferta más conveniente con mejores condiciones de crédito, una experiencia de servicios simple a través de canales digitales y físicos, y una red de atención de 193 sucursales desde Arica a Punta Arenas.

En la actualidad, Banco Falabella, a través de CMR Falabella, permite efectuar compras, pagar servicios o suscribir pagos automáticos de cuentas en los comercios afiliados con CMR, como los de la Compañía y otros no relacionados. El acuerdo que mantienen ambas entidades con VISA y Mastercard permite que la red de comercio de estas tarjetas pueda ampliarse a todas las ubicaciones que operen con Transbank, VISA Internacional o Mastercard Internacional, VISA Platinum y Signature.

Banco Falabella con CMR se mantiene como líder entre las tarjetas de crédito no bancarias y bancarias, con más de 2,78 millones de cuentas activas en Chile a marzo de 2020..

El porcentaje de ventas que se realizan con tarjeta CMR por negocio a marzo de 2020 es el siguiente:

Ventas Efectuadas con CMR Mar-20	Ventas Totales por Negocio en Chile %
Falabella	45,9%
Sodimac	24,4%
Tottus	15,9%

Fuente: Falabella

La adecuada administración de riesgo de la cartera de clientes de CMR, junto a su eficiente índice de costos operativos y su sólida posición financiera, se sustentan en la experiencia de su administración y de un fuerte respaldo operativo y tecnológico, para ofrecer mejores condiciones crediticias a sus clientes.

A partir del 1° de enero de 2018, CMR Falabella calcula las provisiones en base a la normativa contable IFRS9, la que utiliza modelos basados en pérdida esperada, y consiste en aplicar parámetros de estimación de pérdida a la cartera (probabilidad de incumplimiento y pérdida desde el incumplimiento). La metodología utilizada divide a la cartera en tres estados, según el comportamiento del cliente:

- Categoría 1: Cliente sin incremento significativo de riesgo. En esta categoría se reconoce la porción de pérdida crediticia esperada generada de posibles sucesos de incumplimiento como máximo hasta los 12 meses siguientes.
- Categoría 2: Clientes con incremento significativo de riesgo. En esta categoría se reconoce la porción de pérdida crediticia esperada generada de posibles sucesos de incumplimiento por toda la vida remanente del instrumento financiero.
- Categoría 3: Clientes en incumplimiento. En esta categoría se reconoce la porción de pérdida crediticia esperada generada de posibles sucesos de incumplimiento por toda la vida remanente del instrumento financiero.

Por otro lado, el plazo promedio de los créditos a diciembre de 2019 es de 11 meses para Avances y de 31 meses para Súper Avances, mientras que la venta crédito fue de casi 76.000 millones para Avances y casi 158.000 para Súper Avances.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Avance es dinero en efectivo que se puede sacar del cupo de la tarjeta de crédito, mientras que Súper Avance es un cupo adicional al cupo de compras de la tarjeta.. No incluye consumo Banco Falabella que cuenta con una venta de 115m millones acumulado a Marzo y un plazo promedio de 39 meses

A marzo de 2020 la utilidad de Banco Falabella alcanzó la suma de CLP 36.098 millones, 32,5% inferior a igual periodo del año anterior, considerando el resultado integrado de Banco Falabella Chile con su filial Promotora CMR Falabella S.A.

## SEGUROS FALABELLA CORREDORES

Seguros Falabella Corredores Limitada es una corredora de seguros líder en el mercado de los seguros para personas. Ofrece a sus clientes una selección de los mejores productos disponibles en el mercado en los ramos de Auto, Hogar, Salud y Vida, entre otros. Al cierre de marzo de 2020, acumula un stock de más de 6,2 millones de pólizas vigentes en Chile y aproximadamente 11 millones de pólizas vigentes a nivel regional, un 1,8% y un 2,2% mayor a igual periodo del año pasado, respectivamente.

### CF SEGUROS DE VIDA

El objetivo de CF Seguros de Vida S.A. es complementar la oferta integral de productos financieros, alineados con los valores de la marca Falabella, de facilitar la vida de nuestros clientes y entregarles una oferta de productos cada vez más convenientes y transparentes. Esta empresa, que nace de la alianza entre Falabella Inversiones Financieras S.A. -filial de Falabella- y la compañía de seguros BNP Paribas Cardif, Seguros de Vida S.A., inició formalmente sus operaciones comerciales en enero de 2016.

CF Seguros de Vida S.A. comercializa dos líneas de negocio principales: Seguros de Vida y Seguros de Desgravamen, por medio de los canales de venta de Promotora CMR y Banco Falabella.

#### **2.3.1.6 Negocio de Marketplace**

Dentro de su estrategia de fortalecimiento del comercio electrónico, con fecha 1 de agosto de 2018 Falabella S.A. adquirió el 100% de la propiedad de Linio, uno de los principales operadores de marketplace en la Región, por un valor de USD 138 millones.

A la fecha de adquisición de Linio, este operaba en ocho países, y registraba al cierre de 2017 una venta anual de US\$ 137 millones (net merchandise value), con una presencia relevante en México, Colombia, Perú, Argentina y Chile, además de tener oficinas en EE.UU. y China. Linio es una marca reconocida con una importante base de clientes, cuenta con un equipo de gran experiencia en el formato de marketplace, y posee una plataforma tecnológica probada en la que un gran número de empresas venden sus productos.

En enero de 2019, Linio comenzó el proceso de cierre de sus operaciones en Ecuador y Panamá, los que solo permanecerían abiertos y en servicio con la finalidad de liquidar inventario y dar seguimiento a las transacciones realizadas a la fecha, respetando los compromisos adquiridos con los clientes. Esta decisión se enmarcó dentro de la estrategia de enfocar los esfuerzos de Linio en aquellos países en que cuenta con capacidades estratégicas que permiten potenciar la propuesta de valor de su plataforma de Marketplace. Linio mantendrá la propiedad de la marca en estos dos países.

#### **2.3.1.7 Operaciones Internacionales**

A principios de la década de 1990 y motivado por su éxito en Chile, junto a las enormes potencialidades de los mercados de los países vecinos, Falabella comenzó su etapa de

---

internacionalización, primero con el ingreso al mercado argentino, luego a Perú, más adelante Colombia, Brasil, Uruguay y, por último, México.

Tanto en Argentina, Perú y Colombia se ha buscado replicar una estructura de negocios similar a la que existe en Chile, es decir, potenciar como negocio central a la venta minorista, apoyada en negocios complementarios que el cliente demanda en su decisión de compra, como el acceso a créditos a través de la tarjeta CMR. Sin embargo, dadas las condiciones propias de cada mercado, las diferentes realidades macroeconómicas y el origen disímil de sus tiendas, Falabella ha adecuado su estrategia a cada país, tanto en lo que se refiere al negocio de retail, financiero como al de centros comerciales y negocios complementarios.

A marzo de 2020, los ingresos acumulados de los negocios internacionales que consolidan (Argentina, Colombia, Perú, Brasil, Uruguay y México), representó un 41,6% del ingreso total consolidado de Falabella S.A., llegando a CLP 930.452 millones.

### **Argentina**

En 1993, advirtiendo el potencial del mercado argentino, las oportunidades de negocio que se presentaron - entre ellas la participación en un mall en la ciudad de Mendoza – y la cercanía geográfica, entre otros, llevaron a la decisión de instalar la primera tienda Falabella en la ciudad de Mendoza. Esto la convirtió en la primera cadena de tiendas por departamento en penetrar el mercado argentino. Posteriormente, Falabella ha abierto 9 tiendas más en ese país bajo la marca Falabella y 9 tiendas bajo la marca Sodimac, además de un centro de distribución en la ciudad de Buenos Aires. En la actualidad, Falabella está presente en el mercado argentino a través de su tienda por departamentos, Sodimac, la tarjeta CMR y servicios de seguros.

Las 10 tiendas por departamento de Falabella en Argentina suman en total 56.890 m<sup>2</sup> de superficie de ventas, y se suman a las 9 tiendas de Sodimac con 94.073 m<sup>2</sup> de sala de ventas. En éstas se ofrece un mix de productos seleccionados específicamente para el mercado argentino, en condiciones de precio y crédito adecuadas a la realidad actual del país.

En lo que se refiere al crédito, a marzo de 2020 CMR tiene más de 361 mil cuentas activas y colocaciones brutas por ARS 4.489 millones. Las ventas efectuadas con CMR como porcentaje de ventas totales de Falabella y Sodimac Argentina ascienden a 15,9%. Existe a marzo de 2020 un stock de más de 435 mil pólizas vigentes administradas en el negocio de Seguros Falabella en Argentina.

Las ventas consolidadas en Argentina alcanzaron acumuladas a marzo de 2020 los CLP 79.690 millones, las cuales representan una disminución del 5,1% con respecto al mismo periodo del año anterior, explicado principalmente por una fuerte depreciación del peso argentino.

### **Perú**

Falabella ingresó a Perú en 1995, con la compra de la cadena local de tiendas por departamento SAGA, de amplio reconocimiento local, la que contaba con dos locales en la ciudad de Lima.

Con el ingreso de Falabella, la nueva Compañía, que opera con la marca SAGA Falabella, reforzó su posición competitiva y a través de una eficiente integración con la matriz ha logrado un importante posicionamiento y liderazgo en el mercado local, lo que la dejó en excelente posición para aprovechar el crecimiento de la economía peruana de los últimos años. Un factor primordial para el éxito de SAGA Falabella ha sido el conocimiento del mercado por parte de los socios locales de SAGA.

SAGA Falabella ha trabajado para consolidarse como la principal cadena de tiendas por departamento de Perú con aperturas en las ciudades de Lima, Piura, Arequipa, Callao, Chiclayo, Trujillo, Pucallpa, Cajamarca, Chimbote, Cañete e Iquitos, contando a marzo de 2020 con 29 tiendas.

En 2002 Falabella abrió su primer hipermercado en la ciudad de Lima bajo la marca Tottus, lo que representó el primer paso del ingreso de la Compañía a esta línea de negocios.

Posteriormente, en el año 2004 Sodimac realizó su segunda incursión en el extranjero y abrió su primera tienda en Lima.

En el año 2007 se obtuvo la licencia de Banco Falabella Perú (antes Financiera CMR) y se firmó la asociación entre Falabella Perú, Ripley y Mall Plaza para la constitución de Aventura Plaza.

En septiembre del año 2014 Sodimac Perú adquirió Maestro, cadena de mejoramiento del hogar, que contaba con 30 tiendas a dicha fecha. Ese mismo año Tottus abrió su primera tienda Hiperbodega Precio Uno, que privilegia la conveniencia en los precios ofreciendo un surtido de productos focalizado en no perecibles.

En diciembre de 2015 se inauguró el centro de distribución de productos frescos de Tottus Perú, con 17.000m<sup>2</sup> de superficie, que se suma a los más de 34.000m<sup>2</sup> del Centro de Distribución, de productos secos, inaugurado a fines del 2014 en Lima.

También en diciembre de 2015, se inició un proceso de división de Aventura Plaza S.A., el cual concluyó el 6 de julio de 2016. Con esto Falabella S.A., a través de sus filiales Falabella Perú S.A.A. y Plaza S.A., pasó a controlar y a consolidar los centros comerciales Bellavista, Trujillo y el proyecto Cayma en Perú.

En octubre de 2016, Inversiones Inverfal Perú SpA, filial de Falabella S.A., compró el 5,55% de Falabella Perú S.A.A., a través de una oferta pública en la Bolsa de Valores de Lima. Como resultado, Falabella S.A. controla, directa e indirectamente, el 99,76% de las acciones de Falabella Perú S.A.A.

En agosto 2018 se modificó la razón social de Maestro a Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A., sociedad que absorbió por fusión a Sodimac Perú S.A. con efecto a partir del 1 de enero de 2019.

Los últimos años han sido de un importante crecimiento en el volumen de negocio de Falabella en Perú, con numerosas aperturas tanto en Lima como en provincias, consolidando de esta forma su liderazgo en los sectores donde opera.

A marzo de 2020 Falabella tiene en Perú 29 tiendas por departamento, 55 tiendas de mejoramiento del hogar y 78 supermercados, con una superficie total de ventas de 820.725 m<sup>2</sup>. Además, Open Plaza posee 11 *power centers* con un total de 318.000 m<sup>2</sup> de superficie arrendable. Mall Plaza Perú, por su parte, posee 3 *malls*, con un total de 207.000 m<sup>2</sup> de superficie arrendable.

Las ventas de Perú consolidadas acumuladas a marzo de 2020 fueron CLP 624.485 millones, un 11,4% mejor que al mismo periodo del año anterior. Un 35,4% del total de las ventas realizadas fueron hechas con la tarjeta CMR. Asimismo, el Grupo cerró el mismo mes aproximadamente 2,9 millones de pólizas de seguro vigentes.

Las colocaciones brutas de Banco Falabella en Perú a marzo de 2020 fueron de PEN 3.299 millones y posee más de 1,0 millones de tarjetas con saldo.

La clasificación de riesgo a de los Bonos Corporativos de Inverfal Perú es de AA+(pe) por Class y AA por Moody's, la deuda por Bonos Corporativos del Banco Falabella Perú, es de AA(pe), AA-(pe)

y AA, mientras que sus Depósitos de Corto Plazo cuentan con una clasificación de CP-1(pe), EQL 1(pe) y CLA-1+, otorgadas por las clasificadoras de riesgo Apoyo y Asociados Internacionales (asociado a Fitch Ratings), Moody's y Class respectivamente. Por otro lado, SAGA Falabella cuenta con clasificación AA+(pe) y AA-(pe) con perspectiva negativa para sus Bonos Corporativos otorgados por Apoyo y Asociados Internacionales y Moody's, respectivamente. Los Bonos Titulizados de Atocongo- Trujillo de Open Plaza cuentan con clasificación AA(pe) por Moody's y Class.

### **Colombia**

La presencia de Falabella en Colombia corresponde a un *joint-venture* que la filial Inversiones Falabella Colombia tiene con el grupo local Corona. Falabella tenía una participación de 35% en Sodimac Colombia, la que fue incrementada posteriormente a 49%. El año 2005 este *joint-venture* fue extendido a la tarjeta CMR y tiendas por departamento, negocios en los cuales Falabella posee el 65% de participación y el grupo Corona el restante 35%.

Respecto a tiendas por departamento, a fines de 2008 se dio un paso importante en dicho país con la incorporación de las tiendas Casa Estrella, que permitió consolidar y mejorar notablemente la presencia de la Compañía en el mercado colombiano desde su ingreso a fines de 2006.

En noviembre del año 2015 se puso en marcha el nuevo centro de distribución de Sodimac Colombia, con una superficie de más de 68.000m<sup>2</sup>.

Ambos negocios a marzo de 2020 tenían 26 tiendas por departamento (190.604 m<sup>2</sup>) y 40 tiendas de mejoramiento del hogar (386.256 m<sup>2</sup>), sumados a las más de 1,0 millones de cuentas activas del Banco Falabella Colombia con colocaciones brutas por COP 3.831.618 millones y a la administración de más de 1,4 millones de pólizas de seguro vigentes.

En el año 2011, Falabella entró en el negocio inmobiliario en el mercado colombiano a través de su filial Mall Plaza Colombia.

A marzo de 2020, la Compañía cuenta con tres centros comerciales que suman una superficie arrendable de 122.000 m<sup>2</sup> aprox.

Las ventas consolidadas en Colombia a marzo de 2020 fueron de CLP 144.023 millones, lo cual muestra un crecimiento de 8,0% respecto al mismo periodo del año anterior. Por su parte, a marzo de 2020, un 21,1% de las ventas de Falabella y Sodimac Colombia se realizaron con la tarjeta CMR.

### **Brasil**

El ingreso de Falabella a Brasil ocurre el 2013 a través de la compra del 50,1% de la empresa de Mejoramiento del hogar Construdecor que opera tiendas bajo el nombre Dicico. Esta operación permitió ingresar al principal mercado de América Latina, a través de una cadena de mejoramiento del hogar con fuerte presencia en la región de Sao Paulo.

En junio del año 2015 se abrió la primera tienda Sodimac en Tamboré en la ciudad de Sao Paulo, con una superficie de 11.500m<sup>2</sup>, y en diciembre del mismo año se abrió la segunda, ubicada al noreste de la misma ciudad, con una superficie de venta de 12.200m<sup>2</sup>. A fines de agosto de 2018 Falabella compró la participación restante al socio minoritario, llegando así a un 100% de participación en Construdecor.

A marzo de 2020, la compañía obtuvo ventas acumuladas por CLP 49.190 millones gracias a sus 53 tiendas de mejoramiento del hogar, un 2,1% más que durante el mismo periodo del año anterior.

## **Uruguay**

A comienzos de abril del año 2015 se inauguró oficialmente en Montevideo la primera tienda Homecenter del país, con una superficie de venta de 9.400m<sup>2</sup>, y en septiembre del mismo año se abrió una segunda, ubicada al noreste de la misma ciudad, con una superficie de 9.700m<sup>2</sup>. A fines del año 2016 abrió su tercera tienda, en la ciudad de Maldonado, con una superficie de ventas de 5.300 m<sup>2</sup>.

A marzo de 2020, las empresas de Falabella en Uruguay mantienen en operación 3 tiendas de mejoramiento del hogar.

## **México**

En 2016, Falabella y Soriana firmaron contratos definitivos para desarrollar en conjunto los negocios de Mejoramiento del Hogar (Sodimac) y Servicios Financieros (Tarjeta CMR) en México.

En 2017, se realizó la primera emisión de la tarjeta de crédito Falabella-Soriana en México y se concretó la compra del 50% de las acciones de la sociedad mexicana Servicios Financieros Soriana S.A.P.I de C.V.

A marzo de 2020, existían 6 tiendas de mejoramiento del hogar y más de 271 mil tarjetas activas.

### **2.3.2 Estrategia y Fortalezas**

La clave que explica el liderazgo de Falabella es su estrategia totalmente centrada en el cliente. La Compañía busca tener niveles de excelencia en todas sus áreas internas y externas, con el objeto de que crezca la confianza y la preferencia de sus clientes.

#### ***Política de productos y servicios - el cliente está primero***

La Compañía busca constantemente satisfacer las necesidades de sus clientes con productos de excelente calidad a precios competitivos, otorgándole además una gran importancia al rubro servicio y a la atención que recibe el cliente en cada una de las ocasiones en que interactúa con la compañía. En los distintos países en que está presente, Falabella busca ser un actor local, convertirse en una importante fuente de trabajo para la comunidad y conocer de cerca la idiosincrasia y las necesidades de los consumidores.

#### ***Otorgamiento de crédito que potencia el negocio central***

Un aspecto clave en la estrategia de Falabella es potenciar las ventas con el otorgamiento de crédito - a través de su tarjeta propia CMR - en condiciones flexibles y convenientes.

Banco Falabella, junto con su filial de apoyo al giro bancario CMR Falabella, es el principal emisor de tarjetas de crédito en Chile, con más de 2,78 millones de cuentas activas y colocaciones netas por CLP 3.596.910 millones a marzo de 2020.

Este instrumento financiero, desde su creación en 1980, permite a Falabella no sólo potenciar sus ventas, sino también establecer un vínculo permanente con una parte muy importante de sus clientes.

#### ***Liderazgo comunicacional que refuerza el posicionamiento***

La estrategia comunicacional de Falabella se enfoca en reforzar su posicionamiento como marca emocionalmente cercana a la mujer, líder en producto, el mejor surtido de marcas y calidad de

servicio, destacando además sus buenas condiciones crediticias. Un hito importante en este sentido es la entrada en el año 2002 de Falabella al *Hall of Fame* de las marcas en su versión chilena, al ser reconocida en la categoría “Marca Clásica”, distinción que destaca a las empresas que han usado en forma activa las herramientas de marketing y que han tenido un desempeño destacado a través de nuevas formas de atención a los clientes. El mismo Homecenter Sodimac ingresó también al *Hall of Fame*, por haber creado la categoría de mejoramiento del hogar en Chile, desarrollando conceptos como “hágalo usted mismo” y la preocupación de las personas por elevar su calidad de vida a través de un mejor hábitat en sus casas.

### ***Política de abastecimiento centrada en calidad y bajo costo***

Un elemento clave en el modelo de negocios de Falabella es la elección de proveedores confiables y eficientes en Chile y en el extranjero. Se pone especial énfasis en desarrollar una relación de largo plazo y mutuamente beneficiosa con los proveedores, exigiéndoles siempre el cumplimiento de ciertos estándares de calidad en sus productos para proteger a los clientes y así mantener su fidelidad y prestigio. Se exige también el cumplimiento responsable de las garantías de los productos que se comercializan. Para estos efectos Falabella cuenta en la actualidad con oficinas en China e India, lo cual ha acercado a nuestra compañía con sus proveedores asiáticos obteniendo mejores condiciones y mayor control de la operación.

### ***Máxima eficiencia en operación logística***

Al cierre de diciembre de 2019, los distintos negocios de la Compañía poseen centros de distribución de clase mundial, con tecnología de punta, modernas instalaciones y personal altamente calificado, lo que resulta en altas eficiencias operacionales. Adicionalmente, todas las tiendas tienen capacidad de bodegaje para almacenar aquellos productos que no son distribuidos diariamente, asegurando la disponibilidad de éstos a los clientes en todo momento.

- Chile

El negocio de tiendas por departamentos en Chile cuenta con un gran centro de distribución ubicado en Lo Espejo, Santiago. Este recinto de 72.000 m<sup>2</sup> de superficie es actualmente complementado por bodegas externas por un total de aproximadamente 40.000 m<sup>2</sup>. Adicionalmente, en noviembre de 2018 se inauguró un centro de distribución omnicanal en Santiago, de aproximadamente 40.000 m<sup>2</sup>, que servirá como piedra angular de la logística omnicanal de Falabella, impulsada por el desarrollo del comercio electrónico.

Sodimac cuenta con ocho centros de distribución a lo largo de Chile, que permiten proveer de productos de forma rápida y eficiente a todas las tiendas del país.

Tottus, por su lado, opera seis centros de distribución, incluyendo uno exclusivo para carnes y otro para frutas y verduras.

- Perú

Los negocios de tiendas por departamentos, mejoramiento del hogar y supermercados en Perú cuentan con varios centros de distribución que proveen a sus distintas tiendas, y que han sido ampliados y mejorados en los últimos años.

- Argentina

Falabella cuenta en Argentina con un centro de distribución para las tiendas por departamentos, que operan centralizadamente. Sodimac también posee un centro especializado.

- Colombia

Falabella cuenta con dos centros de distribución que permiten al negocio de tiendas por departamentos responder apropiadamente a los requerimientos operacionales y Sodimac por su lado, posee un centro de distribución que opera de forma centralizada.

- Brasil

Las tiendas de mejoramiento del hogar cuentan con dos centros de distribución en Brasil que suman 63.000 m<sup>2</sup> de superficie.

- Uruguay

Las tiendas de mejoramiento del hogar cuentan con un centro de distribución en Uruguay, operando centralizadamente con una superficie de 95.000 m<sup>2</sup>.

- México

Existen dos centros de distribución para las tiendas de mejoramiento del hogar en México, con 18.000 m<sup>2</sup> de superficie.

### ***Innovación y utilización de tecnología y sistemas de información de punta***

El uso de la tecnología tiene un rol fundamental para la creación de ventajas competitivas, en un entorno donde el control de costos, la entrega de un servicio ágil al cliente e inteligencia de negocio son sumamente importantes. En este sentido, Falabella ha sido líder en la introducción de herramientas tecnológicas de vanguardia, orientadas a optimizar el servicio al cliente y a maximizar la eficiencia de la operación de la empresa.

Entre ellas destacan la interconexión de todos los sistemas y puntos de venta a lo largo del país y regiones vía fibra óptica, una red Wi Fi para sus clientes, la construcción de un datacenter propio bajo las más altas exigencias de seguridad y servicio para la atención de Chile y otros países, y la implementación de sistemas orientados hacia la omnicanalidad, entre otros, confirman el liderazgo de Falabella.

Adicionalmente, Falabella cuenta con software de última generación para la operación logística, para la gestión y planificación de inventarios, para la gestión financiera-contable-administrativa y de Recursos Humanos.

En cuanto a la venta a distancia, Falabella ha invertido en una plataforma tecnológica de última generación, robusta y sofisticada, integrando softwares como servicio (SAAS), siendo precursores en la introducción de herramientas de clase mundial, que mejoran la navegación y enriquecen la experiencia de los clientes. Adicionalmente, ha invertido en capacidades de programación, desarrollando equipos de trabajo de alto desempeño y atrayendo talentos multiculturales, los que, integrados a fábricas de desarrollo en Asia, logran altos estándares de calidad y velocidad, creando un ecosistema de innovación permanente.

Con respecto al negocio financiero, Falabella está implementando sistemas aplicativos de clase mundial en sus operaciones bancarias y de tarjeta de crédito.

Desde agosto de 2018, Falabella se encuentra integrando todos los negocios de la Compañía a una nueva herramienta ERP, dejando atrás Oracle y pasando a SAP S/4 HANA. A marzo de 2020, todos

los negocios de Chile operan con SAP, y existe un plan para la integración gradual del resto de los países. El objetivo es que toda la Compañía esté integrado y utilizando la misma herramienta antes del término del año 2020.

### ***Personal identificado con Falabella y al servicio del cliente***

Al interior de la organización se fomenta una fuerte cultura de compromiso con la filosofía de Falabella, lo que se concreta en una profunda identificación con las políticas de la Compañía y especialmente con su constante preocupación por el cliente. Desde hace algunos años la Compañía trabaja con la consultora *Great Place to Work Institute*, como una forma de mejorar cada día más el ambiente laboral de sus trabajadores.

### ***Falabella Internet***

Acorde con las nuevas tendencias comerciales surgidas de la globalización y de la tecnología de redes e Internet, Falabella ha puesto especial importancia al desarrollo de los sitios web de sus filiales, mediante los cuales exhiben tiendas, dotadas de seguridades adecuadas para realizar transacciones en línea, que permiten a los clientes efectuar sus compras en el entorno *e-commerce*. Las tiendas virtuales reciben similar atención que las tiendas físicas, administrando sus recursos y contando con ejecutivos de desempeño exclusivo, lo que les ha permitido evolucionar de forma satisfactoria, transformándose en un canal importante para el crecimiento de los últimos años para la Compañía.

Actualmente, Falabella cuenta con sitios web en Chile, Perú, Colombia y Argentina que permiten realizar compras y cotizar diversos productos en cualquier momento. Lo mismo para Sodimac en Chile, Perú, Colombia, Argentina, Uruguay y México, y Tottus en Chile y Perú.

### **2.3.3 Hechos Recientes**

A raíz de los acontecimientos ocurridos en Chile a partir del 18 de octubre de 2019, y las subsecuentes alteraciones al orden público, ciertas tiendas, oficinas y centros comerciales de las filiales y formatos que operan en Chile sufrieron daños o afectaciones operacionales de diversa magnitud, que hizo necesario suspender sus actividades, de manera temporal o permanente. Los principales Centros Comerciales del país cerraron sus puertas por algunos días. Adicionalmente, las unidades de negocio de *e-commerce* y marketplace sufrieron atrasos en sus entregas durante un período aproximado de dos semanas. A principios de diciembre, las operaciones de las tiendas retomaron la normalidad en sus operaciones, volviendo a horarios de operación normales. Las operaciones de *e-commerce* y Marketplace normalizaron sus entregas a fines de noviembre. Falabella S.A. finalizó la evaluación y cuantificación de los daños sufridos, los cuales están relacionados principalmente con deterioros de inventarios, de propiedades, planta y equipo y propiedades de inversión, como así también, con los efectos económicos que ha generado esta situación en las operaciones de las unidades de negocio en Chile de la Sociedad. Producto de lo anterior se reconoció una pérdida de MM\$28.036 (MMUS\$ 37) al cierre de los estados contables. Falabella S.A. y sus filiales cuentan con seguros que cubren razonablemente los riesgos de deterioro, paralización y otros relacionados, respecto de sus activos y patrimonio, todos contratados con compañías de primera línea en el mercado asegurador. Así mismo, se reconoció un recupero de MM\$ 32.953 (MMUS\$ 44) asociada a recupero de seguros. El monto registrado no incluye indemnizaciones por pérdidas de paralización o lucro cesante, las cuales se encuentran pendientes de determinación. Cabe mencionar que las indemnizaciones por daños de bienes físicos son determinadas a sus respectivos valores de reposición. Ambos impactos fueron registrados en el rubro "otras ganancias (pérdidas)" en el Estado de Resultados.

Con fecha 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró al brote del virus denominado COVID-19 (Coronavirus) como pandemia mundial. Posteriormente, y con fecha

18 de marzo de 2020 el Gobierno de Chile decretó el Estado de Excepción Constitucional de Catástrofe en todo el territorio nacional, lo que ha derivado en la adopción de diferentes medidas sanitarias con el objetivo de contener la propagación del virus. Al igual que en Chile, en los distintos países en donde opera Falabella los gobiernos han ido adoptando medidas de distinta naturaleza con la finalidad de contener el contagio del virus. Entre estas medidas se incluyen, la restricción de circulación de las personas, el cierre de las fronteras, el cierre de centros y locales comerciales, el distanciamiento social, entre otras medidas, lo cual se espera afecte de manera significativa el normal desarrollo de la actividad económica, los negocios y los mercados en general.

La Sociedad está enfocada en resguardar la salud de sus colaboradores y clientes, velando por la continuidad operacional de su negocio. En este sentido, junto con el cumplimiento de las medidas determinadas por las autoridades públicas con competencia sobre la materia en cada una de las jurisdicciones en que tenemos operaciones, se han implementado protocolos de trabajo que buscan disminuir las posibilidades de contagio en nuestros colaboradores y clientes, los que incluyen, entre otras: i) medidas incrementales de higiene en nuestras instalaciones; ii) establecimiento de equipos de trabajo sin contacto físico entre sí; iii) trabajo remoto por turnos para aquellas actividades que pueden ser ejercidas a distancia; iv) trabajo remoto absoluto para nuestros colaboradores con mayores riesgos en caso de contagio con Coronavirus; v) difusión permanente de medidas de autocuidado; y, vi) protocolos de acción para el caso de confirmarse el contagio de algún colaborador.

Con respecto a la continuidad de nuestras operaciones y negocios, y en aprovechamiento de las capacidades en cuyo desarrollo la Sociedad ha estado trabajando en los años recientes, en todas sus unidades de negocio y países de operación, Falabella está preparada para atender adecuadamente una eventual migración de mayor demanda comercial y de servicios financieros desde operaciones físicas a operaciones digitales, efecto que es esperable en atención a las restricciones sobre la movilidad de las personas que las medidas de contención del Coronavirus implican.

A partir de la segunda quincena de marzo de 2020, y adoptando las medidas determinadas por las autoridades públicas se procedió al cierre temporal de algunas de las tiendas de la Sociedad, llegando al 31 de marzo de 2020 con el cierre total de las 114 Tiendas por Departamento y 127 de los 251 locales de Mejoramiento del Hogar. El total de los 147 supermercados de Falabella se encontraban en funcionamiento. Los centros comerciales operaron con una apertura limitada en función de las actividades permitidas por las autoridades públicas de cada país. Debido al cierre de locales y el limitado funcionamiento de los centros comerciales, el negocio bancario, de seguros y tarjetas de crédito también se vio afectado en el normal desenvolvimiento de sus operaciones. Las unidades de negocio de e-commerce y marketplace siguieron operando en la mayoría de nuestras locaciones.

La Sociedad se encuentra monitoreando la situación y desarrollando acciones complementarias con el objetivo de minimizar el impacto en sus niveles de operación. A la fecha, no es posible cuantificar los efectos financieros y operacionales para Falabella relacionados con el brote de Coronavirus, por tratarse de eventos aún en desarrollo y cuyos efectos dependerán de múltiples factores desconocidos hasta el momento. Tales factores incluyen algunos que están bajo mayor control de Falabella, como la enfatización de nuestras modalidades de atención online, sea en nuestras actividades comerciales o en nuestros servicios financieros; así como otros factores más alejados de nuestro control, como la eficacia y necesaria coordinación de las medidas públicas destinadas a la contención del brote de Coronavirus y el grado de respuesta y colaboración que ellas encuentren en la población.

El 8 de enero de 2020 se pagó un dividendo provisorio, con cargo a las utilidades del ejercicio 2019, de \$17 por acción, equivalente a MM\$42.516 (MMUS\$ 57). Esta distribución fue aprobada en sesión de Directorio de la Sociedad, de fecha 19 de diciembre de 2019.

El 8 de enero de 2020, Falabella anunció su plan de inversiones por US\$2.900 millones para 2020-2023:

- o Un 38% se destinará a inversiones en tecnología y logística, con el fin de potenciar la digitalización e incrementar el nivel de servicio y eficiencia.
- o Se invertirá un 31% en la apertura de centros comerciales y tiendas a nivel regional. Los focos serán la expansión de Sodimac México y el desarrollo de IKEA en la región.
- o Finalmente, se invertirá un 31% (US\$ 883 millones) en la optimización de la red de tiendas ya existente en la Región, mediante renovaciones y remodelaciones que busquen integrar la experiencia física con la propuesta digital; en mejorar las propuestas de entretenimiento en los centros comerciales; y en la reparación de tiendas dañadas en Chile.

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

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

En marzo de 2020, se lanzó Fazil en Chile, la app de on-demand-delivery de Falabella, que se encuentra en plan piloto en Perú desde fines del 2019. Esta permitirá que los usuarios puedan acceder al stock de productos disponibles en las tiendas Tottus y otros comercios en el día, así como programar despachos según su conveniencia, monitorear en tiempo real el estado de su pedido e interactuar con el encargado de realizar y entregar la compra. A la fecha y en su versión piloto, Fazil ya cuenta con aproximadamente 20.000 usuarios.

En relación con el plan de apertura de tiendas del primer trimestre del 2020:

- o El 11 de febrero de 2020 Tottus abrió su supermercado número 78 en Perú, en la ciudad de Iquitos. Esta tienda corresponde a un Hiperbodega Precio Uno de 1.800 m<sup>2</sup>. Este es el segundo Hiperbodega en Iquitos, lo cual consolida el posicionamiento de Tottus en la ciudad.
- o El 21 de febrero de 2020 Sodimac abrió su sexta tienda en México, en San Luis de Potosí. Con una superficie aproximada de 10.000 m<sup>2</sup>, la nueva tienda está en el centro comercial El Paseo San Luis Potosí e integra los formatos Homecenter y Constructor.
- o El 18 de marzo, se inauguró un nuevo supermercado Tottus, en Santiago, Chile. Este supermercado, ubicado en la zona de Quilín, cuenta con una superficie de 3.807 m<sup>2</sup> de sala de venta. Esta cuenta con punto Click&Collect, 12 cajas self check-out e iluminación Led.

El 24 de marzo de 2020, S&P rebaja la calificación internacional de Falabella S.A. de BBB+ a BBB. Además, le asigna un "creditwatch negativo" de 90 días.

### **Emisión de Bonos**

El 10 de septiembre de 2014, Falabella S.A. colocó un bono corporativo en el mercado local por un monto total de UF 5 millones, el cual se dividió en 2 series: la serie L, por un total de UF 2 millones a un plazo de 6 años con 3 años de gracia, a una tasa de 2,20%. La serie M, colocada por un total de UF 3 millones, a un plazo de 23 años con 20 años de gracia y a una tasa de colocación de 3,40%.

En octubre del mismo año, Falabella S.A. colocó su segundo bono internacional, por un monto total aproximado de US\$ 400 millones, bajo la normativa 144A/RegS de la SEC. Esta colocación fue a 10 años, con una tasa de interés de colocación de 4,38% y un margen de 215 puntos básicos sobre los bonos del Tesoro de Estados Unidos.

En diciembre de 2014, Banco Falabella Perú emitió una séptima serie de bonos bajo su Primer Programa de Bonos Corporativos, por un total aproximado de PEN 77,4 millones, a una tasa del 5,75%.

En 2015, Falabella Perú S.A.A., matriz de la Compañía en Perú, emitió su primer bono en el mes de julio, por un total de PEN 98 millones, a 20 años con 10 años de gracia, a una tasa de 8,0625%.

En julio de 2015, Banco Falabella Chile colocó 2 series de bonos. La primera, la serie E, fue colocada por un monto de UF 1,3 millones, a un plazo de 25 años con 5 de gracia y a una tasa de colocación de 3,28%. La segunda, la serie F, fue emitida por un monto total de CLP 30.000 millones, a 5 años bullet, a una tasa de colocación de 5,14%.

En mayo de 2016, Falabella S.A. realizó una colocación de bonos en el mercado chileno por un valor equivalente a UF 4,5 millones (USD 171 millones), denominado en UF y pesos chilenos, para el financiamiento de pasivos de corto plazo. La colocación se realizó en dos series: La serie P fue por un total de UF 2 millones, a 23 años, con 20 de gracia. Se colocó a una tasa de UF +3,17%, con un diferencial de 152 puntos base sobre la tasa de referencia. Esta serie tuvo una demanda de UF 5,4 millones. La serie O fue por un total de CLP 63.000 millones, a un plazo de 6 años, con 4 años de gracia, a una tasa de 5,15%, con un spread de 100 puntos base sobre la tasa de referencia. Esta serie tuvo una demanda de CLP 161.000 millones.

En diciembre de 2016, Falabella S.A. realizó una colocación de bonos en el mercado chileno por un valor equivalente a UF 6 millones (USD 236 millones), denominado en pesos chilenos y en UF, para el financiamiento de pasivos de corto y largo plazo. La colocación se realizó en dos series: La serie Q fue por un total de CLP 78.000 millones, a un plazo de 5 años, a una tasa de 4,84% con un spread de 95 puntos base sobre la tasa de referencia. La serie S fue por un total de UF 3 millones, a un plazo de 23 años, con 20 años de gracia, a una tasa de 3,11% con un spread de 125 puntos base sobre la tasa de referencia.

En octubre de 2017, Falabella S.A. emitió su tercer bono en el mercado internacional, por un monto de USD 400 millones, bajo la normativa 144A/RegS de la SEC. Esta colocación fue a 10 años, con una tasa de interés de colocación de 3,875% y un margen de 150 puntos básicos sobre los bonos del Tesoro de Estados Unidos.

#### ***Rescate Anticipado Bono Serie F Sodimac S.A.***

En septiembre de 2014, Sodimac S.A rescató anticipadamente el total de los bonos vigentes de la serie F emitidos en enero de 2009. Los bonos se rescataron a su valor nominal más los intereses devengados hasta el 2 de septiembre de 2014, fecha de rescate final de los bonos Serie F.

#### ***Rescate Anticipado Bono Series G y H Falabella S.A.***

En noviembre de 2014, se efectuó el prepago de los Bonos serie G (BFALA.G) y serie H (BFALA.H), correspondiente al pago de intereses y amortizaciones al día 6 de noviembre de 2014. La serie G fue emitida en mayo de 2009, con vencimiento en abril de 2015, por un monto aproximado de CLP 31.000 millones. La serie H, por otro lado, fue emitida en abril de 2009, con vencimiento en abril 2015, por un monto UF 3 millones.

#### ***Prepago Bono Internacional de Maestro S.A.***

En septiembre de 2015, se realizó el prepago del 35% del bono internacional de Maestro en Perú, por un monto de USD 70 millones. En septiembre de 2016 se efectuó el rescate total de los bonos suscritos con fecha 2012 por la suma de USD 130 millones, más USD 9 millones en prima de prepago e intereses corridos. Dicho monto correspondía al saldo remanente que quedó luego del rescate parcial realizado en el 2015.

### **Rescate Anticipado Bono Serie F Falabella S.A.**

Con fecha 15 de julio de 2016, se efectuó el rescate anticipado de la totalidad de los bonos en circulación de la Serie F (BFALA-F). El monto del rescate ascendió a UF 4 millones.

### **Nuevas inauguraciones**

En el primer trimestre de 2017, se abrió un supermercado Tottus en Chile, ubicado en la comuna de Vitacura en la ciudad de Santiago, con una superficie de ventas de 1.700 m<sup>2</sup>. Durante el trimestre también se cerró un supermercado Tottus en Chile y una tienda Dicico en Brasil.

En el segundo trimestre de 2017, se abrió un centro comercial y cuatro tiendas: Mall Plaza Arequipa se abrió en Arequipa, siendo el primer centro comercial de Perú con certificación de sustentabilidad LEED Silver. Se espera que el GLA alcance aproximadamente 44.600 m<sup>2</sup>. Tottus abrió dos supermercados, uno en Chile, comuna de La Cisterna en la ciudad de Santiago, con una superficie de ventas de 3.600 m<sup>2</sup> y el otro en Perú en el departamento de Cusco, con una superficie de venta de 4.000 m<sup>2</sup>. Por su parte, Sodimac abrió su cuarta tienda en Brasil en el municipio de Guarulhos en el estado de Sao Paulo, con una superficie de ventas de 11.200 m<sup>2</sup> y Falabella abrió una tienda en Colombia, en el centro comercial MultiPlaza, en la ciudad de Bogotá, con una superficie de ventas de 7.900 m<sup>2</sup>. Además, en junio de 2017 se inauguró una tienda especialista *Call it Spring* en Colombia, en el centro comercial MultiPlaza en Bogotá.

En el tercer trimestre de 2017 se abrió un centro comercial y cuatro tiendas: En septiembre se inauguró Mall Plaza Los Domínicos en Chile, en la ciudad de Santiago, con un GLA de 91.000 m<sup>2</sup>. Dentro del Mall Plaza Los Domínicos, Falabella abrió una tienda con una superficie de ventas de 11.800 m<sup>2</sup>; Sodimac abrió una tienda con una superficie de ventas de 11.100 m<sup>2</sup>; y Tottus abrió un supermercado con una superficie de ventas de 4.200 m<sup>2</sup>. Adicionalmente, Sodimac abrió una tienda Imperial en Chile, en la ciudad de La Serena, con una superficie de ventas de 3.500 m<sup>2</sup> aproximadamente. Además, en julio de 2017 se inauguraron dos tiendas especialistas *Mac Cosmetics*, en Perú; y en septiembre, se inauguró una tienda especialista *Mango* en Chile.

En el cuarto trimestre de 2017 se abrieron ocho tiendas: Sodimac abrió tres tiendas, dos en Chile, una en la ciudad de Talagante, con una superficie de ventas de 9.100 m<sup>2</sup>; y otra en la ciudad de Melipilla, con una superficie de ventas de 9.200 m<sup>2</sup>. En Brasil se abrió una tienda en la ciudad de Sao Paulo, con una superficie de ventas de 8.900 m<sup>2</sup>. Además, se reinaugaron dos tiendas Dicico convertidas en Dicico-multi. Por su parte, Tottus abrió cinco supermercados: En Perú abrió dos Hiperbodega Precio 1, uno en la ciudad de Piura, con una superficie de ventas de 2.000 m<sup>2</sup>; y otro en la ciudad de Ica, con una superficie de ventas de 2.200 m<sup>2</sup>. Adicionalmente abrió dos Tottus, uno en la ciudad de Callao, con una superficie de venta de 2.400 m<sup>2</sup>; y otro en la ciudad de Lima, con una superficie de ventas de 2.600 m<sup>2</sup>. En Chile abrió un Tottus en la ciudad de Los Andes, con una superficie de ventas de 2.300 m<sup>2</sup>. Por otro lado, se inauguraron siete tiendas especialistas en Chile: dos *Sybilla*, una *Americanino*, una *Calzedonia*, una *Mac Cosmetics*, una *Aldo* y una *Desigual*.

Durante el mes de enero de 2018, Tottus abrió tres supermercados: En Chile abrió un Tottus en Chicureo, con una superficie de ventas de aproximadamente 4.000 m<sup>2</sup>. Es la primera tienda Clase A de Tottus, con mayor cantidad de servicios asistidos y un mayor foco en la calidad del servicio hacia el cliente. En Perú abrió dos Hiperbodega Precio Uno: uno en la ciudad de Sullana,

departamento de Piura, con una superficie de ventas de 2.050 m<sup>2</sup>; y otro en la ciudad de Trujillo, con una superficie de ventas de 1.500 m<sup>2</sup>.

Durante el segundo trimestre de 2018, se abrió un centro comercial y cuatro tiendas: Mall Plaza Arica abrió en Chile, en la ciudad de Arica, y cuenta con 34.000 m<sup>2</sup>. Falabella abrió una tienda en Chile, dentro del Mall de Arica, con una superficie de ventas de 5.300 m<sup>2</sup>. Sodimac abrió dos tiendas en Chile, una en la ciudad de La Serena, con una superficie de 12.200 m<sup>2</sup>, y la otra en la ciudad de San Antonio, con una superficie de ventas de 8.900 m<sup>2</sup>. Tottus abrió un supermercado en Chile, en la ciudad de La Serena, con una superficie de ventas de 2.700 m<sup>2</sup>.

Durante el tercer trimestre de 2018, se abrió un centro comercial y ocho tiendas: Mall Plaza abrió un nuevo centro comercial en Colombia, en la ciudad de Manizales, con una superficie arrendable de 40.000m<sup>2</sup>. Falabella abrió una tienda en Colombia, en la ciudad de Manizales, con una superficie de ventas de 6.400 m<sup>2</sup>. Por su parte, Sodimac abrió cinco tiendas: En México, abrió la primera tienda del país, en el municipio de Cuautitlán Izcalli, Ciudad de México, con una superficie de ventas de 10.700 m<sup>2</sup> e integra los formatos de Homecenter y Constructor; En Colombia abrió dos tiendas: una en la ciudad de Tunja, con una superficie de ventas de 6.700 m<sup>2</sup>, y la otra en la ciudad de Mosquerá, con una superficie de ventas de 10.000 m<sup>2</sup>; En Chile abrió una tienda en la ciudad de Santiago, con una superficie de ventas de 7.000 m<sup>2</sup>; En Argentina abrió una tienda en la ciudad de Adrogué, con una superficie de ventas de 8.100 m<sup>2</sup>. Tottus abrió dos supermercados Hiperbodega Precio Uno en Perú: uno en la ciudad de Ica, con una superficie de ventas de 1.800 m<sup>2</sup>; y el otro en la ciudad de Huacho, con una superficie de ventas de 1.600 m<sup>2</sup>.

En octubre de 2018, se inauguró un corner de *Crate & Barrel* en la ciudad de Santiago, Chile.

En diciembre de 2018, se reconoció la venta del Centro Comercial El Bosque de Sociedad de Rentas Falabella S.A.

Durante enero 2019, Tottus abrió un nuevo supermercado en Santiago de Chile, con una superficie de venta de 2.100 m<sup>2</sup>.

En febrero de 2019 se realizó la reapertura de la Tienda Sodimac Ñuñoa en Chile. Esta nueva tienda es la primera del país con dos pisos, cuenta con una superficie construida de 14.817 m<sup>2</sup> e incluye iniciativas digitales como tótems interactivos, auto atención, click & collect, entre otros.

Durante marzo 2019, Tottus abrió un supermercado en Curicó, Chile, con una superficie de 3.700 m<sup>2</sup>. En Perú, se abrió un supermercado Hiperbodega Precio Uno en Lima, con una superficie de venta de 1.800 m<sup>2</sup>

Durante mayo 2019, en Perú, Tottus abrió un supermercado Hiperbodega Precio Uno que está ubicado en Ferrañafe, y cuenta con aproximadamente 2.200 m<sup>2</sup> de superficie de venta. Esta nueva tienda se posiciona como el único supermercado de la ciudad. En Chile, Tottus abrió un nuevo supermercado que está ubicado en Vallenar, y cuenta con una superficie de venta de aproximadamente 3.800 m<sup>2</sup>, además de 8 cajas self check-out y un click & collect.

En julio 2019, se abrió la sexta tienda Sodimac en Brasil ubicada en Osasco con una sala de ventas de aproximadamente 9.000 m<sup>2</sup>.

En agosto 2019, se abrió un nuevo supermercado HiperBodega Precio Uno en Trujillo, Perú con aproximadamente 1.800 m<sup>2</sup> de sala de venta. Y en septiembre 2019 inició sus operaciones la HiperBodega Precio Uno en Piura Grau en un espacio de 1.500 m<sup>2</sup>.

Durante el último trimestre 2019, hubo 9 aperturas de tienda: En Perú, se abrieron tres Hiperbodega Precio Uno, en Iquitos, Pucallpa y Tarapoto, con una superficie de venta de 2.000 m2, 2.400 m2 y 2.500 m2 respectivamente. Además, se abrió una tienda Sodimac y Tottus, ambas en Puruchuco, con superficies de venta de 9.700 m2 y 6.900 m2 respectivamente. En Colombia, se abrió una nueva tienda Falabella en Barranquilla, ubicada en el nuevo Mallplaza Buenavista. En México, destacan dos aperturas de Sodimac, con las que se alcanzó un total de cinco tiendas en ese país. Las nuevas tiendas están ubicadas en Boca del Río y San Mateo, y tienen una superficie de venta de 10.000 m2 cada una. En Chile, se abrió un nuevo supermercado Tottus en Curauma, con una superficie de venta de 2.400 m2. También durante octubre, se inauguró la primera etapa de Mallplaza Buenavista en Barranquilla, Colombia con una superficie de 58.000 m2. El centro comercial cuenta con la tienda Falabella más grande del país. En Perú, Falabella Retail inauguró un nuevo Centro de Distribución ("CD") de línea blanca, que servirá a los tres formatos de retail. El proyecto, que representó una inversión cercana a los MMUS\$ 40, cuenta con una superficie de 38.000 m2, diseñado para productos big ticket. Este CD estará especializado en línea blanca (refrigeradores, cocinas y lavadoras) para Falabella, Tottus y Sodimac.

Durante el primer trimestre del 2020, Tottus abrió su supermercado número 78 en Perú, en la ciudad de Iquitos, correspondiente a un Hiperbodega Precio Uno de 1.800 m2. Este es el segundo Hiperbodega en Iquitos, lo cual consolida el posicionamiento de Tottus en la ciudad. Por su lado, Sodimac abrió su sexta tienda en México, en San Luis de Potosí. Con una superficie aproximada de 10.000 m2, la nueva tienda está en el centro comercial El Paseo San Luis Potosí e integra los formatos Homecenter y Constructor. Por último, se inauguró un nuevo supermercado Tottus en Santiago, Chile, ubicado en la zona de Quilín, y cuenta con una superficie de 3.807 m2 de sala de venta, punto de Click&Collect, 12 cajas self check-out e iluminación Led.

### **Reconocimiento Público**

Falabella ha sido galardonada por su liderazgo y desempeño en múltiples áreas de su quehacer. Los premios recibidos el año 2018 se detallan a continuación:

- Falabella fue seleccionado por tercera vez consecutiva para ingresar al Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World), índice que evalúa a las mayores empresas del mundo en cuanto a factores económicos, sociales y medioambientales. En esa edición, se analizaron 2.500 empresas de 48 países, seleccionando sólo al 10% superior en gestión sostenible en sus respectivas industrias.
- Falabella fue seleccionado por tercera vez consecutiva para ingresar al Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index (DJSI EM) y al Dow Jones Sustainability Chile Index (DJSI Chile). Adicionalmente, Falabella es parte del índice Dow Jones Sustainability MILA, que sigue el desempeño de las empresas en materias de sostenibilidad en Chile, Colombia, México y Perú.

### **Dividendos**

- En mayo de 2015, Falabella S.A. realizó el pago de un dividendo definitivo a sus accionistas de \$47 por acción.
- En octubre de 2015, Falabella S.A. realizó el pago de un dividendo provisorio a sus accionistas de \$26 por acción.
- En mayo de 2016, Falabella S.A. realizó el pago de un dividendo definitivo a sus accionistas de \$54 por acción.
- En noviembre 2016, Falabella S.A. realizó el pago de un dividendo provisorio a sus accionistas de \$26 por acción.
- En mayo de 2017, Falabella S.A. realizó el pago de un dividendo definitivo a sus accionistas de \$54 por acción.

- En noviembre 2017, Falabella S.A. realizó el pago de un dividendo provisorio a sus accionistas de \$26 por acción.
- En mayo de 2018, Falabella S.A. realizó el pago de un dividendo definitivo a sus accionistas de \$54 por acción.
- En enero 2019, Falabella S.A. realizó el pago de un dividendo provisorio a sus accionistas de \$26 por acción.
- En mayo 2019, Falabella S.A. realizó el pago de un dividendo definitivo a sus accionistas de \$50 por acción.
- En enero 2020, Falabella S.A. realizó el pago de un dividendo provisorio a sus accionistas de \$17 por acción.
- En mayo 2020, Falabella S.A. realizó el pago de un dividendo definitivo a sus accionistas de \$19 por acción.

### ***Demandas Judiciales***

La Sociedad y sus filiales, tienen demandas judiciales en su contra, o asuntos administrativos cuya resolución se encuentra pendiente en los respectivos tribunales o instancias administrativas correspondientes. Se han efectuado provisiones para reflejar las eventuales contingencias desfavorables para la empresa. En aquellos casos donde las demandas o asuntos tienen bajas probabilidades de prosperar y que deberían resolverse a favor de la Sociedad, no se han efectuado provisiones. El detalle de las demandas u otros asuntos a marzo de 2020, es el siguiente:

<b>Naturaleza Juicios</b>	<b>Numero de juicios</b>	<b>Monto Juicios M\$</b>	<b>Provisión Contable M\$</b>
Civil	245	16.672.999	933.219
Consumidor	908	7.778.949	2.894.420
Laboral	1.216	23.381.454	10.906.091
Tributario	109	25.596.099	15.929.837
Otros	259	3.900.814	2.313.382

### **2.3.4 Hechos Posteriores**

En abril de 2020, Falabella lanzó Fpay, la billetera virtual de Falabella, en la que los usuarios podrán cargar tarjetas de cualquier entidad bancaria para realizar compras a través de código QR en tiendas de empresas Falabella y otros comercios adheridos, y transferir dinero a sus contactos.

El 4 de abril de 2020, Feller Rate mantiene la clasificación crediticia local de Falabella S.A. en "AA", asignándole un "creditwatch negativo".

El 20 de abril de 2020, Fitch rebaja la calificación internacional de Falabella S.A. de BBB+ a BBB. Además, le asigna un "creditwatch negativo" de 90 días.

En Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el 28 de abril de 2020, ésta adoptó, entre otros alcanzados en materias de su competencia, 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 2019.
- Se aprobó el reparto de un dividendo definitivo con cargo a las utilidades del Ejercicio 2019 de \$19 por acción; el que se pagará el día 13 de mayo de 2020 a los accionistas titulares de la serie única de acciones de la Sociedad que se encuentren inscritos en su registro de

accionistas al día 7 de mayo de 2020, y para cuyos fines se acompaña al presente hecho esencial, el Formulario N°1 de la Circular N°660 de la CMF.

- Se aprobó la política de dividendos de la Sociedad para el ejercicio que terminará el 31 de diciembre de 2020 (en adelante, el “Ejercicio 2020”), consistente en el reparto anual de, a lo menos, el 30% de las utilidades líquidas distribuibles del Ejercicio 2020.

- Se designó como auditores externos de la Sociedad para el Ejercicio 2020 a EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías SpA; y,

- Las siguientes personas fueron elegidas directores de la Sociedad, por el período estatutario de tres años que correrá entre la junta ordinaria de accionistas celebrada con esta fecha y aquella junta ordinaria de accionistas que se celebre dentro del primer cuatrimestre de 2023:

- Doña María Cecilia Karlezi Solari;
- Doña Paola Cúneo Queirolo;
- Don Carlo Solari Donaggio;
- Don Juan Carlos Cortés Solari;
- Don Carlos Alberto Heller Solari;
- Don Felipe del Río Goudie;
- Don José Luis del Río Goudie;
- Don Sergio Cardone Solari; y,
- Don Hernán Büchi Buc, como director independiente.

En sesión del Directorio de la Sociedad celebrada el mismo día 28 de abril de 2020, con posterioridad a la junta ordinaria de accionistas antes señalada, éste adoptó, entre otros, los siguientes acuerdos que se informan:

- La elección de don Carlo Solari Donaggio como Presidente del Directorio, y, por ende, de la Sociedad.

- La elección de don Juan Carlos Cortés Solari como Vicepresidente del Directorio, y, por ende, de la Sociedad.

- La elección, por don Hernán Büchi Buc, de los directores señores José Luis del Río Goudie y Sergio Cardone Solari como aquellos que, junto a él, en su carácter de director independiente, integrarán el Comité de Directores de la Sociedad.

## **2.4 Factores de Riesgo**

### ***Sensibilidad del sector comercial al ciclo económico***

Los ingresos de Falabella están sujetos a las fluctuaciones del sector comercio y, por lo tanto, a los ciclos propios de la actividad económica. La conducta de los consumidores se afecta por la percepción del desempeño general de la economía: inflación, crecimiento, tasas de interés, etc. Lo anterior puede afectar la conducta de compra y la disposición de los consumidores a cancelar los créditos contraídos.

### ***Riesgo relacionado al manejo del negocio***

La Compañía depende en gran medida de su manejo de inventarios, cualquier problema con la calidad o stock de la mercadería, o con los sistemas de información necesarios para operar, afectaría negativamente su negocio.

### ***Riesgo de competencia***

Falabella enfrenta la competencia de otras tiendas por departamentos, tiendas de mejoramiento del hogar, supermercados y otros distribuidores minoristas tales como multitiendas, centros de

descuento, tiendas de especialidad, que cuentan con agresivas estrategias de expansión y esfuerzos por captar las preferencias de los consumidores.

Al respecto Falabella ha mantenido y en la mayoría de los casos acrecentado, su liderazgo en las diferentes áreas de negocio en que está presente, adelantándose a su competencia a través de una constante innovación e implementación de nuevos productos y servicios. Sin embargo, en caso de no predecir los potenciales cambios en la conducta de los consumidores en un tiempo adecuado, ello podría afectar negativamente las ventas de la Compañía.

La marca de Falabella podría verse perjudicada por quejas o publicidad negativa afectando su reconocimiento y reputación, y por lo tanto el desempeño del negocio.

### ***Riesgo de Proveedores y Clientes***

Falabella no depende en niveles excesivos de un proveedor particular, obteniendo sus productos de un amplio número de proveedores nacionales e internacionales. A su vez, la Compañía tiene una base de millones de clientes en los diferentes estratos socio-económicos, por lo que no depende particularmente de ninguno de ellos. En resumen, la Compañía enfrenta un riesgo similar o menor al del comercio detallista en general y de las grandes tiendas, en particular con respecto a sus proveedores y clientes.

### ***Riesgo de inversiones en el exterior***

La inversión en países con riesgo mayor al de Chile, como Argentina, Colombia, Perú, Brasil, Uruguay y México, aunque contribuye a una mayor diversificación geográfica, tiene asociado un mayor riesgo por la menor estabilidad macroeconómica de dichas economías, particularmente si estas inversiones aumenten su importancia relativa.

### ***Riesgo de cambio en la normativa legal que rige a Falabella S.A. y sus Filiales***

La situación financiera y los resultados operacionales de la Compañía y sus filiales, podrían verse afectados como resultado de modificaciones, imposición y/o derogación del marco jurídico en el que sus distintas áreas de negocio se encuentran insertos, de las regulaciones con que se delimitan las prácticas de negocio y de la normativa administrativa, de libre competencia y tributaria que se aplica en la actualidad.

### ***Riesgo de alza de tasas de interés***

Un alto porcentaje de las ventas de Falabella se realizan con créditos otorgados por CMR. Un alza importante en los niveles de tasa de interés podría afectar las ventas de la Compañía y su negocio de otorgamiento de crédito ya que el nivel de consumo de las personas tiende a disminuir en este tipo de escenarios.

### ***Riesgo de Tipo de Cambio***

El peso chileno está sujeto a variaciones con respecto al dólar estadounidense y otras monedas internacionales. Parte de los productos ofrecidos para la venta en las tiendas de Falabella son adquiridos en países extranjeros, por lo que durante el período en que tales operaciones de importaciones están pendientes de ser canceladas, existe una exposición a la fluctuación cambiaria. Una situación similar ocurre en Argentina, Colombia, Perú, Uruguay, Brasil y México entre el dólar y las respectivas monedas locales.

## **2.5 Políticas de Inversión y Financiamiento**

Falabella S.A. está constantemente buscando oportunidades de inversión que hagan crecer el negocio actual, generen sinergias o simplemente se vean como atractivas en el sentido que el know-how de Falabella sea valioso en el desarrollo de estos negocios. Cada inversión es estudiada y evaluada en función de proyecciones de flujos de caja y valor estratégico. Existe una política centralizada que establece los lineamientos que deben seguir las distintas empresas Falabella con respecto a sus financiamientos.

## **2.6 Gobierno Corporativo**

Las prácticas de gobierno corporativo de Falabella se realizan por el Directorio, el Comité de Directores y la Gerencia General. El Directorio de Falabella es integrado por nueve miembros, elegidos por 3 años. No existen directores suplentes de acuerdo a los estatutos.

El Directorio de Falabella S.A. está compuesto por los señores/as Carlo Solari Donaggio (Presidente), Juan Carlos Cortés Solari (Vicepresidente), Sergio Cardone Solari, Paola Cúneo Queirolo, Felipe del Río Goudie, José Luis del Río Goudie, Carlos Heller Solari, María Cecilia Karlezi Solari, y Hernán Büchi Buc. El Gerente General es el señor Gaston Bottazzini.

Falabella tiene un compromiso permanente con los más altos estándares de gobierno corporativo, de acuerdo a sus estatutos y a las normas legales vigentes en Chile, en particular la Ley de Sociedades Anónimas y la Ley de Mercado de Valores. Se ha adoptado un código de integridad aplicable a todos los empleados, con el objetivo de promover conductas honestas y éticas que eviten cualquier tipo de conflicto de intereses y transmitan nuestro principio de transparencia y respeto a los derechos de otros.

Falabella ha conformado un Comité de Directores en virtud de lo dispuesto por el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046 de Sociedades Anónimas. Los siguientes directores integran este Comité:

- Don Hernan Büchi Buc, Director independiente, quien lo preside;
- Don Sergio Cardone Solari, Director vinculado al controlador;
- Don José Luis del Río Goudie, Director vinculado al controlador.

El Comité de Directores se reúne de manera ordinaria trimestralmente y tiene entre sus principales funciones:

- 1) Examinar los informes de los auditores externos independientes;
- 2) Examinar el balance y otros estados financieros y emitir una opinión acerca de ellos antes de presentarlos a la aprobación de los accionistas;
- 3) Examinar las políticas de remuneraciones y planes de compensaciones de los gerentes y ejecutivos principales;
- 4) Examinar los antecedentes relativos a las operaciones con partes relacionadas y evacuar los correspondientes informes;
- 5) Proponer al Directorio los auditores externos independientes y clasificadores privados de riesgo, que serán sugeridos a la junta de accionistas respectiva; y
- 6) Preparar un informe anual de su gestión, incluyendo, en su caso, las principales recomendaciones a los accionistas.

Los antecedentes de los Directores de Falabella S.A. son los siguientes:

### ***Carlo Solari Donaggio***

**Presidente**  
**RUT: 9.585.749-3**

Presidente del directorio de Falabella S.A. desde el año 2014. Es Ingeniero Civil Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y obtuvo un MBA en Wharton School, Universidad de Pennsylvania, donde actualmente es miembro del consejo de Wharton Latin America. El Sr. Solari es presidente del Banco Falabella Chile y miembro del directorio de Falabella Retail, Mall Plaza, Sodimac, Tottus y Promotora CMR Falabella, entre otros. Es miembro del consejo ejecutivo del Centro de Estudios Públicos y uno de los fundadores y director de la fundación educacional Aptus. Anteriormente, fue vicepresidente de Falabella S.A. desde el año 2011 al año 2014, además, fue director ejecutivo de Megeve, grupo que invierte directamente en capital privado, acciones y bonos en América Latina, en ámbitos como bienes raíces, energía, servicios sanitarios y minería y ha sido director de empresas en distintos rubros.

**Juan Carlos Cortés Solari**  
**Vicepresidente**  
**RUT: 7.017.522-3**

Vicepresidente del directorio de Falabella S.A. desde el año 2014. Ha sido miembro de este Directorio desde el año 2002. Es Licenciado en Ciencias en Administración de Empresas con mención en Economía, de la Universidad de Nevada, Estados Unidos, en 1991. El Sr. Cortés es fundador y Presidente de Inversiones Corso, family office de la familia Cortés Solari, que integra el grupo controlador de Falabella, creado el año 2000 y que ha realizado, tanto en el pasado como el presente, inversiones en diversas empresas como Aguas Nuevas, Inmobiliaria Almagro, Inmobiliaria Manquehue, Pesquera Blumar, Rutas del Desierto y Rutas del Bío Bío (ambas junto a Sacyr Concesiones) y Colgener en Colombia. El Sr. Cortés es Presidente de Supermercados Tottus S.A y también es director de diversas entidades, entre ellas Sodimac S.A., David del Curto (exportadora frutícola) y Equity Brands and Retail (matriz de Sparta y otras tiendas de deportes), estas dos últimas, también controladas por Inversiones Corso. Asimismo, es miembro del Directorio de la Fundación Caserta, una iniciativa de la familia Cortés Solari, cuyo foco es proporcionar educación con sentido a estudiantes de riesgo social. En el pasado también fue miembro del directorio de Pesquera Blumar, Banco Falabella y CMR Falabella.

**Sergio Cardone Solari**  
**Director**  
**RUT: 5.082.229-K**

Es director de Falabella S.A. desde el año 1986. Es Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. El Sr. Cardone es el Presidente del directorio de Plaza S.A. y director de Aventura Plaza Perú, Falabella Retail S.A., Sociedad de Rentas Falabella S.A., y Falabella Inversiones Financieras S.A. Además, es Presidente del directorio de la empresa inmobiliaria Enaco, del fondo de inversiones en bienes raíces Cimenta S.A., de Haldeman Mining Co. y miembro del directorio de Parque del Recuerdo.

**Paola Cúneo Queirolo**  
**Directora**  
**RUT: 8.506.868-7**

Es Licenciada en Ciencias de la Administración de la Universidad de Chile, y además obtuvo un MBA en la Universidad Adolfo Ibáñez (Miami-USA) y en la Universidad de Deusto (Bilbao-España). En la actualidad la Sra. Cuneo es Directora Ejecutiva de Sociedad de Inversiones y Rentas Liguria Ltda., Directora de Falabella Retail S.A., y Directora Suplente en Inversiones Aguas Metropolitanas (IAM).

**Felipe del Río Goudie**  
**Director**  
**RUT: 5.851.869-7**

Es ingeniero civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Participa en el Directorio de Dercos S.A., una de las principales compañías del rubro automotriz, de maquinaria y de repuestos en América Latina, con presencia en Chile, Perú, Colombia y Bolivia. Ha sido también director de Sodimac S.A. y Banco Falabella, entre otras.

**José Luis del Río Goudie**  
**Director**  
**RUT: 4.773.832-6**

Desde la fusión entre Falabella y Sodimac en 2003, don José Luis del Río forma parte del directorio de Falabella S.A. Es Ingeniero Civil de Industrias de la Pontificia Universidad Católica de Chile y tiene un Master of Arts in Organizational Research, University of Lancaster, UK. Es presidente de Empresas Dersa S.A. (Holding con participación en varias compañías, incluyendo Falabella). Director de Sodimac S.A., Falabella Inversiones Financieras S.A., Falabella Retail S.A. Presidente y CEO de Inder SpA, (Fondo de Inversión en empresas de capital Privado y Capital de Riesgo). Presidente de Friosur S.A, Salmones Friosur S.A. Miembro del Directorio de Tecnofast S.A., y fundador y miembro del directorio de Austral Capital Partners S.A. También participa en los consejos de varias organizaciones sin fines de lucro y en fundaciones como Endeavor Chile, Fundación Carmen Goudie (que proporciona apoyo a municipios y sostenedores en la educación de los sectores vulnerables de la Región de Coquimbo). Don José Luis del Río es además miembro del Consejo Asesor Económico del Rector de la Pontificia Universidad Católica de Chile y miembro del Consejo Asesor de la Facultad de Ingeniería de la misma Universidad.

**Carlos Alberto Heller Solari**  
**Director**  
**RUT: 8.717.000-4**

Es miembro del directorio de Falabella S.A. desde el año 2002. Es actualmente Presidente del Directorio de Bethia S.A. Falabella Retail S.A., Club Hípico de Santiago S.A., Azul Azul S.A., Axxion S.A., Betlan Dos S.A., Blue Express S.A., Sotraser S.A. y Vice-Presidente de Red Televisiva Megavisión S.A. Se ha desempeñado también como director de varias empresas, incluyendo LATAM Airlines Group S.A., Sodimac S.A. y Clínica Las Condes S.A. El Sr. Heller se dedica además, entre otros sectores, a las áreas de transporte, comunicaciones, agrícola y vitivinícola, destacando entre ellas Agrícola Ancali Ltda., empresa líder en la producción lechera nacional e Inversiones Beth-Wines Ltda., que agrupa a Viña Indómita S.A., Viña Santa Alicia S.A. y Viña Dos Andes S.A.

**María Cecilia Karlezi Solari**  
**Director**  
**RUT: 7.005.097-8**

Forma parte del directorio de Falabella S.A. desde el año 2003. Doña María Cecilia Karlezi es presidenta de Inversiones Auguri, family office con inversiones en distintos sectores como minería (Enaex), salud (Clínica Las Condes), agrícola, etc. Es también miembro del directorio de Falabella Retail S.A., Sodimac S.A. e Hipermercados Tottus S.A.

**Hernán Büchi Buc**

**Director Independiente**  
**RUT: 5.718.666-6**

Es director independiente de Falabella S.A. desde 1996. Es Ingeniero Civil de la Universidad de Chile y Master de la Universidad de Columbia en Nueva York. Es presidente de la Junta de directores de la Universidad del Desarrollo, y director en empresas como Quiñenco, Madeco, SQM y Consorcio Nacional de Seguros, entre otras. Desde 1990, el Sr. Büchi ha asesorado a diferentes gobiernos de América Latina, Europa del Este y Asia en el diseño e implementación de políticas económicas. En 1990, fundó el Instituto Libertad y Desarrollo, del cual fue presidente y miembro del directorio, y actualmente preside el Centro de Economía Internacional de la entidad. El Sr. Büchi se ha desempeñado en diferentes cargos en el Gobierno de Chile, entre ellos como subsecretario de Economía entre 1979 y 1980 y ministro de Hacienda entre 1985 y 1989.

### 3.0 ANTECEDENTES FINANCIEROS

#### 3.1 Estados financieros

Las cifras que se exponen en esta Sección se expresan en miles de Pesos Chilenos nominales. Toda la información financiera del Emisor se encuentra en sus respectivos Estados Financieros, el último de los cuales fue preparado de acuerdo a IFRS y las instrucciones impartidas por la CMF, y corresponde al período terminado el 31 de marzo de 2020. Los Estados Financieros se encuentran disponibles en el sitio web del Emisor ([investors.falabella.com](http://investors.falabella.com)) y en el sitio web de la CMF ([www.cmfchile.cl](http://www.cmfchile.cl)). CMR Argentina está incluido en el Negocio No Bancario. Promotora CMR está consolidado en Banco Falabella Chile, en el Negocio Bancario.

##### 3.1.1 Balance

	31-dic-19	31-mar-20	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	2.427.251	3.116.025	28,4%
Activos No Corrientes No Bancarios	8.666.018	9.001.483	3,9%
<b>Activos Total No Bancarios</b>	<b>11.093.269</b>	<b>12.117.508</b>	<b>9,2%</b>
Activos Total Negocios Bancarios	7.240.402	8.132.248	12,3%
<b>Activos Total</b>	<b>18.333.671</b>	<b>20.249.756</b>	<b>10,5%</b>
Pasivos Corrientes No Bancarios	2.022.688	2.759.630	36,4%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	4.450.162	4.689.158	5,4%
<b>Pasivos Total No Bancarios</b>	<b>6.472.850</b>	<b>7.448.788</b>	<b>15,1%</b>
Pasivos Total Negocios Bancarios	5.628.209	6.409.987	13,9%
<b>Pasivos Total</b>	<b>12.101.059</b>	<b>13.858.775</b>	<b>14,5%</b>
<b>Patrimonio Total</b>	<b>6.232.612</b>	<b>6.390.981</b>	<b>2,5%</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio Total</b>	<b>18.333.671</b>	<b>20.249.756</b>	<b>10,5%</b>

##### 3.1.2 Estado de Resultados

	1Q19	% Ing.	1Q20	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	1.926.901		1.887.699		-2,0%
Ingresos de Negocios Bancarios	325.326		351.010		7,9%
<b>Total Ingresos</b>	<b>2.252.227</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.238.709</b>	<b>100,0%</b>	<b>-0,6%</b>
Costo de Ventas no Bancarios	(1.323.019)	-58,7%	(1.301.031)	-58,1%	-1,7%
Costo de Ventas Bancarios	(142.191)	-6,3%	(176.013)	-7,9%	23,8%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>787.017</b>	<b>34,9%</b>	<b>761.665</b>	<b>34,0%</b>	<b>-3,2%</b>
GAV	(616.400)	-27,4%	(666.303)	-29,8%	8,1%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>170.617</b>	<b>7,6%</b>	<b>95.362</b>	<b>4,3%</b>	<b>-44,1%</b>
Depreciación + Amortización	108.622	4,8%	116.136	5,2%	6,9%
<b>EBITDA</b>	<b>279.239</b>	<b>12,4%</b>	<b>211.498</b>	<b>9,4%</b>	<b>-24,3%</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	(574)		310		-154,0%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(49.829)		(35.206)		-29,3%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	995		(2.316)		-332,8%
Diferencias de Cambio	511		(13.189)		-2681,0%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(48.897)</b>	<b>-2,2%</b>	<b>(50.401)</b>	<b>-2,3%</b>	<b>3,1%</b>
<b>Resultado Antes de Impuestos</b>	<b>121.720</b>	<b>5,4%</b>	<b>44.961</b>	<b>2,0%</b>	<b>-63,1%</b>
Impuesto a la Renta	(38.135)		(17.470)		-54,2%
Interés Minoritario	(13.130)		(10.616)		-19,1%
<b>Ganancia / (Pérdida) Neta</b>	<b>70.455</b>	<b>3,1%</b>	<b>16.875</b>	<b>0,8%</b>	<b>-76,0%</b>

Información Seguros Negocios no Bancarios	Tiendas por Departamento Chile	Mejoramiento para el hogar y materiales de construcción Chile	Supermercados Chile	Bienes Inmobiliarios Chile	Tiendas por Departamento Peru	Mejoramiento para el hogar y materiales de construcción Peru	Supermercados Peru	Otros Negocios y Emisiones Peru	Tiendas por mejoramiento para el hogar y materiales de construcción Argentina	CMR Argentina	Otros Negocios y Emisiones Argentina	Tiendas por Departamento Colombia	Otros Negocios y Emisiones Colombia	Mejoramiento para el hogar y materiales de construcción Brasil	Otros Negocios y Emisiones Brasil	Otros Negocios y Emisiones, Intercambios	Total Negocio no Bancario
Ingresos de las Actividades Operativas, Total	299.961.228	528.320.715	165.416.082	92.917.597	121.793.0150	163.527.513	233.817.473	130.222.483	65.884.598	14.797.660	(196.119)	78.371.464	6.180.196	49.150.250	-	14.590.662	1.897.698.612
31-03-2020																	
Información Seguros Negocios no Bancarios	Tiendas por Departamento Chile	Mejoramiento para el hogar y materiales de construcción Chile	Supermercados Chile	Bienes Inmobiliarios Chile	Tiendas por Departamento Peru	Mejoramiento para el hogar y materiales de construcción Peru	Supermercados Peru	Otros Negocios y Emisiones Peru	Tiendas por mejoramiento para el hogar y materiales de construcción Argentina	CMR Argentina	Otros Negocios y Emisiones Argentina	Tiendas por Departamento Colombia	Otros Negocios y Emisiones Colombia	Mejoramiento para el hogar y materiales de construcción Brasil	Otros Negocios y Emisiones Brasil	Otros Negocios y Emisiones, Intercambios	Total Negocio no Bancario
Ingresos de las Actividades Operativas, Total	365.564.300	571.947.898	165.449.884	95.500.989	130.927.707	163.123.798	193.994.144	130.742.212	66.594.382	17.701.246	(319.099)	77.183.516	6.793.744	48.165.390	-	1.590.611	1.826.908.512
31-mar-19																	

### 3.1.3 Estado de Flujos de Efectivo

	31-mar-19	31-mar-20	Var %
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	224.045	(66.584)	-129,7%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	(203.554)	593.704	-391,7%
<b>Flujo de efectivo de actividades de operación - Total</b>	<b>20.491</b>	<b>527.120</b>	<b>2472,4%</b>
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(112.047)	(150.078)	33,9%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	194.081	(24.851)	-112,8%
<b>Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total</b>	<b>82.034</b>	<b>(174.929)</b>	<b>-313,2%</b>
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	(135.324)	870.677	-743,4%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	(79.011)	940	-101,2%
<b>Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total</b>	<b>(214.335)</b>	<b>871.617</b>	<b>-506,7%</b>
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(111.811)</b>	<b>1.223.808</b>	<b>-1194,5%</b>
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(1.191)	9.932	-933,9%
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio</b>	<b>689.412</b>	<b>837.782</b>	<b>21,5%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio</b>	<b>576.410</b>	<b>2.071.522</b>	<b>259,4%</b>

### 3.2.1 Razones financieras

	31-dic-19	31-mar-20
(1) Leverage Negocios no Bancarios	1,04x	1,17x
(2) Deuda Financiera Neta después de Coberturas / EBITDA Negocios no Bancarios	3,48x	4,12x
(3) Liquidez Corriente	1,20x	1,13x
(4) Razón Ácida	0,54x	0,61x
Proporción de Deuda		
(5) Porcentaje de Deuda a Corto Plazo	27%	37%
(6) Porcentaje de Deuda a Largo Plazo	60%	63%

(1) Pasivos Totales negocios no bancarios / Patrimonio Total Consolidado

(2) **Deuda Financiera Neta después de Coberturas:** asciende a M\$3.070.600.780- al 31 de marzo de 2020, mientras que al 31 de diciembre de 2019 asciende a M\$2.755.387.868.- y corresponde a (i) la suma de las cuentas del Pasivo de los Negocios no Bancarios del Balance, Otros pasivos Financieros, Corrientes y Otros Pasivos Financieros, No Corrientes menos (ii) la cuenta del Activo de los Negocios no Bancarios del Balance, Efectivo y Equivalentes al Efectivo menos (iii) la sub cuenta "Activos de Cobertura" perteneciente a la Nota de Otros Activos Financieros Corrientes y no Corrientes de los negocios no Bancarios.

M\$	31-dic-19	31-mar-20
(+) Otros Pasivos Financieros, Corrientes	443.932.448	1.328.624.840
(+) Otros Pasivos Financieros, No Corrientes	2.813.299.285	3.046.875.341
(-) Efectivo y Equivalentes al Efectivo	299.965.353	909.838.072
(-) Activos de Cobertura, Corrientes	8.816.806	24.551.168
(-) Activos de Cobertura, No Corrientes	193.061.706	370.510.161
Deuda Financiera Neta después de Coberturas	2.755.387.868	3.070.600.780

**EBITDA Negocios No Bancarios:** asciende a M\$745.039.624.- considerando los últimos 12 meses al 31 de marzo de 2020, mientras que al 31 de diciembre de 2019 asciende a M\$ 791.232.406.- y corresponde a (i) la suma de las cuentas del Estado de Resultados Integrales Consolidado por Función de los Negocios no Bancarios, Ingresos de actividades ordinarias, Costo de ventas, Costos de distribución, Gastos de administración, Otros Gastos por función más (ii) la cuenta Depreciaciones y Amortizaciones, Total Segmentos, Negocios No Bancarios de la Nota de Información por Segmentos

M\$	31-dic-19	31-mar-20
(i) Ingresos de actividades ordinarias	8.053.582.835	8.014.380.935
Costo de ventas	(5.433.070.250)	(5.411.081.638)
Costos de distribución	(127.651.886)	(127.836.344)
Gastos de administración	(1.960.593.725)	(1.995.695.411)
Otros gastos, por función	(141.899.290)	(141.985.450)
(ii) Depreciaciones y Amortizaciones, Total Segmentos	400.864.722	407.257.532
EBITDA Negocios No Bancarios	791.232.406	745.039.624

Fuente: EEFF Falabella

(3) Total Activos Corrientes Negocios No Bancarios / Pasivos Corrientes Negocios No Bancarios

(4) (Activos Corrientes - Inventarios) / Pasivos Corrientes

(5) Total Pasivos Corrientes Negocios No Bancarios / Total Pasivos Negocios No Bancarios

(6) Total Pasivos No Corrientes Negocios No Bancarios / Total Pasivos Negocios No Bancarios

Tipo de Instrumento	Numero y fecha de inscripcion	Serie	Fecha de Emision Nominal	Fecha de Venc. Pazo de colocacion	Monto Nominal Inicial colocado UF	Monto Nominal colocado vigente UF	Unidad de Reajuste	Monto Nominal vigente reajustado M\$	Intereses devengados no pagados M\$	Valor Par M\$	Intereses pagados en el mes M\$
Bono Local	579 , del 16 Abril 2009	I	1-abr-2009	23-abr-2012	3.500.000	Serie no colocada, ni disponible para ser colocada	UF	100.417.555	320.387	100.737.952	1.988.689
Bono Local	579 , del 08 Nov. 2004	K	10-sept-2014	30-sep-2017	2.000.000	Serie no colocada, ni disponible para ser colocada	UF	9.563.596	63.793	9.627.389	-
Bono Local	395 , del 08 Nov. 2004	L	10-sept-2014	30-sep-2017	3.000.000	333.334 UF	UF	86.072.190	772.311	86.844.501	-
Bono Local	467 , del 07 Julio 2006	M	5-may-2016	13-abr-2018	2.000.000	Serie no colocada, ni disponible para ser colocada	UF	57.381.460	71.186	57.452.656	854.353
Bono Local	578 , del 16 Abril 2009	N	13-abr-2016	13-abr-2018	63.000.000	78.000.000	UF	63.000.000	132.211	63.132.211	1.586.529
Bono Local	578 , del 16 Abril 2009	O	13-abr-2016	2-dic-2017	78.000.000	Serie no colocada, ni disponible para ser colocada		78.000.000	1.691.458	79.691.458	-
Bono Local	846 , 2 de diciembre 2016	Q									
Bono Local	847 , 2 de diciembre 2016	R									
Bono Local	847 , 2 de diciembre 2016	T									
Bono Local	847 , 2 de diciembre 2016	S	13-abr-2016	2-dic-2017	3.000.000	Serie no colocada, ni disponible para ser colocada	UF	86.072.190	1.030.459	87.102.649	-
Bono Internacional	30-abr-2013		30-abr-2013	30-abr-2013	500.000.000	500.000.000	USD	418.960.000	-	418.960.000	7.855.500
Bono Internacional	30-abr-2013		27-oct-2014	27-oct-2014	94.588.500	94.588.500	USD	94.588.500	3.788.097	94.588.500	3.074.126
Bono Internacional	23-oct-2017		23-oct-2017	23-oct-2017	400.000.000	400.000.000	USD	335.168.000	-	335.168.000	6.284.400

Fuente: Falabella S.A. - Informacion vigente al cierre de abril de 2020

### **3.3 Políticas, Provisiones y Castigos de la Cartera**

#### **3.3.1 Políticas de crédito de cuentas por cobrar financieras**

Las políticas que a continuación se presentan son aquellas que la Compañía considera más adecuadas, y buscan ante todo asegurar el desarrollo sustentable del negocio. Por ello, son flexibles, de forma de poder ser modificadas ante los distintos escenarios de dinamismo que el mercado financiero pueda presentar.

La información que se presenta a continuación corresponde al negocio de tarjetas de crédito que emite CMR Falabella S.A. en Argentina.

##### **(a) Tarjeta CMR Falabella y CMR Mastercard:**

A través de este producto la empresa otorga al cliente una línea de crédito que admite las siguientes modalidades de uso:

- i. Como medio de pago de bienes o servicios en comercios o entidades afiliadas y pago automático de cuentas: permite el financiamiento de la adquisición de bienes y servicios en los establecimientos de Falabella y en los comercios afiliados. Los clientes que poseen una tarjeta CMR Falabella Mastercard tienen las mismas modalidades de uso que la Tarjeta CMR Falabella, accediendo a una red de comercios más amplia, considerando que la afiliación de los comercios la realiza Mastercard Internacional.
- ii. Para efectuar giros en dinero: modalidad bajo la cual el cliente puede utilizar su tarjeta CMR Falabella para efectuar avances en efectivo, en las cajas de los comercios habilitados para tales efectos. Esta modalidad tiene algunas limitaciones de montos de acuerdo a los lugares de dispensación y de acuerdo a los modelos de riesgo aplicados a los clientes.

Las modalidades de financiación son las siguientes:

- i. Tarjeta CMR Falabella Cuotas Pactadas: En este sistema, el cliente elige en cada operación el número de cuotas en que desea pagar. En los pagos de cuentas de servicios básicos, cargos de seguros y aportes a instituciones benéficas cargados en la modalidad de pago automático de cuentas, no existe crédito en cuotas y el 100% de esos montos deben quedar pagados en el mes.
- ii. Tarjeta CMR Falabella y CMR Falabella Mastercard Saldo Refundido (revolving): En este sistema, el cliente puede comprar con o sin cuotas, y llegado el vencimiento puede optar por pagar el total del mes o bien un mínimo. Esta es la modalidad que comúnmente utilizan las tarjetas de marcas internacionales que operan en Argentina y en el mundo.

En Argentina las condiciones generales para ser cliente son: ser ciudadano del país o extranjero con residencia definitiva, tener más de 21 años y ser menor de 75 años, tener un ingreso mínimo (Pesos

Argentinos 11.000 netos y Pesos 8.500 netos en caso de ser jubilado), cumplir con el nivel mínimo de aprobación (score) previsto en los análisis de riesgo, y no registrar protestos o morosidades. Se exige antigüedad laboral de 1 año.

Las personas que están interesadas en obtener una tarjeta de crédito CMR Falabella, deben llenar una solicitud de crédito y entregarla en las oficinas de la empresa para que sea cursada. Esta solicitud es procesada en las oficinas de CMR, y pasan por diferentes etapas como validación de identidad, comprobación de antecedentes, revisión de protestos y morosidades, aplicación del modelo de “application score” (modelo matemático en base a variables disponibles de los solicitantes de tarjeta, que otorga un puntaje de riesgo y un cupo de crédito de acuerdo a los ingresos). Finalmente, con todos los antecedentes mencionados anteriormente a la vista, se aprueba o rechaza la solicitud, o se piden mayores antecedentes del solicitante.

Al cliente, titular de la tarjeta de crédito CMR Falabella se le asigna un cupo inicial, de acuerdo a los ingresos y riesgos de cada cliente. El cupo asignado se informa mensualmente en el estado de cuenta, conjuntamente con las modalidades de uso disponibles (medio de pago o giros de efectivo).

En cuanto a los aumentos de cupo, en la medida que el cliente va cumpliendo con sus compromisos de pago y demuestra buen comportamiento externo, el cupo inicial otorgado puede ser aumentado si: la antigüedad del cliente es de 6 meses, la situación de la cuenta es normal, sin repactaciones en los últimos 6 meses y sin afectaciones negativas en el sistema financiero.

La evaluación financiera individual para determinar el aumento de cupo de cada cliente se efectúa por el “behavior score”, esto es, un modelo matemático que en base a variables del cliente y fundamentalmente del análisis de su comportamiento interno con la Compañía, asigna un score o puntuación que es considerado por la evaluadora que efectúa el aumento de cupo.

Además de las modalidades de uso señaladas, los clientes titulares de la tarjeta de crédito CMR Falabella, pueden acceder al producto “súper avance”, el que se ofrece mensualmente a aquella cartera de clientes que presenta buen comportamiento crediticio interno y externo.

Las tarjetas se mantienen operativas mientras el cliente no se encuentre en mora en el pago de la cuenta. Las autorizaciones de las operaciones son administradas por un sistema computacional centralizado, que verifica que la cuenta esté al día en su pago, como también que el monto de la operación esté dentro del cupo autorizado.

#### (b) Repactaciones

Corresponde al cambio de la estructura de la deuda para cuentas que tengan entre 1 día de atraso y hasta antes del castigo (a los 6 meses de atraso). Después de los 6 meses de atraso, al estar la cuenta castigada, no se efectúan repactaciones.

Para efectuar estas operaciones se deben cumplir las siguientes condiciones:

- i. Cuentas hasta 14 días de atraso: no requieren abono obligatorio.
- ii. Cuentas entre 15 días y 89 días de atraso: requieren abonar obligatoriamente un porcentaje del total de la deuda.

En los casos i) y ii), para efectuar una segunda operación de este tipo, es necesario haber pagado efectivamente un monto adicional a lo efectivamente pagado en la operación anterior.

No existe un plazo mínimo entre operaciones de este tipo, ni un número máximo de repactaciones, porque la exigencia de abonos constituye una limitación de riesgo, sin embargo, se requiere haber pagado efectivamente un porcentaje de la operación anterior para poder volver a repactar.

Las repactaciones, como parte de la política del negocio, permiten una recuperación parcial del crédito al exigirse un porcentaje de pago sobre el total de la deuda. Los clientes con comportamiento crediticio más riesgoso quedan, sin embargo, con su cuenta bloqueada para nuevas transacciones al menos por seis meses, hasta comprobarse el pago sucesivo de las obligaciones. Actualmente, se considera un porcentaje de la cartera total para otorgar repactaciones, monto que puede ser modificado, de acuerdo a la evolución de la situación macroeconómica.

(c) Provisiones

A partir del 1° de enero de 2018, la Compañía registra provisiones por incobrabilidad sobre sus colocaciones basada en los requerimientos de la NIIF 9, de acuerdo a lo indicado en la Sección 2.17.1.4 del presente Prospecto.

De acuerdo a lo solicitado por la Comisión para el Mercado Financiero, la Sociedad ha procedido a confeccionar una tabla en la que se muestran en forma separada los porcentajes de pérdida promedio de su cartera repactada y no repactada:

CMR Argentina

Tramos de Morosidad	Cartera mar-20 % de Pérdida promedio		Cartera dic-19 % de Pérdida promedio	
	No Repactada	Repactada	No Repactada	Repactada
Al día	0,20%	13,03%	0,26%	12,69%
1 a 30 días	2,53%	12,75%	3,13%	12,31%
31 a 60 días	7,65%	12,19%	8,80%	11,90%
61 a 90 días	8,16%	12,29%	9,09%	11,16%
91 a 120 días	69,59%	68,30%	70,81%	68,30%
121 a 150 días	69,55%	68,30%	70,83%	68,30%
151 a 180 días	74,37%	68,30%	77,12%	68,30%

El modelo de provisión de la cartera consolidada, calcula los factores de provisión en forma separada, tanto para la cartera repactada como para la no repactada. Las colocaciones repactadas representan el 7,89% del total de cuentas por cobrar financieras al 31 de marzo de 2020, lo que corresponde a M\$ 4. 685.869.

(d) Castigos

Las cuentas por cobrar financieras son castigadas al cumplirse 180 días de mora después del vencimiento.

La recuperación de castigos pasa por diferentes acciones de cobranza que se encarga a empresas de cobranzas especializadas, las que ocupan medios como teléfono, cartas, cobradores de terreno y procesos judiciales.

(e) Relación provisión, castigos y recuperos

<b>CMR Argentina</b>		
	<b>31-mar-20</b>	<b>31-dic-19</b>
	<b>M\$</b>	<b>M\$</b>
Total provisión cartera no repactada	1.928.793	1.852.042
Total provisión cartera repactada	776.307	826.729
Total castigos del período	1.574.156	11.194.738
Total recuperos del período	739.618	2.899.393

(f) Rangos y plazos promedios al 31 de marzo de 2020

Los rangos y plazos promedios de las operaciones son los siguientes:

	<b>Rangos de plazos Meses</b>	<b>Plazo promedio Argentina Meses</b>
Compras	1 a 24	2,3
Giros de dinero	1 a 24	27,9
Repactaciones (renegociaciones para CMR)	1 a 24	20,0

3.3.2. Estratificación de cartera

(a) Estratificación de cartera total

Al 31 de marzo de 2020

**CMR Argentina**

Tramos de morosidad	N° de clientes cartera no repactada	Cartera no repactada bruta M\$	N° clientes cartera repactada	Cartera repactada bruta M\$	Total cartera bruta M\$
Al día	248.984	34.252.825	4.744	2.300.681	36.553.506
1 a 30 días	78.731	16.017.417	3.003	1.498.240	17.515.657
31 a 60 días	9.741	1.913.454	756	417.547	2.331.001
61 a 90 días	3.491	760.777	267	153.367	914.144
91 a 120 días	2.214	679.899	234	133.873	813.772
121 a 150 días	1.763	576.747	155	94.012	670.759
151 a 180 días	1.643	502.850	142	88.149	590.999
<b>Totales</b>	<b>346.567</b>	<b>54.703.969</b>	<b>9.301</b>	<b>4.685.869</b>	<b>59.389.838</b>

(b) Estratificación de cartera securitizada

**CMR Argentina**

Tramos de morosidad	N° de clientes cartera no repactada	Cartera no repactada bruta M\$	N° clientes cartera repactada	Cartera repactada bruta M\$	Total cartera M\$
Al día	29.575	517.611	-	-	517.611
1 a 30 días	10.691	211.659	-	-	211.659
31 a 60 días	1.308	39.934	-	-	39.934
61 a 90 días	712	18.077	-	-	18.077
91 a 120 días	366	11.798	-	-	11.798
121 a 150 días	302	8.073	-	-	8.073
151 a 180 días	262	9.138	-	-	9.138
<b>Totales</b>	<b>43.216</b>	<b>816.291</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>816.291</b>

3.3.3. Número de tarjetas

**CMR Argentina**

	31-mar-20	31-dic-19
N° Total de tarjetas emitidas titulares	1.312.439	1.309.061
N° Total de tarjetas con saldo	355.868	378.282
N° Promedio mensual de repactaciones	308	362

El número de tarjetas por tipo es el siguiente:

Tipo de Tarjeta	N° Total de tarjetas emitidas titulares		N° Total de tarjetas con saldo	
	31-mar-20	31-dic-19	31-mar-20	31-dic-19
CMR Cerrada	556.191	556.861	16.030	17.694
CMR Abierta <sup>(1)</sup>	756.248	752.200	339.838	360.588
<b>Total</b>	<b>1.312.439</b>	<b>1.309.061</b>	<b>355.868</b>	<b>378.282</b>

<sup>(1)</sup> Tarjeta CMR Mastercard.

3.3.4 Índices de riesgo

CMR Argentina

	% Provisión/Cartera No Repactada	% Provisión/Cartera Repactada	% Provisión/Cartera Total
Índice de Riesgo Mar-20	3,53%	16,57%	4,55%

CMR Argentina

	% Castigo/Cartera Total
Índice de Riesgo Mar-20	2,65%

Índice de riesgo por tipo de tarjeta

Índice de riesgo por tipo de tarjeta Mar-20	% Provisión/Cartera Total	% Castigo/Cartera Total
CMR Cerrada	4,21%	2,82%
CMR Abierta <sup>(1)</sup>	4,56%	2,65%

<sup>(1)</sup> Tarjeta CMR Mastercard.

3.3.5. Las cuentas por cobrar financieras que no están en mora corresponden a clientes de diferentes segmentos socioeconómicos que se encuentran al día en sus obligaciones crediticias. Esta cartera tiene una esperanza de recuperación alta, por tanto, el riesgo asociado es significativamente bajo. La Sociedad realiza una provisión por incobrabilidad de los clientes que se encuentran al día, la que representa la probabilidad de pérdida esperada de esta cartera.

3.3.6 Cambios en la provisión por deterioro

El siguiente cuadro muestra la evolución de las provisiones por deterioro de la cartera de los Negocios No Bancarios:

Cambios en la provisión por deterioro - Deudores Comerciales y otras cuentas por cobrar	Deterioro por separado		Deterioro por grupo		Total
	Corriente	No Corriente	Corriente	No Corriente	
	M\$	M\$	M\$	M\$	
Saldo al 01 de marzo de 2020	20.815.897	79.406	2.598.191	80.580	23.574.074
Gasto del periodo	2.319.454	37.571	215.799	5.573	2.578.397
Importe utilizado (menos)	(920.726)	(2.343)	(329.879)	(19.339)	(1.272.287)
Reverso de importes no utilizados	(605.815)	-	-	-	(605.815)
Ajuste de conversión	(31.529)	-	149.537	4.638	122.646
Saldo al 31 de marzo de 2020	21.577.281	114.634	2.633.648	71.452	24.397.015
Saldo al 01 de enero de 2019	16.703.049	94.250	4.093.760	216.474	21.107.533
Gasto del ejercicio	11.007.774	-	537.090	14.828	11.559.692
Importe utilizado (menos)	(4.524.524)	(14.844)	(720.699)	(81.346)	(5.341.413)
Reverso de importes no utilizados	(2.553.730)	-	-	-	(2.553.730)
Ajuste de conversión	183.328	-	(1.311.960)	(69.376)	(1.198.008)
Saldo al 31 de diciembre de 2019	20.815.897	79.406	2.598.191	80.580	23.574.074

El siguiente cuadro muestra la evolución de las provisiones por deterioro de la cartera de los Negocios Bancarios:

<b>Cambios en la provisión por deterioro – Créditos y cuentas por cobrar a clientes</b>		<b>M\$</b>
<b>Saldo al 01 de enero de 2020</b>		<b>336.760.896</b>
Gasto del período		147.791.185
Importe utilizado (menos)		(92.898.361)
Reverso de importes no utilizados		(45.240.778)
Ajuste de conversión		(2.438.730)
<b>Saldo al 31 de marzo de 2020</b>		<b>343.974.212</b>
<b>Saldo al 01 de enero de 2019</b>		<b>288.153.671</b>
Gasto del ejercicio		531.017.290
Importe utilizado (menos)		(329.311.995)
Reverso de importes no utilizados		(161.780.194)
Ajuste de conversión		8.682.124
<b>Saldo al 31 de diciembre 2019</b>		<b>336.760.896</b>

La Sociedad no se encuentra expuesta a riesgos asociados a concentraciones de crédito. Esta situación se explica principalmente por la atomización de la cartera de clientes que posee Falabella al 31 de marzo de 2020 y 31 de diciembre de 2019.

La Compañía mantiene ciertos activos financieros como garantía del cumplimiento de obligaciones bancarias y no bancarias contraídas con el público, de tal forma, que los flujos de efectivo asociados de Falabella deben ser destinados únicamente a liquidar las respectivas obligaciones, al 31 de marzo de 2020 este monto asciende a M\$ 816.291, y al 31 de diciembre de 2019 este monto ascendía a M\$ 1.612.038.

### **3.4 Créditos Preferentes**

A la fecha del presente Prospecto, Falabella no es deudora de créditos preferentes a los Bonos o Efectos de Comercio fuera de aquellos que resulten de la aplicación de las normas contenidas en el título XLI del libro VI del Código Civil o leyes especiales.

### **3.5 Restricción al emisor**

#### **3.5.1 Ingresos por área de negocio.**

Los bonos de la serie J emitida con cargo a la línea de Bonos N° 579 inscrita en el Registro de Valores con fecha 16 de abril de 2009 (“Bonos Serie J”), los bonos de la serie L emitida con cargo a la Línea de Bonos N° 395 inscrita en el Registro de Valores con fecha 8 de noviembre de 2004 (“Bonos Serie L”), los bonos de la serie M emitida con cargo a la Línea de Bonos N° 467 inscrita en el Registro de Valores con fecha 7 de julio de 2006 (los “Bonos Serie M”) y bonos de las series O y P emitidas con cargo a la Línea de Bonos N° 578 inscritas en el Registro de Valores con fecha 16 de abril de 2009 (los “Bonos Serie O y P”), *establecen que el Emisor debe mantener, durante toda la vigencia de la respectiva emisión de Bonos, ingresos provenientes de las áreas de negocios de venta al detalle, administración de centros comerciales y evaluación, otorgamiento y administración de créditos, a un nivel equivalente, al menos, a un 70% de los ingresos totales consolidados de Falabella S.A., correspondiente a la cuenta Ingresos de Actividades Ordinarias de los Estados Financieros, medidos trimestralmente sobre períodos retroactivos de doce meses.*

Al 31 de marzo de 2020, el 98,28% de los ingresos totales consolidados provienen de las áreas de negocio enumeradas, por lo tanto, se cumple la restricción.

### **3.5.2 Restricción a la constitución de prendas e hipotecas.**

#### **3.5.2.1 Líneas N°395, N° 467, N° 578, N° 579, N° 846, N° 847**

Tanto los Bonos Serie J, Bonos Serie L, Bonos Serie M, Bonos Serie O y P, Bonos Serie Q y Bonos Serie S, están acogidas a la restricción de que el *Emisor y/o sus Filiales Relevantes o Filiales Importantes, según se ha definido en el respectivo contrato de emisión, no podrán constituir prendas e hipotecas que garanticen nuevas emisiones de Bonos o cualquier otra operación de crédito de dinero o cualquier otro crédito, en la medida que el monto total acumulado de todas las obligaciones garantizadas por el Emisor y/o sus Filiales Relevantes o Filiales Importantes, exceda el 5,3% del Total de Activos Consolidados del Emisor.* El “Total de Activos Consolidados del Emisor” corresponde a la cuenta denominada “Total Activos” del Estado de Situación Financiera Consolidado Clasificado del Emisor.

Al 31 de marzo de 2020, ni el Emisor ni sus Filiales Relevantes han constituido prendas o hipotecas para garantizar operaciones de crédito, por lo tanto, se cumple la restricción.

#### **3.5.2.2 Líneas N°857, N°858 y N°859**

Estas líneas disponen que el *Emisor y/o sus Filiales Relevantes no podrán constituir prendas e hipotecas que garanticen nuevas emisiones de bonos o cualquier otra operación de dinero, o cualquier otro crédito, en la medida que el monto total acumulado de todas las obligaciones garantizadas por el Emisor y/o sus Filiales Relevantes, exceda el 7,5% del Total de Activos Consolidados del Emisor.*

Al 31 de marzo de 2020, ni el Emisor ni sus Filiales Relevantes han constituido prendas o hipotecas para garantizar operaciones de crédito, por lo tanto, se cumple esta restricción.

### **3.5.3 Nivel de Endeudamiento Financiero Máximo - Línea N°579**

Los Bonos Serie J, emitidos con cargo a la línea N° 579 inscrita en el Registro de Valores de la CMF, contemplan un resguardo denominado “Nivel Endeudamiento Financiero Máximo”, el cual ha sido modificado producto de la re-implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF o IFRS en inglés) por parte de Falabella S.A. para sus reportes a la CMF, siguiendo el proceso establecido en el respectivo contrato de emisión. Estos cambios fueron expuestos al Representante de Tenedores de Bonos, y se solicitó a la empresa de auditoría externa de Falabella S.A. que adaptara dicho resguardo según la nueva situación contable.

En consecuencia, por escritura pública de fecha 5 de mayo de 2017 se modificó el contrato de emisión para la línea N° 579, adaptando el resguardo a la nueva situación y quedando este definido como se detalla a continuación:

Nivel de Endeudamiento Financiero Máximo.- A contar del 31 de marzo de 2010, mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del Emisor, un Nivel de Endeudamiento Financiero, definido como (i) la suma de las cuentas del Pasivo de los Negocios no Bancarios del Balance, Otros pasivos Financieros, Corrientes y Otros Pasivos Financieros, No Corrientes, no se considerará sin embargo en esta suma la sub cuenta “Otros Pasivos Financieros” perteneciente a la nota Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes de los negocios no Bancarios; menos (ii) la cuenta del Activo de los Negocios no Bancarios del Balance, Efectivo y Equivalentes al Efectivo, no superior al Nivel de Endeudamiento Financiero Máximo establecido por la siguiente fórmula:

El nivel de Endeudamiento Financiero Máximo en cada fecha de cierre de los Estados Financieros bajo IFRS, definido en la Cláusula décima, N° 11 del Contrato de Emisión corresponderá a:

**Deuda Financiera Máxima<sub>i</sub>** = Deuda Financiera Máxima<sub>i-1</sub> x (1 + Variación UF) – Variación Garantías a Terceros<sub>i</sub> + 1,30 x (Variación Patrimonio<sub>i</sub> + Corrección Monetaria Activos Fijos en Chile<sub>i-1</sub> + Ajuste Inversión fuera de Chile<sub>i</sub>)

- Cierre Período i: Último día del mes calendario del trimestre correspondiente a los últimos estados financieros presentados a la CMF, por ejemplo, Cierre Período 0: 31/12/2009; Cierre Período 1: 31/03/2010; Cierre Período 2: 30/06/2010; Cierre Período 3: 30/09/2010; Cierre Período 4: 31/12/2010; Cierre Período 5: 31/03/2011, en adelante.
- Cierre Período i-1: Último día del mes calendario del trimestre correspondiente a los penúltimos estados financieros presentados a la CMF.
- M\$: Miles de pesos chilenos.
- UF<sub>i</sub>: Valor de la Unidad de Fomento al Cierre Período i.
- Variación UF:  $UF_i / UF_{i-1} - 1$
- Deuda Financiera Máxima i: Es el Nivel de Endeudamiento Financiero Máximo en M\$ correspondiente al Cierre Período i para Falabella S.A. consolidado.
- Variación Garantías a Terceros i: Será el monto expresado en M\$ que resulta de restar i) la suma de los montos al Cierre Período i de todos los avales, fianzas simples o solidarias, o deudas solidarias u otras garantías, personales o reales, que se hubieren otorgado para caucionar obligaciones de terceros, con excepción de las otorgadas por Falabella S.A. o sus filiales por obligaciones de otras filiales del emisor, y aquellas otorgadas por sociedades filiales por obligaciones de Falabella S.A.; menos ii) la suma de los montos al Cierre Período i-1 de todos los avales, fianzas simples o solidarias, o deudas solidarias u otras garantías, personales o reales, que se hubieren otorgado para caucionar obligaciones de terceros, con excepción de las otorgadas por Falabella S.A. o sus filiales por obligaciones de otras filiales del emisor, y aquellas otorgadas por sociedades filiales por obligaciones de Falabella S.A., multiplicada por (1 + Variación UF).
- Variación Patrimonio i: Será el valor que resulta de restar i) el monto que resulte de sumar la cuenta "Total Patrimonio" más el valor del pasivo "Dividendos por Pagar" de Falabella consolidado en el período correspondiente al Cierre Período i, menos ii) el monto que resulte de sumar la cuenta "Total Patrimonio" más el valor del pasivo "Dividendos por Pagar", correspondiente al Cierre Período i-1, estas últimas dos cuentas multiplicadas por (1 + Variación UF).

Para el cálculo de la Variación de Patrimonio i correspondiente al 31 de diciembre de 2016, al "Total Patrimonio" correspondiente al Cierre Período i se le restará la suma de M\$365.313.212

- Corrección Monetaria Activos Fijos en Chile<sub>i-1</sub>: Será el monto expresado en M\$ que resulte de: i) sumar el rubro de activos "Propiedades, Planta y Equipo" más "Propiedad de Inversión" de Falabella S.A. consolidado en el Cierre Período i-1 en Chile, neto de

depreciación acumulada; menos ii) el rubro del pasivo “Pasivo por Impuestos Diferidos” asociados a “Propiedades, Planta y Equipo” y “Propiedades de Inversión” en el Cierre Período i-1 en Chile, menos iii) el ajuste por revalorización de las cuentas “Propiedades, Planta y Equipo” y “Propiedades de Inversión” al 31 de diciembre de 2009, debido a la adopción de IFRS, cuyo valor es de M\$ 878.140.797, más iv) el pasivo por Impuestos Diferidos asociados al ajuste por revalorización de las “Propiedades, Planta y Equipo” y “Propiedades de Inversión” al 31 de diciembre de 2009 generado por la adopción de IFRS, cuyo valor es de M\$ 149.283.935; todo lo anterior multiplicado por Variación UF.

- A partir del cálculo del 31 de marzo de 2017, el ítem Corrección Monetaria Activos Fijos en Chile<sub>i-1</sub> se calculará de la siguiente forma: Corrección Monetaria Activos Fijos en Chile<sub>i-1</sub>: Será el monto expresado en M\$ que resulte de: i) sumar el rubro de activos “Propiedades, Planta y Equipo” más “Propiedad de Inversión” de Falabella S.A. consolidado en el Cierre Período i-1 en Chile, neto de depreciación acumulada; menos ii) el rubro del pasivo “Pasivo por Impuestos Diferidos” asociados a “Propiedades, Planta y Equipo” y “Propiedades de Inversión” en el Cierre Período i-1 en Chile; menos iii) el ajuste por revalorización de las cuentas “Propiedades, Planta y Equipo” y “Propiedades de Inversión” al 31 de diciembre de 2009 y al 31 de diciembre de 2016, debido a la adopción y re-adopción de IFRS respectivamente, cuyo valor es de M\$ 1.378.565.594, más iv) el pasivo por Impuestos Diferidos asociados al ajuste por revalorización de las “Propiedades, Planta y Equipo” y “Propiedades de Inversión” al 31 de diciembre de 2009 generado por la adopción de IFRS, cuyo valor es de M\$ 284.395.520; todo lo anterior multiplicado por Variación UF.
- Ajuste Inversión fuera de Chile: Corresponde al ajuste por la Inversión que Falabella S.A. posea fuera de Chile, calculado como la sumatoria al Cierre Período i del valor de la Inversión en el extranjero en M\$, medido como el porcentaje de la propiedad sobre el Patrimonio que Falabella S.A. consolidado posee en cada país al Cierre Período i, reajustado según la variación porcentual de la moneda local de cada país con respecto del dólar de los Estados Unidos de América entre el Cierre Período i y el Cierre Período i-1.

La siguiente tabla muestra el nivel de cumplimiento del resguardo presentado en los Estados Financieros a marzo de 2020.

#### **CÁLCULO DE DEUDA MÁXIMA SEGÚN COVENANT BONOS LÍNEA 579 (Serie J) <sup>(1)</sup>**

Cifras expresadas en M\$

	Moneda	Al 31 de marzo de 2020	Al 31 de Diciembre de 2019
Cierre Período i		31-03-2020	31-12-2019
Cierre Período i-1		31-12-2019	30-09-2019
UF i	\$/UF	28597,46	28.309,94
Variación UF	%	1,02%	0,93%
Variación % Sol/ US\$ Dólar período		3,74%	-1,90%
Variación % Ars/ US\$ Dólar período		7,62%	3,90%
Variación % Cop/ US\$ Dólar período		23,91%	-6,11%
Variación % Real/ US\$ Dólar período		29,53%	-3,47%
Variación % Uru/ US\$ Dólar período		15,44%	1,01%
Variación % Mex/ US\$ Dólar período		25,20%	-4,27%

Variación % EUR/ US\$ Dólar período		2,23%	-2,78%
Variación % HKD/ US\$ Dólar período		-0,44%	-0,68%
Garantías a terceros <sub>i</sub>	Miles \$	<b>13.949.626</b>	<b>13.069.416</b>
<b>Variación Garantías a Terceros <sub>i</sub></b>	<b>Miles \$</b>	<b>747.474</b>	<b>(860.121)</b>
Total Patrimonio <sub>i</sub>	Miles \$	6.390.981.375	<b>6.232.612.076</b>
Dividendos por Pagar <sub>i</sub>	Miles \$	669.554	<b>43.165.553</b>
<b>Variación Patrimonio <sub>i</sub></b>	<b>Miles \$</b>	<b>52.135.560</b>	<b>128.707.036</b>
Activos Fijos en Chile <sub>i-1</sub> <sup>a</sup>	Miles \$	<b>4.881.642.849</b>	<b>4.727.817.146</b>
Impuestos Diferidos en Chile <sub>i-1</sub> <sup>b</sup>	Miles \$	<b>43.800</b>	<b>43.709</b>
Ajuste por revalorización inicial a IFRS en Chile <sup>c</sup>	Miles \$	<b>1.378.565.594</b>	<b>1.378.565.594</b>
Impuestos Diferidos en Chile <sup>d</sup>	Miles \$	<b>284.395.520</b>	<b>284.395.520</b>
<b>Corrección Monetaria Activos Fijos en Chile <sub>i-1</sub></b>	<b>Miles \$</b>	<b>33.864.885</b>	<b>33.864.885</b>
Inversión en Perú <sub>i</sub>	Miles \$	1.549.053.367	1.408.039.715
Inversión en Argentina <sub>i</sub>	Miles \$	38.891.201	39.368.473
Inversión en Colombia <sub>i</sub>	Miles \$	253.890.966	272.526.986
Inversión en Brasil <sub>i</sub>	Miles \$	96.759.098	114.330.746
Inversión en Uruguay <sub>i</sub>	Miles \$	50.658.696	42.744.040
Inversión en México <sub>i</sub>	Miles \$	98.621.944	102.793.524
Inversión en Alemania <sub>i</sub>	Miles \$	-4.725.436	-4.079.358
Inversión en Hong Kong <sub>i</sub>	Miles \$	1.553.915	1.225.240
Inversión en Ecuador <sub>i</sub>	Miles \$	-21.148	10.250
Inversión en Panamá <sub>i</sub>	Miles \$	-926.627	-815.678
<b>Ajuste Inversión fuera de Chile <sub>i</sub></b>	<b>Miles \$</b>	<b>182.689.721</b>	<b>-49.629.373</b>
<b>Deuda Máxima <sub>i-1</sub></b>	<b>Miles \$</b>	<b>8.091.360.200</b>	<b>7.870.323.992</b>
<b>Deuda Máxima <sub>i</sub> (1)</b>	<b>Miles \$</b>	<b>8.528.068.066</b>	<b>8.091.360.200</b>
<b>Nivel de Endeudamiento</b>	<b>Miles \$</b>	<b>3.348.465.382</b>	<b>2.825.419.198</b>

(1) Dado la inclusión de Promotora CMR Falabella S.A. al giro bancario, para el cálculo de la deuda financiera máxima aplica el Anexo 2 definido en los Contratos de Emisión de Bonos para la serie J.

<sup>a</sup> Neto de depreciación acumulada.

<sup>b</sup> Asociados a “propiedad, planta y equipos” y “propiedades de inversión”.

<sup>c</sup> Asociados a “propiedad, planta y equipos” y “propiedades de inversión”, al 31 de diciembre de 2009.

<sup>d</sup> Asociados a ajuste por revalorización inicial de “propiedad, planta y equipos” y “propiedades de inversión” al 31 de diciembre de 2009.

A marzo de 2020 la deuda financiera máxima es de M\$ 8.528.068.066 y el Nivel de Endeudamiento Financiero es de M\$ 3.348.465.382 por lo que se cumple la restricción de deuda máxima.

### 3.5.4 Ratio de Endeudamiento Financiero.

#### 3.5.4.1 Líneas N° 395, N° 467, N° 578, N° 846, N° 847

Los Bonos Serie L, Bonos Serie M, Bonos Serie O y P, Bonos Serie Q y Bonos Serie S contemplan un resguardo denominado “Ratio Endeudamiento Financiero”, el cual ha sido modificado producto de la re-implementación de las Normas IFRS por parte de Falabella S.A. para sus reportes a la CMF, siguiendo el proceso establecido en los respectivos contratos de emisión. Estos cambios fueron expuestos a los respectivos Representantes de Tenedores de Bonos, y se solicitó a la empresa de

auditoría externa de Falabella S.A. que adaptara dicho resguardo según la nueva situación contable. En consecuencia, por escrituras públicas de fecha 5 de mayo de 2017 se modificaron los respectivos contratos de emisión modificando la cláusula correspondiente el Ratio de Endeudamiento Financiero, quedando éste definido como se detalla a continuación:

**Endeudamiento Financiero:** Mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del Emisor, un Ratio de Endeudamiento Financiero, medido sobre cifras de sus Estados Financieros, no superior a 1,75 veces. Se entenderá por “Ratio de Endeudamiento Financiero” la razón entre /i/ Deuda Financiera Neta: definida como la suma de las cuentas del Pasivo de los Negocios no Bancarios del Estado de Situación Financiera Consolidado del Emisor, Otros Pasivos Financieros, Corrientes y Otros Pasivos Financieros, No Corrientes (no se considerará sin embargo en esta suma la subcuenta “Otros Pasivos Financieros” perteneciente a la nota Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes de los negocios no Bancarios), menos la cuenta del Activo de los Negocios no Bancarios del Balance, Efectivo, y Equivalentes al Efectivo, y /ii/ Patrimonio, definido como la cuenta Patrimonio Total.- Para determinar el Ratio de Endeudamiento Financiero, se considerará como un pasivo financiero del Emisor, el monto de todos los avales, fianzas simples o solidarias, codeudas solidarias u otras garantías, personales o reales, que éste o sus filiales hubieren otorgado para caucionar obligaciones de terceros, con excepción de: /i/ las otorgadas por el Emisor o sus filiales por obligaciones de otras sociedades filiales del Emisor; y /ii/ aquellas otorgadas por sociedades filiales del Emisor por obligaciones de éste. No obstante lo anterior, no se considerarán para los efectos del cálculo de Ratio de Endeudamiento Financiero, los pasivos de filiales del Emisor que actualmente o en el futuro estén autorizadas por las autoridades pertinentes para desarrollar el giro bancario o el de instituciones financieras en Chile o en el extranjero. Con todo, en caso que Promotora CMR Falabella S.A. pase a estar autorizada a desarrollar el giro bancario o de institución financiera, entonces, el Ratio de Endeudamiento Financiero del Emisor no podrá ser superior a 1,3 (uno coma tres) veces.

Cifras expresadas en M\$

	Moneda	Al 31 de marzo de 2020	Al 31 de diciembre 2019
(+) Otros pasivos financieros corrientes	Miles \$	1.328.624.840	443.932.448..
(+) Otros pasivos financieros, no corrientes	Miles \$	3.046.875.341	2.813.299.285...
(-) Efectivo y Equivalentes al Efectivo	Miles \$	909.838.072	299.965.353..
(-) Otros Pasivos Financieros, Corrientes	Miles \$	42.399.838	35.172.270..
(-) Otros Pasivos Financieros, No Corrientes	Miles \$	74.796.889	96.674.912..
<b>Nivel de Endeudamiento Financiero</b>	<b>Miles \$</b>	<b>3.348.465.382</b>	<b>2.825.419.198 ...</b>
(+) Total Patrimonio	Miles \$	6.390.981.375	6.232.612.076...
(-) Ajuste	Miles \$	365.313.212	365.313.212
<b>Total Patrimonio Ajustado</b>	<b>Miles \$</b>	<b>6.025.668.163</b>	<b>5.867.298.864 ...</b>
<b>Ratio de Endeudamiento Financiero</b>		<b>0,56</b>	<b>0,48</b>

Considerando que al 31 de marzo de 2020, Banco Falabella consolida a Promotora CMR, el Ratio de Endeudamiento Financiero no podrá superar 1,3 veces. Asimismo, la tabla anterior muestra que el ratio efectivo al 31 de marzo de 2020 es de 0,56, por lo tanto se cumple la restricción.

#### 3.5.4.2 Líneas N°857, N° 858, N° 859

**Endeudamiento Financiero:** Mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del Emisor, un Ratio de Endeudamiento Financiero, medido sobre cifras de sus Estados Financieros, no superior a 1,75 veces. Se entenderá por “Ratio de Endeudamiento Financiero” la razón entre /i/ Deuda Financiera Neta: definida como la suma de las cuentas del Pasivo de los Negocios no Bancarios del Estado de Situación Financiera Consolidado del Emisor, Otros Pasivos Financieros, Corrientes y Otros Pasivos Financieros, No Corrientes (no se considerará sin embargo en esta suma la subcuenta “Otros Pasivos Financieros” perteneciente a la nota Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes de los negocios no Bancarios), menos la cuenta del Activo de los Negocios no Bancarios del Balance, Efectivo, y Equivalentes al Efectivo, y /ii/ Patrimonio, definido como la cuenta Patrimonio Total.- Para determinar el Ratio de Endeudamiento Financiero, se considerará como un pasivo financiero del Emisor, el monto de todos los avales, fianzas simples o solidarias, codeudas solidarias u otras garantías, personales o reales, que éste o sus filiales hubieren otorgado para caucionar obligaciones de terceros, con excepción de: /i/ las otorgadas por el Emisor o sus filiales por obligaciones de otras sociedades filiales del Emisor; y /ii/ aquéllas otorgadas por sociedades filiales del Emisor por obligaciones de éste. No obstante lo anterior, no se considerarán para los efectos del cálculo de Ratio de Endeudamiento Financiero, los pasivos de filiales del Emisor que actualmente o en el futuro estén autorizadas por las autoridades pertinentes para desarrollar el giro bancario o el de instituciones financieras en Chile o en el extranjero. Con todo, en caso que Promotora CMR Falabella S.A. pase a estar autorizada a desarrollar el giro bancario o de institución financiera, entonces, el Ratio de Endeudamiento Financiero del Emisor no podrá ser superior a 1,3 (uno coma tres) veces.

Cifras expresadas en M\$

	Moneda	Al 31 de marzo de 2020	Al 31 de diciembre 2019
(+) Otros pasivos financieros corrientes	Miles \$	1.328.624.840	443.932.448
(+) Otros pasivos financieros, no corrientes	Miles \$	3.046.875.341	2.813.299.285
(-) Efectivo y Equivalentes al Efectivo	Miles \$	909.838.072	299.965.353
(-) Otros Pasivos Financieros, Corrientes	Miles \$	42.399.838	35.172.270
(-) Otros Pasivos Financieros, No Corrientes	Miles \$	74.796.889	96.674.912
<b>Nivel de Endeudamiento Financiero</b>	<b>Miles \$</b>	<b>3.348.465.382</b>	<b>2.825.419.198</b>
<b>Total Patrimonio</b>	<b>Miles \$</b>	<b>6.390.981.375</b>	<b>6.232.612.076</b>
<b>Ratio de Endeudamiento Financiero</b>		<b>0,52</b>	<b>0,45</b>

Considerando que al 31 de marzo de 2020, Banco Falabella consolida a Promotora CMR, el Ratio de Endeudamiento Financiero no podrá superar 1,3 veces. Asimismo, la tabla muestra que el ratio efectivo al 31 de marzo de 2020 es de 0,52, por lo tanto se cumple la restricción.

A marzo de 2020 el Emisor cumple con todos los covenants del contrato de emisión.

### Bonos Colocados en el Extranjero

Con fecha 30 de abril de 2013 se materializó y procedió a la colocación de bonos extranjeros de conformidad a la normativa 144 A del Securities Act de los Estados Unidos de América del año 1933

y su correspondiente regulación. La emisión y colocación se realizó en dos series de bonos tanto en Dólares como en Pesos Chilenos.

Con fecha 27 de octubre de 2014 se materializó y procedió a la colocación de bonos extranjeros de conformidad a la normativa 144 A del Securities Act de los Estados Unidos de América del año 1933 y su correspondiente regulación. La emisión y colocación se realizó en una serie de bonos en Dólares.

Con fecha 23 de octubre de 2017 se materializó y procedió a la colocación de bonos extranjeros de conformidad a la normativa 144 A del Securities Act de los Estados Unidos de América del año 1933 y su correspondiente regulación. La emisión y colocación se realizó en una serie de bonos en Dólares.

Para todos los bonos colocados en el extranjero, el Emisor y/o sus Filiales Significativas no podrán constituir garantías reales, esto es prendas, hipotecas y venta con retro arrendamiento que garanticen nuevas emisiones de Bonos o cualquier otra operación de crédito de dinero o cualquier otro crédito, en la medida que el monto total acumulado de todas las obligaciones garantizadas por el Emisor y/o sus Filiales Importantes, exceda el veinte por ciento del Total de los Activos Tangibles Netos Consolidados.

A marzo de 2020 el Emisor cumple con todas las restricciones de los contratos de emisión.

#### **Efectos de comercio**

A marzo de 2020, Falabella S.A. no tiene líneas de Efectos de Comercio disponibles.

Los contratos de emisión no contemplan ningún tipo de covenants financieros o garantías sobre Efectos de Comercio, por lo que a marzo de 2020 no implican restricciones para la Compañía.

#### **Otras Obligaciones Financieras**

Las otras obligaciones financieras contraídas por la Compañía con Bancos o Instituciones financieras, tanto corrientes como no corrientes, no están afectas a ningún tipo de covenants financieros.

### **3.6 Definiciones de Interés**

**Activos Esenciales:** significará la propiedad, directa o indirecta del Emisor sobre al menos el cincuenta por ciento de las acciones emitidas por cada uno de Promotora CMR Falabella S.A., Falabella Retail S.A., por Sodimac S.A. y Plaza S.A.

**Agente Colocador:** se definirá en cada Escritura Complementaria.

**Bolsa de Comercio:** significará la Bolsa de Comercio de Santiago, Bolsa de Valores S.A.

**Banco Central:** significará el Banco Central de Chile.

**Bonos:** significará los títulos de deuda a largo plazo desmaterializados emitidos conforme al Contrato de Emisión y sus Escritura Complementarias.

**CMF:** significará la Comisión para el Mercado Financiero.

**DCV:** significará el Depósito Central de Valores S.A., Depósito de Valores, sociedad anónima constituida de acuerdo a la Ley del DCV y el Reglamento del DCV.

**Día Hábil Bancario:** significará cualquier día del año que no sea sábado, domingo, feriado, treinta y uno de diciembre u otro día en que los bancos comerciales estén obligados o autorizados por ley o por la CMF para permanecer cerrados en la ciudad de Santiago.

**Diario:** significará el Diario “El Mercurio” de Santiago, si éste dejare de existir, el Diario Oficial de la República de Chile.

**Documentos de la Emisión:** significará el Contrato de Emisión, el Prospecto y los antecedentes adicionales que se hayan acompañado a la Comisión para el Mercado Financiero con ocasión del proceso de inscripción de los Bonos.

**Dólar o Dólares:** significará la moneda en curso legal en los Estados Unidos de Norteamérica.

**Dólar Observado:** significará el tipo de cambio que corresponde a la cantidad de Pesos necesaria para comprar un Dólar, según lo determine el Banco Central, conforme con lo establecido en el número seis del Capítulo I del Compendio de Normas de Cambios Internacionales del Banco Central de que se publica en el Diario Oficial y que corresponde a las transacciones realizadas en el Mercado Cambiario Formal durante el día hábil inmediatamente anterior. En el caso que por cualquier razón dejare de publicarse o publicitar el Dólar Observado, se empleará el tipo de cambio Dólar vendedor que certifique el Banco de Chile, Casa Matriz, vigente a las 12:00 horas del día anterior a aquél en que deba efectuarse el pago.

**Emisión:** significará la emisión de Bonos del Emisor conforme al Contrato de Emisión.

**Escrituras Complementarias:** significará las respectivas escrituras complementarias del Contrato de Emisión, que deberán otorgarse con motivo de cada emisión con cargo a la Línea y que contendrán las especificaciones de los Bonos que se emitan con cargo a la Línea, su monto, características y demás condiciones especiales.

**Estados Financieros:** corresponde a la información financiera que las entidades inscritas en el Registro de Valores deben presentar periódicamente a la CMF de conformidad a la normativa vigente. Se deja constancia que las menciones hechas en el Contrato de Emisión a las cuentas o partidas de los actuales Estados Financieros confeccionados conforme con las normas IFRS, corresponden a aquéllas vigentes a su fecha. Para el caso que la CMF modifique dichas cuentas o partidas en el futuro, las referencias del Contrato de Emisión a cuentas o partidas específicas de los actuales Estados Financieros se entenderán hechas a aquellas nuevas cuentas o partidas que las reemplacen tanto en el caso que las normas IFRS continúen en vigor o éstas sean reemplazadas por otro conjunto de normas contables diferente.

**Filiales Relevantes:** significará Promotora CMR Falabella S.A., Falabella Retail S.A., Sodimac S.A. y Plaza S.A.

**IFRS:** significará los *International Financial Reporting Standards* o Estándares Internacionales de Información Financiera, esto es, el método contable que las entidades inscritas en el Registro de Valores deberán utilizar para preparar sus estados financieros y presentarlos periódicamente a la CMF, conforme a las normas impartidas al efecto por dicha entidad.

**Ley de Mercado de Valores:** significará la ley N° 18.045, de Mercado de Valores.

**Ley del DCV:** significará la ley N° 18.876, sobre Entidades Privadas de Depósito y Custodia de Valores.

**Línea:** significará la línea de emisión de bonos a que se refiere el Contrato de Emisión.

**Peso:** significará la moneda en curso legal en la República de Chile.

**Prospecto:** significará el prospecto o folleto informativo de la Línea que deberá ser remitido a la CMF conforme a lo dispuesto en la Norma de Carácter General número treinta de la CMF.

**Registro de Valores:** significará el registro de valores que lleva la CMF en conformidad a la Ley de Mercado de Valores y a su normativa orgánica.

**Reglamento del DCV:** significará el Decreto Supremo de Hacienda N° 734, de 1991.

**Representante de los Tenedores de Bonos o Representante:** significará Banco de Chile, en su calidad de representante de los Tenedores de Bonos.

**Tabla de Desarrollo:** significará la tabla en que se establece el valor de los cupones de los Bonos.

**Tenedores de Bonos:** significará cualquier inversionista que haya adquirido y mantenga inversión en Bonos emitidos conforme al Contrato de Emisión.

**Total de Activos Consolidados:** Corresponde a la cuenta denominada "Total Activos" del Estado de Situación Financiera Consolidado del Emisor.

**Unidad de Fomento o UF:** significará la unidad reajutable fijada por el Banco Central en virtud del artículo 35 de la Ley N° 18.840 o la que oficialmente la suceda o reemplace. En caso que la Unidad de Fomento deje de existir o se modifique la forma de su cálculo, se considerará como valor de la Unidad de Fomento aquél valor que la Unidad de Fomento tenga en la fecha en que deje de existir, debidamente reajustado según la variación del Índice de Precios al Consumidor, calculado por el Instituto Nacional de Estadísticas (o el índice u organismo que lo reemplace o suceda), entre el día primero del mes calendario en que la Unidad de Fomento deje de existir y el último día del mes calendario inmediatamente anterior a la fecha de cálculo.

## **4.0 DESCRIPCIÓN DE LA EMISIÓN**

### **4.1 Escritura de Emisión**

La escritura de emisión correspondiente a un contrato de emisión por línea de títulos de deuda desmaterializados a 10 años fue otorgada en la Notaría de Santiago de don Iván Torrealba Acevedo con fecha 16 de enero de 2017, bajo el Repertorio N° 884-2017, suscrita entre el Emisor y Banco de Chile como representante de los tenedores de Bonos (en adelante el “Contrato de Emisión”, la “Línea” o la “Línea de Bonos”).

La escritura complementaria del Contrato de Emisión, correspondiente a los Bonos Serie Z y Serie AA fue otorgada mediante escritura pública de fecha 30 de abril de 2020, en la Notaría de San Miguel de don Jorge Reyes Bessone, bajo el Repertorio N° 2.227-2020, y modificada en la misma Notaría con fecha 13 de mayo de 2020, bajo el Repertorio N° 2.416/2020 (en adelante, la “Escritura Complementaria de Primera Emisión”).

### **4.2 Número y fecha de inscripción de la Línea**

La Línea de Bonos fue inscrita bajo el N° 858, con fecha 5 de julio de 2017 en el Registro de Valores de la CMF, sucesora legal de la Superintendencia de Valores y Seguros en virtud de la Ley N° 21.000.

### **4.3 Código nemotécnico de las series**

El Emisor definirá en cada Escritura Complementaria el código nemotécnico de cada colocación.

### **4.4 Principales características de la Línea**

#### **4.4.1 Monto Fijo/Línea**

Línea de Bonos.

#### **4.4.2 Monto Máximo de la Línea**

El monto máximo de la presente Línea será la suma de UF 3.000.000 (tres millones de Unidades de Fomento), sea que cada colocación que se efectúe con cargo a la Línea sea en Unidades de Fomento, Pesos o Dólares. Del mismo modo, el monto máximo de capital insoluto de los Bonos vigentes con cargo a la Línea no superará el monto de UF 3.000.000 (tres millones de Unidades de Fomento).

Lo anterior es sin perjuicio que, previo acuerdo del Directorio de la Sociedad, y dentro de los diez días hábiles anteriores al vencimiento de los Bonos, el Emisor podrá realizar una nueva colocación dentro de la Línea, por un monto de hasta el cien por ciento del máximo autorizado de dicha Línea, para financiar exclusivamente el pago de los instrumentos que estén por vencer.

Los Bonos que se emitan con cargo a la Línea podrán estar expresados en Pesos, en Unidades de Fomento o en Dólares y serán pagaderos en Pesos, según la equivalencia de la Unidad de Fomento a la fecha establecida para su pago, o en su caso, del Dólar Observado publicado en el Diario Oficial o certificado por el Banco Central de Chile el Día Hábil Bancario inmediatamente anterior a la fecha establecida para su pago.

El monto nominal de capital de todas las emisiones con cargo a la Línea se determinará en las respectivas Escrituras Complementarias junto con el monto del saldo insoluto de capital de los Bonos vigentes y colocados previamente, que correspondan a otras emisiones efectuadas con cargo a la Línea, para lo cual deberá estarse al valor de la Unidad de Fomento o el Dólar Observado a la fecha de la respectiva Escritura Complementaria que acordó la emisión.

En aquellos casos en que los Bonos se emitan en una unidad distinta a Unidades de Fomento, además de señalar el monto nominal de la nueva emisión y el saldo insoluto de las emisiones previas en la respectiva unidad, se establecerá su equivalente en Unidades de Fomento, para lo cual deberá estarse, según corresponda, (i) al valor de la Unidad de Fomento a la fecha de la respectiva Escritura Complementaria que acordó la emisión; y/o (ii) al Valor del Dólar Observado publicado en el Diario Oficial o certificado por el Banco Central de Chile el Día Hábil Bancario anterior a la fecha de la respectiva Escritura Complementaria que acordó la emisión, en caso que los Bonos se hayan emitido en Dólares.

Reducción del monto de la Línea. El Emisor podrá renunciar a emitir y colocar el total de la Línea y, además, reducir el monto de la Línea al equivalente de hasta el valor nominal de los Bonos emitidos y colocados a la fecha de la renuncia, con la expresa autorización del Representante de los Tenedores de Bonos. Esta renuncia y la consecuente reducción del valor nominal de la Línea deberán constar por escritura pública y ser comunicadas al DCV y a la CMF. A partir de la fecha en que dicha declaración se registre en la CMF, el monto de la Línea quedará reducido al monto efectivamente colocado. El Representante de los Tenedores de Bonos deberá concurrir, en conjunto con el Emisor, al otorgamiento de la escritura pública en que conste la reducción del valor nominal de la Línea, pudiendo acordar con el Emisor los términos de dicha escritura sin necesidad de autorización previa por parte de la junta de Tenedores de Bonos.

#### **4.4.3 Plazo de Vencimiento de la Línea**

La Línea tiene un plazo máximo de 10 (diez) años contados desde su fecha de inscripción en el Registro de Valores, dentro del cual el Emisor tendrá derecho a colocar y deberán vencer las obligaciones con cargo a la Línea. No obstante lo anterior, la última emisión de Bonos con cargo a la Línea podrá tener obligaciones de pago que venzan con posterioridad al término del plazo de la Línea, para lo cual el Emisor dejará constancia en la Escritura Complementaria de la circunstancia de ser ella la última emisión con cargo a la Línea.

#### **4.4.4 Conversión en Acciones**

Los Bonos emitidos con cargo a la Línea no serán convertibles en acciones.

#### **4.4.5 Portador / A la Orden / Nominativos**

Los títulos de los Bonos que se emitan con cargo a la Línea serán al portador.

#### **4.4.6 Materializados / Desmaterializados**

Los títulos de los Bonos que se emitan con cargo a la Línea serán desmaterializados.

#### **4.4.7 Procedimiento en caso de Amortizaciones Extraordinarias**

**Rescate anticipado.-**

**(a)** Salvo que se indique lo contrario para una o más series en la respectiva Escritura Complementaria que establezca sus condiciones, el Emisor podrá rescatar anticipadamente en forma total o parcial los Bonos se emitan con cargo a esta Línea, en cualquier tiempo, sea o no una fecha de pago de intereses o de amortizaciones de capital, a contar de la fecha que se indique en la respectiva Escritura Complementaria para la respectiva serie o sub-serie.

**(b)** En las respectivas Escrituras Complementarias de los Bonos emitidos con cargo a la presente Línea, se especificará si los Bonos de la respectiva serie o sub-serie tendrán la opción de amortización extraordinaria. En caso de tenerla, los bonos se rescatarán a: **(i)** el equivalente al saldo insoluto de su capital, según la fecha de la respectiva amortización extraordinaria, a ser determinado en la respectiva Escritura Complementaria, o **(ii)** la suma de los valores presentes de los pagos de intereses y amortizaciones de capital restantes establecidos en la respectiva Tabla de Desarrollo, (excluidos los intereses devengados y no pagados hasta la fecha de prepago), descontados a la Tasa de Prepago (según este término se define a continuación), o **(iii)** al mayor valor entre **(y)** el saldo insoluto de su capital y **(z)** la suma de los valores presentes de los pagos de intereses y amortizaciones de capital restantes establecidos en la respectiva Tabla de Desarrollo, (excluidos los intereses devengados y no pagados hasta la fecha de prepago), descontados a la Tasa de Prepago según este término se define a continuación. En todos los casos anteriores se sumarán los intereses devengados y no pagados a la fecha de rescate anticipado. En caso que los bonos de la respectiva serie o sub-serie estén expresados en Dólares y que la respectiva Escritura Complementaria establezca la opción de amortización extraordinaria, entonces dicho rescate sólo podrá realizarse del modo indicado en el punto (i) anterior.

**(c)** En caso que se rescate anticipadamente una parcialidad de los Bonos, el Emisor efectuará un sorteo ante Notario para determinar cuáles de los Bonos se rescatarán. Para estos efectos, el Emisor, con a lo menos 15 días de anticipación a la fecha en que se vaya a practicar el sorteo ante Notario, publicará por una vez un aviso en el Diario, aviso que además será notificado por medio de carta certificada al Representante de los Tenedores de Bonos y al DCV. En tal aviso se señalará el monto que se desea rescatar anticipadamente, el Notario ante el cual se efectuará el sorteo y el día, hora y lugar en que este se llevará a efecto. A la diligencia del sorteo podrán asistir el Emisor, el Representante de los Tenedores de Bonos y los Tenedores de Bonos que lo deseen. No se invalidará el procedimiento de rescate anticipado si al sorteo no asistieren algunas de las personas recién señaladas. El día del sorteo el Notario levantará un acta de la diligencia, en la que se dejará constancia del número y serie o sub-serie de los Bonos sorteados. El acta será protocolizada en los registros de escrituras públicas del Notario ante el cual se hubiere efectuado el sorteo. El sorteo deberá realizarse con a lo menos 30 días de anticipación a la fecha en el cual se vaya a efectuar el rescate anticipado. Dentro de los 5 días siguientes al sorteo se publicará por una sola vez, en el Diario, la lista de los Bonos que según el sorteo serán rescatados anticipadamente con indicación del número y serie o sub-serie de cada uno de ellos,

**(d)** En caso que la amortización extraordinaria contemple la totalidad de los Bonos en circulación, se publicará, por una vez, un aviso en el Diario, indicando este hecho. Este aviso deberá publicarse a lo menos 30 días antes de la fecha en que se efectúe la amortización extraordinaria.

**(e)** Tanto para el caso de amortización extraordinaria parcial como total de los bonos, el aviso en el Diario deberá indicar, si corresponde, el mecanismo para calcular la Tasa de Prepago o indicar la cláusula del contrato de emisión donde se establece la forma de determinar la Tasa de Prepago y la oportunidad en que la Tasa de Prepago será comunicada al Representante de los Tenedores de Bonos. También, si corresponde, el aviso debe señalar las series o sub-series de Bonos que serán amortizados extraordinariamente.

Adicionalmente, el Emisor deberá informar lo contemplado en las letras (d) y (e) de este N° 4.4.7, al Representante de los Tenedores de Bonos y al DCV mediante carta certificada enviada con a lo menos diez días de anticipación a dicha fecha.

**(f)** Si la fecha de pago en que debiera efectuarse la amortización extraordinaria no fuera Día Hábil Bancario, la amortización extraordinaria se efectuará el primer Día Hábil Bancario siguiente.

**(g)** Los intereses y reajustes de los Bonos amortizados extraordinariamente, cesarán y serán pagaderos en la fecha en que se efectúe el pago de la amortización correspondiente. Lo indicado en el presente literal (g) en cuanto al pago de intereses y reajustes de los Bonos amortizados extraordinariamente deberá ser indicado en el aviso al que se hace referencia en este N° 4.4.7.

### **Definiciones Aplicables**

**(a)** Tasa de Prepago: Se entenderá por Tasa de Prepago, el equivalente a la suma de la Tasa Referencial a la fecha de prepago más un Margen. La Tasa de Prepago deberá determinarse el 8° Día Hábil Bancario previo al día en que se vaya a realizar el rescate anticipado. Para estos efectos, el Emisor deberá hacer el cálculo correspondiente y comunicar al Representante de los Tenedores de Bonos y al DCV la Tasa de Prepago que se aplicará a más tardar a las 17:00 horas del 8° Día Hábil Bancario previo al día en que se vaya a realizar el rescate anticipado a través de correo, fax u otro medio electrónico.

**(b)** Margen: El Margen corresponderá al definido en la Escritura Complementaria, en caso de contemplarse la opción de rescate anticipado.

**(c)** Tasa Referencial: La Tasa Referencial a una cierta fecha se determinará de la siguiente manera: se ordenarán desde menor a mayor Duración, que más adelante se define, todos Instrumentos que componen las Categorías Benchmark, obteniéndose un rango de Duraciones cada una de las categorías. Para el caso de aquellos bonos emitidos en Unidades de Fomento, Categorías Benchmark serán "UF-02", "UF-05", "UF-07", "UF-10"; "UF- 20" y "UF-30", de acuerdo al criterio establecido por la Bolsa de Comercio de Santiago. Para el caso de aquellos Bonos emitidos en pesos, las Categorías Benchmark serán "Pesos-02", "Pesos-05", "Pesos-07" y "Pesos-10", de acuerdo al criterio establecido por la Bolsa de Comercio. Si la Duración del Bono valorizado a la tasa de carátula está contenida dentro de alguno de los rangos de Duraciones de las Categorías Benchmark de Renta Fija, se utilizará como Tasa Referencial la tasa del instrumento de punta ("*on the run*") de la categoría correspondiente. En caso contrario, se realizará una interpolación lineal en base a las Duraciones y Tasas Benchmark de los instrumentos punta de cada una de las categorías antes señaladas, considerando los instrumentos cuya Duración sea similar a la del bono colocado. Si se agregaran, sustituyeran o eliminaran Categorías Benchmark de Renta Fija de instrumentos emitidos por el Banco Central de Chile y la Tesorería General de la República para operaciones en UF o pesos por parte de la Bolsa de Comercio, se utilizarán los instrumentos punta de aquellas Categorías Benchmark de Renta Fija que estén vigentes al 10° Día Hábil Bancario previo al día en que se realice el rescate anticipado. Para calcular el precio y la Duración de los instrumentos, se utilizará el valor determinado por la "Tasa Benchmark: 1 y 20 pm" del sistema valorizador de instrumentos de renta fija del sistema computacional de la Bolsa de Comercio ("SEBRA"), o aquel sistema que lo suceda o reemplace. Si la Tasa Referencial no pudiere ser determinada en la forma indicada precedentemente, el Emisor procederá, tan pronto tenga conocimiento de esta situación, a solicitar a al menos tres de los Bancos de Referencia una cotización de la tasa de interés de los bonos equivalentes a los considerados en las Categorías Benchmark de Renta Fija de la Bolsa de Comercio de instrumentos emitidos por el Banco Central de Chile y la Tesorería

General de la República, cuya Duración corresponda a la del Bono valorizado a la tasa de carátula, tanto para una oferta de compra como para una oferta de venta, debiendo el Representante de los Tenedores de Bonos confirmar que las cotizaciones solicitadas y entregadas por el Emisor cumplan con los plazos y requisitos establecidos en este instrumento. El plazo de que disponen los Bancos de Referencia para enviar sus cotizaciones es de un Día Hábil y sus correspondientes cotizaciones deberán realizarse antes de las catorce horas de aquel día, las cuales se mantendrán vigentes hasta la fecha de la respectiva amortización extraordinaria de los Bonos. Se considerará como la cotización de cada Banco de Referencia el punto medio entre ambas ofertas cotizadas. La cotización de cada Banco de Referencia así determinada, será a su vez promediada con las proporcionadas por los restantes Bancos de Referencia, y el resultado de dicho promedio aritmético constituirá la Tasa Referencial. La tasa así determinada será definitiva para las partes, salvo error manifiesto.

**(d)** Duración: Se entenderá por duración de un instrumento al promedio ponderado, expresado en años, de los plazos de sus flujos de caja remanentes a la fecha de evaluación. Para tal efecto, se entiende como los ponderadores al valor presente de cada uno de los flujos de caja remanentes, descontado a una tasa determinada, como porcentaje de la suma total de dichos valores presente.

**(e)** Bancos de Referencia: Serán Bancos de Referencia los siguientes Bancos o sus sucesores legales: Banco de Chile, Scotiabank Chile (sucesor legal de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, Chile y de Scotiabank Sudamericano), Banco Santander, Banco del Estado de Chile, Banco de Crédito e Inversiones, Itaú Corpbanca (sucesor legal de Corpbanca) y Banco Security. No obstante, no se considerarán como Bancos de Referencia a aquéllos que en el futuro lleguen a ser relacionados con el Emisor.

### **Causal de Rescate Anticipado**

Si durante la vigencia de la emisión de Bonos con cargo a la Línea, el Emisor enajenare cualquiera de los Activos Esenciales contenidos en la definición de dicho término señalada en la cláusula primera de este instrumento, en adelante la "Causal de Pago Anticipado", el Emisor deberá ofrecer a cada uno de los Tenedores de Bonos Elegibles -según dicho término se define más adelante- una opción de rescate voluntario de idénticas condiciones para todos ellos, en conformidad con lo establecido en el artículo 130 de la Ley de Mercado de Valores y con arreglo a los siguientes términos: Tan pronto se verifique la Causal de Pago Anticipado, nacerá para cada uno de los Tenedores de Bonos Elegibles la opción de exigir al Emisor durante el Plazo de Ejercicio de la Opción -según este término se define más adelante- el pago anticipado de la totalidad de los Bonos de que sean titulares, en adelante "Opción de Prepago". En caso de ejercerse la Opción de Prepago por un Tenedor de Bonos Elegible, la que tendrá carácter individual y no estará sujeta de modo alguno a las mayorías establecidas en las cláusulas referidas a las Juntas de Tenedores de Bonos contenidas en el Contrato de Emisión, se pagará a aquél una suma igual al monto del capital insoluto de los Bonos de que sea titular, más los intereses devengados y no pagados hasta la fecha en que se efectúe el pago anticipado -la "Cantidad a Prepagar"-.

El Emisor deberá informar la ocurrencia de la Causal de Pago Anticipado al Representante de los Tenedores de Bonos, dentro del plazo de 30 días de producida la Causal de Pago Anticipado. Contra el recibo de dicha comunicación, el Representante de los Tenedores de Bonos, deberá citar a una Junta de Tenedores de Bonos a la brevedad posible, pero en todo caso, no más allá de 30 días contados desde la fecha en que haya recibido el respectivo aviso por parte del Emisor, a fin de informar a dichos Tenedores de Bonos acerca de la ocurrencia de la Causal de Pago Anticipado.

Dentro del plazo de 30 días contado desde la fecha de celebración de la respectiva Junta de Tenedores de Bonos -el "Plazo de Ejercicio de la Opción"-, los Tenedores de Bonos que de acuerdo a la ley hayan tenido derecho a participar en dicha Junta, sea que hayan o no concurrido a la misma -los "Tenedores de Bonos Elegibles"- podrán ejercer la Opción de Prepago mediante comunicación escrita enviada al Representante de los Tenedores de Bonos, por carta certificada o por presentación escrita entregada en el domicilio del Representante de los Tenedores de Bonos, mediante Notario Público que así lo certifique.

El ejercicio de la Opción de Prepago será irrevocable y deberá referirse a la totalidad de los Bonos de que el respectivo Tenedor de Bonos Elegible sea titular. La circunstancia de no enviar la referida comunicación o enviarla fuera de plazo o forma, se tendrá como rechazo al ejercicio de la Opción de Prepago por parte del Tenedor de Bonos Elegible.

La cantidad a prepagar deberá ser pagada por el Emisor, a través del Banco Pagador, a los Tenedores de Bonos Elegibles que hayan ejercido la Opción de Prepago en una fecha determinada por el Emisor que deberá ser entre la del vencimiento del Plazo de Ejercicio de la Opción y los 60 días siguientes. Se deberá publicar aviso en el Diario, indicando la fecha y lugar de pago, con una anticipación de a lo menos 20 días a la señalada fecha de pago. El pago se efectuará contra la presentación y cancelación de los títulos y cupones respectivos, en el caso de Bonos materializados, o contra la presentación del certificado correspondiente, que para el efecto realizará el DCV, de acuerdo a lo establecido en la Ley del DCV, su Reglamento, en el caso de Bonos desmaterializados.

#### **4.4.8 Garantías**

Los Bonos emitidos con cargo a la Línea no contemplan garantías, salvo el derecho de prenda general sobre los bienes del Emisor de acuerdo a los artículos 2465 y 2469 del Código Civil.

#### **4.4.9 Uso General de los Fondos**

Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos correspondientes a la Línea, se destinarán (i) al refinanciamiento de pasivos de corto y largo plazo del Emisor y/o sus filiales, independientemente de que estén expresados en moneda nacional o extranjera; y/o (ii) al financiamiento del programa de inversiones del Emisor y/o de sus filiales; y/o (iii) a otros fines corporativos generales del Emisor y/o sus filiales. Los fondos se podrán destinar exclusivamente a uno de los referidos fines o, simultáneamente, a dos o más de ellos y en las proporciones que se indiquen en las respectivas Escrituras Complementarias.

#### **4.4.10 Uso Específico de los Fondos**

El uso específico de los fondos provenientes de cada colocación se establecerá en la respectiva Escritura Complementaria.

#### **4.4.11 Clasificación de Riesgo**

**La clasificación de riesgo asignada a la Línea de Bonos es la siguiente:**

Clasificador: Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada  
Categoría: AA, "Credit Watch" Negativo.

Clasificador: Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada  
Categoría: AA (Perspectiva: Negativa).

Los Estados Financieros utilizados por ambas clasificadoras de riesgo para efectuar sus respectivas clasificaciones corresponden a marzo de 2020 en el caso de Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada y Estados Financieros de la Sociedad de diciembre de 2019 para el caso de Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada.

**La clasificación asignada a la solvencia de Falabella S.A. es la siguiente:**

Clasificador: Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada  
Categoría: AA, "Credit Watch" Negativo.

Clasificador: Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada  
Categoría: AA (cl) (Perspectiva: Negativa).

Los Estados Financieros utilizados por ambas clasificadoras de riesgo para efectuar sus respectivas clasificaciones corresponden a marzo de 2020 en el caso de Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada y Estados Financieros de la Sociedad de diciembre de 2019 para el caso de Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada.

Se deja constancia que ni el Emisor ni los bonos a ser colocados con cargo a la Línea han sido objeto de clasificaciones de solvencia o similares, de carácter preliminar, por parte de otras entidades clasificadoras, durante los doce meses previos a la fecha de la escritura complementaria.

#### **4.5 Características Específicas de los Bonos Serie Z**

##### **4.5.1. Monto a ser Colocado**

**/i/ Monto de la Emisión.** La presente Emisión será por un valor nominal de hasta 3.000.000 de Unidades de Fomento, considerando los Bonos Serie Z y los Bonos Serie AA.

**/ii/ Monto de la Serie Z.** La Serie Z considera Bonos Serie Z por un valor nominal de hasta el equivalente a 3.000.000 de Unidades de Fomento. Al día de otorgamiento de la Escritura Complementaria de Primera Emisión, el valor nominal de la Línea de Bonos disponible es de tres millones de Unidades de Fomento.

**/iii/** Los Bonos Serie Z y el monto a pagar de cada cuota, tanto de capital como de intereses, se expresan en Unidades de Fomento y, por tanto, el monto de las mismas se reajustará según la variación que experimente el valor de la Unidad de Fomento, y deberán pagarse según la equivalencia de la Unidad de Fomento a la fecha establecida para su pago. Para estos efectos, se tendrán por válidas las publicaciones del valor de la Unidad de Fomento que haga el Banco Central de Chile en el Diario Oficial, de conformidad al número nueve del Artículo 35 de la Ley número 18.840, o el organismo que lo reemplace o suceda para estos efectos.

##### **4.5.2. Series:**

**/i/** La presente Emisión se divide en dos Series denominadas "Serie Z" y "Serie AA".

**/ii/** Los Bonos Serie Z tendrán la siguiente enumeración: desde el número uno hasta el número 60.000 ambos inclusive.

##### **4.5.3. Código Nemotécnico:**

El código nemotécnico de los Bonos Serie Z es el siguiente: "BFALA-Z".

#### **4.5.4. Cantidad de Bonos**

La Serie Z comprende en total la cantidad de 60.000 Bonos Serie Z.

#### **4.5.5. Cortes**

La Serie Z contempla cortes de UF 50 (cincuenta Unidades de Fomento).

#### **4.5.6. Valor Nominal de los Bonos Serie Z**

Cada Bono Serie Z tiene un valor nominal de UF 50 (cincuenta Unidades de Fomento).

#### **4.5.7. Reajustabilidad**

Los Bonos Serie Z se reajustarán a partir del día quince de abril de dos mil veinte, según la variación que experimente el valor de la Unidad de Fomento, debiendo pagarse en su equivalente en Pesos conforme el valor que la Unidad de Fomento tenga al vencimiento de cada cuota. Para estos efectos, se tendrán por válidas las publicaciones del valor de la Unidad de Fomento que haga el Banco Central de Chile en el Diario Oficial, de conformidad al número 9 del Artículo 35 de la ley número 18.840 o el organismo que lo reemplace o suceda para estos efectos.

#### **4.5.8. Tasa de Interés**

Los Bonos Serie Z devengarán, sobre el capital insoluto expresado en UF, un interés anual fijo de 1,50%, compuesto, vencido, calculado sobre la base de semestres iguales de 180 días, equivalente a 0,7472% semestral.

#### **4.5.9. Fecha de inicio de devengo de intereses y reajustes**

Los intereses de los Bonos Serie Z se devengarán desde el día 15 de abril de 2020 y se pagarán en las fechas que se indican en la Tabla de Desarrollo Serie Z señalada en la Sección 4.5.10 siguiente, comenzando el día 15 de octubre de 2020.

#### **4.5.10. Cupones y Tabla de Desarrollo**

- (i) Los Bonos Serie Z llevan consigo 14 cupones, de los cuales: **(x)** los 6 primeros cupones serán para el pago de intereses solamente; y **(y)** 8 cupones contemplarán el pago de intereses y amortizaciones del capital.
- (ii) Se deja constancia que, tratándose en la especie de una emisión desmaterializada, los cupones de los Bonos Serie Z no tienen existencia física o material, siendo referenciales para el pago de las cuotas correspondientes y que el procedimiento de pago de los mismos se realizará conforme a lo establecido en el Contrato de Emisión y en el Reglamento Interno del DCV.
- (iii) Las fechas de pago de intereses y amortización de capital, lo mismo que los montos a pagar en cada caso, son los que aparecen en la Tabla de Desarrollo Serie Z de los Bonos Serie Z, que se entiende formar parte integrante de la Escritura Complementaria para todos los efectos legales (la "Tabla de Desarrollo Serie Z").
- (iv) Si las fechas fijadas para el pago de intereses, de reajustes o de capital recayeren en día que no fuere un Día Hábil Bancario, el pago respectivo se hará el Día Hábil Bancario siguiente.

(v) Los intereses y el capital no cobrados en las fechas que correspondan, no devengarán nuevos intereses ni reajustes y los Bonos Serie Z tampoco devengarán intereses ni reajustes con posterioridad a la fecha de su vencimiento, o en su caso, a la fecha de su rescate anticipado, salvo que el Emisor incurra en mora en el pago de la respectiva cuota, evento en el cual las sumas impagas devengarán un interés igual al interés contemplado en el artículo dieciséis de la ley número dieciocho mil diez para operaciones en moneda nacional reajustables. No constituirá mora o retardo del Emisor en el pago de capital, interés o reajuste el atraso en el cobro en que incurra el Tenedor de Bonos de que se trate respecto del cobro de alguna cuota o cupón.

(vi) Los intereses y reajustes de los Bonos Serie Z amortizados extraordinariamente, cesarán y serán pagaderos desde la fecha en que se efectúe el pago de la amortización correspondiente.

**(vii) Tabla de Desarrollo de los Bonos Serie Z**

**Tabla de Amortización - Serie Z**

**Descripción del bono**

Monto UF	50,0000	Plazo	7,0 años
Intereses	Semestral	Período de gracia	3,0 años
Tasa de interés anual	1,5000%		
Tasa de interés semestral	0,7472%		
Período de intereses (meses)	6		
Fecha inicio devengo de int.	15 de abril de 2020		

Período	Fecha de Pago	Interés	Principal	Int.+Principal	Saldo Insoluto
0,0	15 de abril de 2020				50,0000
0,5	15 de octubre de 2020	0,3736	-	0,3736	50,0000
1,0	15 de abril de 2021	0,3736	-	0,3736	50,0000
1,5	15 de octubre de 2021	0,3736	-	0,3736	50,0000
2,0	15 de abril de 2022	0,3736	-	0,3736	50,0000
2,5	15 de octubre de 2022	0,3736	-	0,3736	50,0000
3,0	15 de abril de 2023	0,3736	-	0,3736	50,0000
3,5	15 de octubre de 2023	0,3736	6,2500	6,6236	43,7500
4,0	15 de abril de 2024	0,3269	6,2500	6,5769	37,5000
4,5	15 de octubre de 2024	0,2802	6,2500	6,5302	31,2500
5,0	15 de abril de 2025	0,2335	6,2500	6,4835	25,0000
5,5	15 de octubre de 2025	0,1868	6,2500	6,4368	18,7500
6,0	15 de abril de 2026	0,1401	6,2500	6,3901	12,5000
6,5	15 de octubre de 2026	0,0934	6,2500	6,3434	6,2500
7,0	15 de abril de 2027	0,0467	6,2500	6,2967	-

**4.5.11. Fecha de Amortización Extraordinaria:**

(i) El Emisor podrá rescatar anticipadamente en forma total o parcial los Bonos Serie Z a partir del día 15 de abril de 2022, salvo en caso que el día del rescate anticipado no fuere un Día

Hábil Bancario, en cuyo caso la amortización extraordinaria se efectuará el primer Día Hábil Bancario siguiente, en conformidad a lo señalado en la Sección 4.4.7 del presente Prospecto.

- (ii) La opción de amortización extraordinaria contemplada en el numeral (iii) de la letra (b) del apartado “*Rescate Anticipado*” de la Sección 4.4.7 del presente Prospecto. Asimismo, de conformidad con en la Sección 4.4.7 del presente Prospecto, para efectos del cálculo de la Tasa de Prepago de los Bonos Serie Z, se considerará que el Margen será de 0,8% (cero coma ocho por ciento).

#### **4.5.12. Plazo de Colocación de los Bonos Serie Z**

El plazo de colocación de los Bonos Serie Z será de 36 meses a partir de la fecha de la emisión del Oficio por el que la CMF tome conocimiento o autorice la emisión de los Bonos Serie Z y sus características. Los Bonos Serie Z que no se colocaren en dicho plazo quedarán sin efecto.

**4.5.13. Plazo de Vencimiento:** Los Bonos Serie Z vencerán el día 15 de abril de 2027.

#### **4.5.14. Descripción de la Colocación**

- (i) **Tipo de Colocación.** La colocación de los Bonos Serie Z se efectuará a través de intermediarios, y estará dirigida al mercado en general.
- (ii) **Sistema de Colocación.** La colocación de los Bonos Serie Z se podrá efectuar bajo la modalidad mejor esfuerzo, por medio de remate en bolsa, o colocación privada.

#### **4.5.15. Agente Colocador**

El Emisor definirá un Agente Colocador con la anterioridad suficiente para efectuar la colocación.

#### **4.5.16. Bonos Convertibles en Acciones**

Los Bonos Serie V no son convertibles en acciones.

#### **4.5.17. Clasificación de Riesgo de la Serie**

La clasificación de riesgo asignada a la Serie Z es la siguiente:

Clasificador: Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada  
Categoría: AA, “Credit Watch” Negativo.

Clasificador: Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada  
Categoría: AA (Perspectiva: Negativa).

Estas clasificaciones se realizaron en base a los Estados Financieros de la Sociedad al 31 de marzo de 2020 en el caso de Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada y Estados Financieros de la Sociedad de diciembre de 2019 para el caso de Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada.

Durante los últimos 12 meses previos a la fecha de este Prospecto, la Línea de Bonos no ha sido objeto de clasificaciones de solvencia o similares, de carácter preliminar, por parte de otras entidades clasificadoras.

#### **4.5.18 Uso Específico de los Fondos de los Bonos Serie Z:**

Los Bonos Serie Z serán utilizados en su totalidad para proceder al refinanciamiento de pasivos bancarios de corto y largo plazo del Emisor y/o sus filiales.

#### **4.5.19 Beneficio Tributario:**

La colocación de los Bonos Serie Z se acoge al beneficio tributario establecido en el Artículo 104 de la Ley de Impuesto a la Renta, según éste fuera modificado por la Ley N° 20.712, publicada en el Diario Oficial de 7 de enero de 2014 y, en consecuencia, se acoge al régimen tributario establecido en dicha disposición. A estos efectos, de conformidad con la misma norma antes citada, la tasa de interés fiscal que se determine será informada, el mismo día de efectuada la colocación de los Bonos Serie Z a la CMF y a las bolsas e intermediarios de valores. Adicionalmente, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 74, número 7, de la Ley de Impuesto a la Renta, modificado por las Leyes números 20.956 y 21.210, y a lo instruido por el Servicio de Impuestos Internos en la Circular número 71 de 2016, se pacta expresamente que la retención de los impuestos asociados a los intereses devengados por los instrumentos señalados en el Artículo 104 de la referida ley, se efectuará en la forma señalada en el Artículo 74, número 8, de la Ley de Impuesto a la Renta. Los contribuyentes sin domicilio ni residencia en Chile deben contratar o designar un representante, custodio, intermediario, depósito de valores u otra persona domiciliada o constituida en el país, que sea responsable de cumplir con las obligaciones tributarias que les afecten. En consecuencia, estarán obligados a efectuar la retención de impuesto que corresponda, los representantes, custodios, intermediarios, depósitos de valores u otras personas domiciliadas o constituidas en Chile que hayan sido designadas o contratadas por contribuyentes sin domicilio ni residencia en el país, para los efectos de cumplir con las obligaciones tributarias provenientes de la tenencia o enajenación de los instrumentos de deuda de oferta pública a que se refiere el Artículo 104 de la Ley de Impuesto a la Renta.

#### **4.6 Características Específicas de los Bonos Serie AA**

##### **4.6.1. Monto a ser Colocado**

**/i/ Monto de la Emisión.** La presente Emisión será por un valor nominal de hasta 3.000.000 de Unidades de Fomento, considerando los Bonos Serie Z y los Bonos Serie AA.

**/ii/ Monto de la Serie AA.** La Serie AA considera Bonos Serie AA por un valor nominal de \$86.000.000.000, equivalentes a la fecha de la Escritura Complementaria de Primera Emisión a 2.997.483,856 Unidades de Fomento, al valor de la Unidad de Fomento de \$28.690,73. Al día de otorgamiento de la Escritura Complementaria de Primera Emisión, el valor nominal de la Línea de Bonos disponible es de 3.000.000 de Unidades de Fomento, equivalentes a \$86.072.190.000, según el valor de la Unidad de Fomento del día de otorgamiento de la Escritura Complementaria de Primera Emisión, de \$28.690,73.

**/iii/** Los Bonos Serie AA y el monto a pagar de cada cuota, tanto de capital como de intereses, se expresan en Pesos.

##### **4.6.2. Series**

**/i/** La presente Emisión se divide en dos Series denominadas “Serie Z” y “Serie AA”.

**/ii/** Los Bonos Serie AA tendrán la siguiente enumeración: desde el número 1 hasta el número 86.000, ambos inclusive.

##### **4.6.3. Código Nemotécnico**

El código nemotécnico de los Bonos Serie AA es el siguiente: “BFALA-AA”

#### **4.6.4. Cantidad de Bonos**

La Serie AA comprende en total la cantidad de 86.000 Bonos Serie AA.

#### **4.6.5. Cortes**

La Serie AA contempla cortes de \$ 1.000.000 (Un millón pesos chilenos).

#### **4.6.6. Valor Nominal de los Bonos Serie AA**

Cada Bono Serie AA tiene un valor nominal de \$ 1.000.000 (un millón Pesos).

#### **4.6.7. Reajustabilidad**

Los Bonos Serie AA se denominan y pagan en Pesos y no son reajustables.

#### **4.6.8. Tasa de Interés**

Los Bonos Serie AA devengarán un interés anual fijo de 3,45%, compuesto, vencido, calculado sobre la base de semestres iguales de 180 días, equivalente a 1,7104% semestral.

#### **4.6.9. Fecha de inicio de devengo de intereses y reajustes**

Los intereses de los Bonos Serie AA se devengarán desde el día 15 de abril de 2020 y se pagarán en las fechas que se indican en la Tabla de Desarrollo Serie AA señalada en la Sección 4.6.10 siguiente, comenzando el día 15 de octubre de 2020.

#### **4.6.10. Cupones y Tabla de Desarrollo**

- (i) Los Bonos Serie AA llevan consigo 14 cupones, de los cuales: **(x)** los seis primeros cupones serán para el pago de intereses solamente; y **(y)** ocho cupones contemplarán el pago de intereses y amortizaciones del capital.
- (ii) Se deja constancia que, tratándose en la especie de una emisión desmaterializada, los cupones de los Bonos Serie AA no tienen existencia física o material, siendo referenciales para el pago de las cuotas correspondientes y que el procedimiento de pago de los mismos se realizará conforme a lo establecido en el Contrato de Emisión y en el Reglamento Interno del DCV.
- (iii) Las fechas de pago de intereses y amortización de capital, lo mismo que los montos a pagar en cada caso, son los que aparecen en la Tabla de Desarrollo Serie AA de los Bonos Serie AA, que se entiende formar parte integrante de la Escritura Complementaria para todos los efectos legales (la “Tabla de Desarrollo Serie AA”).
- (iv) Si las fechas fijadas para el pago de intereses, de reajustes o de capital recayeren en día que no fuere un Día Hábil Bancario, el pago respectivo se hará el Día Hábil Bancario siguiente.
- (v) Los intereses y el capital no cobrados en las fechas que correspondan, no devengarán nuevos intereses ni reajustes y los Bonos Serie AA tampoco devengarán intereses ni reajustes con posterioridad a la fecha de su vencimiento, o en su caso, a la fecha de su rescate anticipado, salvo que el Emisor incurra en mora en el pago de la respectiva cuota,

evento en el cual las sumas impagas devengarán un interés igual al interés contemplado en el artículo dieciséis de la ley número dieciocho mil diez para operaciones en moneda nacional no reajustables. No constituirá mora o retardo del Emisor en el pago de capital, interés o reajuste el atraso en el cobro en que incurra el Tenedor de Bonos de que se trate respecto del cobro de alguna cuota o cupón.

- (vi) Los intereses y reajustes de los Bonos Serie AA amortizados extraordinariamente, cesarán y serán pagaderos desde la fecha en que se efectúe el pago de la amortización correspondiente.

**(vii) Tabla de Desarrollo de los Bonos Serie AA**

**Tabla de Amortización - Serie AA**

**Descripción del bono**

Monto UF	1.000.000	Plazo	7,0 años
Intereses	Semestral	Período de gracia	3,0 años
Tasa de interés anual	3,4500%		
Tasa de interés semestral	1,7104%		
Período de intereses (meses)	6		
Fecha inicio devengo de int.	15 de abril de 2020		

Período	Fecha de Pago	Interés	Principal	Int.+Principal	Saldo Insoluto
0,0	15 de abril de 2020				1.000.000
0,5	15 de octubre de 2020	17.104	-	17.104	1.000.000
1,0	15 de abril de 2021	17.104	-	17.104	1.000.000
1,5	15 de octubre de 2021	17.104	-	17.104	1.000.000
2,0	15 de abril de 2022	17.104	-	17.104	1.000.000
2,5	15 de octubre de 2022	17.104	-	17.104	1.000.000
3,0	15 de abril de 2023	17.104	-	17.104	1.000.000
3,5	15 de octubre de 2023	17.104	125.000	142.104	875.000
4,0	15 de abril de 2024	14.966	125.000	139.966	750.000
4,5	15 de octubre de 2024	12.828	125.000	137.828	625.000
5,0	15 de abril de 2025	10.690	125.000	135.690	500.000
5,5	15 de octubre de 2025	8.552	125.000	133.552	375.000
6,0	15 de abril de 2026	6.414	125.000	131.414	250.000
6,5	15 de octubre de 2026	4.276	125.000	129.276	125.000
7,0	15 de abril de 2027	2.138	125.000	127.138	-

**4.6.11. Fecha de Amortización Extraordinaria**

- (i) El Emisor podrá rescatar anticipadamente en forma total o parcial los Bonos Serie AA a partir del día 15 de abril de 2022, salvo en caso que el día del rescate anticipado no fuere un Día Hábil Bancario, en cuyo caso la amortización extraordinaria se efectuará el primer Día Hábil Bancario siguiente, en conformidad a lo señalado en la Sección 4.4.7 del presente Prospecto.
- (ii) La opción de amortización extraordinaria contemplada en el numeral (iii) de la letra (b) del apartado “Rescate Anticipado” de la Sección 4.4.7 del presente Prospecto. Asimismo, de conformidad con en el la Sección 4.4.7 del presente Prospecto, para efectos del cálculo de la Tasa de Prepago de los Bonos Serie AA, se considerará que el Margen será de 0,8% (cero coma ocho por ciento).

#### **4.6.12. Plazo de Colocación de los Bonos Serie AA**

El plazo de colocación de los Bonos Serie AA será de 36 meses a partir de la fecha de la emisión del Oficio por el que la CMF tome conocimiento o autorice la emisión de los Bonos Serie AA y sus características.

#### **4.6.13. Plazo de Vencimiento**

Los Bonos Serie AA vencerán el día 15 de abril de 2027.

#### **4.6.14. Descripción de la Colocación**

- (i) **Tipo de Colocación.** La colocación de los Bonos Serie AA se efectuará a través de intermediarios, y estará dirigida al público en general.
- (ii) **Sistema de Colocación.** La colocación de los Bonos Serie AA se podrá efectuar bajo la modalidad mejor esfuerzo, por medio de remate en bolsa, o colocación privada.

#### **4.6.15. Agente Colocador**

El Emisor definirá un Agente Colocador con la anterioridad suficiente para efectuar la colocación.

#### **4.6.16. Bonos Convertibles en Acciones:**

Los Bonos Serie AA no son convertibles en acciones.

#### **4.6.17. Clasificación de Riesgo de la Serie**

La clasificación de riesgo asignada a la Serie AA es la siguiente:

Clasificador: Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada  
Categoría: AA, "Credit Watch" Negativo.

Clasificador: Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada  
Categoría: AA (Perspectiva: Negativa).

Estas clasificaciones se realizaron en base a los Estados Financieros de la Sociedad al 31 de marzo de 2020 en el caso de Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada y Estados Financieros de la Sociedad de diciembre de 2019 para el caso de Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada.

Durante los últimos 12 meses previos a la fecha de este Prospecto, la Línea de Bonos no ha sido objeto de clasificaciones de solvencia o similares, de carácter preliminar, por parte de otras entidades clasificadoras.

#### **4.6.18 Uso Específico de los Fondos de los Bonos Serie AA**

Los Bonos Serie AA serán utilizados en su totalidad para proceder al refinanciamiento de pasivos bancarios de corto y largo plazo del Emisor y/o sus filiales.

#### **4.6.19 Beneficio Tributario:**

La colocación de los Bonos Serie AA se acoge al beneficio tributario establecido en el Artículo 104 de la Ley de Impuesto a la Renta, según éste fuera modificado por la Ley N° 20.712, publicada en

el Diario Oficial de 7 de enero de 2014 y, en consecuencia, se acoge al régimen tributario establecido en dicha disposición. A estos efectos, de conformidad con la misma norma antes citada, la tasa de interés fiscal que se determine será informada, el mismo día de efectuada la colocación de los Bonos Serie AA a la CMF y a las bolsas e intermediarios de valores. Adicionalmente, de acuerdo a lo establecido en el Artículo 74, número 7, de la Ley de Impuesto a la Renta, modificado por las Leyes números 20.956 y 21.210, y a lo instruido por el Servicio de Impuestos Internos en la Circular número 71 de 2016, se pacta expresamente que la retención de los impuestos asociados a los intereses devengados por los instrumentos señalados en el Artículo 104 de la referida ley, se efectuará en la forma señalada en el Artículo 74, número 8, de la Ley de Impuesto a la Renta. Los contribuyentes sin domicilio ni residencia en Chile deben contratar o designar un representante, custodio, intermediario, depósito de valores u otra persona domiciliada o constituida en el país, que sea responsable de cumplir con las obligaciones tributarias que les afecten. En consecuencia, estarán obligados a efectuar la retención de impuesto que corresponda, los representantes, custodios, intermediarios, depósitos de valores u otras personas domiciliadas o constituidas en Chile que hayan sido designadas o contratadas por contribuyentes sin domicilio ni residencia en el país, para los efectos de cumplir con las obligaciones tributarias provenientes de la tenencia o enajenación de los instrumentos de deuda de oferta pública a que se refiere el Artículo 104 de la Ley de Impuesto a la Renta.

#### **4.7 Resguardos y *covenants* a favor de los tenedores de bonos**

##### **4.7.1 Obligaciones, Limitaciones y Prohibiciones**

Mientras el Emisor no haya pagado a los Tenedores de los Bonos el total del capital, reajustes e intereses de los Bonos en circulación, el Emisor se sujetará a las siguientes obligaciones, limitaciones y prohibiciones, sin perjuicio de las que le sean aplicables conforme a las normas generales de la legislación pertinente:

**1.-** Cumplir con las leyes, reglamentos y demás disposiciones legales que le sean aplicables, debiendo incluirse en dicho cumplimiento, sin limitación alguna, el pago en tiempo y forma de todos los impuestos, tributos, tasas, derechos y cargos que afecten al propio Emisor o a sus bienes muebles e inmuebles, salvo aquellos que impugne de buena fe y de acuerdo a los procedimientos judiciales y/o administrativos pertinentes, y siempre que, en este caso, se mantengan reservas adecuadas para cubrir tal contingencia, de conformidad con las normas contables generalmente aceptadas en la República de Chile;

**2.-** Enviar al Representante, en el mismo plazo en que deba entregarla a la CMF, **(i)** copia de toda la información que conforme a la legislación chilena esté obligado a enviar a esta última y siempre que no tenga la calidad de información reservada y **(ii)** copia de sus Estados Financieros trimestrales y anuales consolidados. Adicionalmente, el Representante de los Tenedores de Bonos podrá solicitar los Estados Financieros anuales de las filiales directas del Emisor, debiendo el Emisor enviarlos en un plazo máximo de 5 Días Hábiles Bancarios contados desde la fecha de recepción de dichas solicitudes y desde que el Emisor disponga de dicha información. Se entenderá que el Emisor dispone de dicha información una vez cumplido el plazo, para entrega esta misma a la CMF;

**3.-** Asimismo, el Emisor enviará al Representante, copia de los informes de clasificación de riesgo de la emisión, a más tardar dentro de los 30 Días Hábiles Bancarios después de recibidos de sus clasificadores privados. El Emisor se obliga a enviar al Representante dentro del mismo plazo en que deban entregarse los Estados Financieros a la CMF, una carta firmada por el Gerente General o quien haga de sus veces en la cual deje constancia del cumplimiento de las obligaciones contraídas en virtud del Contrato de Emisión, y cualquier otra información relevante que requiera la CMF acerca de él, que corresponda ser informada a acreedores y/o accionistas;

**4.-** Informar a la CMF la cantidad de Bonos de cada Serie efectivamente colocados, dentro del plazo de 10 días siguientes a: **(i)** cada una de las colocaciones de Bonos que se efectúen con cargo a esta Línea o **(ii)** al vencimiento del plazo de colocación de la respectiva emisión de la Serie de que se trate;

**5.-** Notificar al Representante de las citaciones a juntas ordinarias o extraordinarias de accionistas, cumpliendo con las formalidades y dentro de los plazos propios de la citación a los accionistas, establecidos en los estatutos sociales o en la Ley de Sociedades Anónimas y en su Reglamento;

**6.-** Efectuar el pago anticipado que se contempla el N° 4.4.7 precedente de este prospecto de este Prospecto), cumpliendo la tramitación allí establecida, en el evento que se cumplan las circunstancias allí señaladas;

**7.-** No otorgar avales ni fianzas, ni constituirse en codeudor solidario de obligaciones de terceros ajenos a sus filiales;

**8.-** No efectuar inversiones en instrumentos emitidos por personas relacionadas, ni efectuar con estas personas otras operaciones ajenas a su giro habitual, en condiciones que sean más desfavorables al Emisor en relación con las que imperen en el mercado, cumpliendo al respecto, en forma especial y preponderante, lo dispuesto en los artículos cuarenta y cuatro, cincuenta bis y ochenta y nueve de la Ley de Sociedades Anónimas. Se estará a la definición de “personas relacionadas” que da el artículo 100 de LMV. El Representante podrá solicitar, y el Emisor le deberá enviar, tan pronto este la solicite, la información acerca de las operaciones con personas relacionadas necesarias para verificar el cumplimiento de lo señalado en el presente número;

**9.-** Mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del Emisor, un Ratio de Endeudamiento Financiero, medido sobre cifras de sus Estados Financieros, no superior a 1,75 (uno coma setenta y cinco) veces. Se entenderá por Ratio de Endeudamiento Financiero la razón entre: (i) Deuda Financiera Neta: definida como la suma de las cuentas del Pasivo de los Negocios no Bancarios del Estado de Situación Financiera Consolidado del Emisor Otros Pasivos Financieros, Corrientes y Otros Pasivos Financieros, No Corrientes (no se considerará sin embargo en esta suma la subcuenta “Otros Pasivos Financieros” perteneciente a la cuenta “Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes de los negocios no Bancarios); menos la cuenta del Activo de los Negocios no Bancarios del Balance, Efectivo, y Equivalentes al Efectivo, y (ii) Patrimonio, definido como la cuenta Patrimonio Total.- Para determinar el Ratio de Endeudamiento Financiero, se considerará como un pasivo financiero del Emisor, el monto de todos los avales, fianzas simples o solidarias, codeudas solidarias u otras garantías, personales o reales, que éste o sus filiales hubieren otorgado para caucionar obligaciones de terceros, con excepción de: (i) las otorgadas por el Emisor o sus filiales por obligaciones de otras sociedades filiales del Emisor; y (ii) aquéllas otorgadas por sociedades filiales del Emisor por obligaciones de éste. No obstante lo anterior, no se considerarán para los efectos del cálculo de Ratio de Endeudamiento Financiero, los pasivos de filiales del Emisor que actualmente o en el futuro estén autorizadas por las autoridades pertinentes para desarrollar el giro bancario o el de instituciones financieras en Chile o en el extranjero. Con todo, en caso que Promotora CMR Falabella S.A. pase a estar autorizada a desarrollar el giro bancario o de institución financiera, entonces, el Ratio de Endeudamiento Financiero del Emisor no podrá ser superior a 1,3 (uno coma tres) veces.

Considerando que al 31 de marzo de 2020, Banco Falabella consolida a Promotora CMR, el Ratio de Endeudamiento Financiero no podrá superar 1,3 veces.

Para todos los efectos a que haya lugar, las eventuales infracciones a la obligación establecida en este N° 9, y que se deriven de una fusión del Emisor o de alguna de sus filiales, o de una adquisición por parte del Emisor o de alguna de sus filiales, no serán consideradas como un incumplimiento del Emisor al Contrato de Emisión, por el plazo de 9 meses contado desde la fecha en que el Emisor deba presentar los primeros Estados Financieros a la CMF posteriores a la respectiva fusión y/o adquisición. En caso que, cumplido el plazo de 9 meses antes indicado, el Emisor no pueda exhibir cumplimiento con el señalado ratio, ello se considerará como un incumplimiento del Emisor al Contrato de Emisión en los términos de la cláusula Undécima del mismo. Con todo, el Emisor -y/o sus filiales, en su caso-no podrán acordar una nueva fusión o adquisición que implique infracción al Ratio de Endeudamiento Financiero establecido en este N° 9, mientras el Emisor no esté nuevamente en cumplimiento de éste. Lo anterior, salvo de que la fusión o adquisición posterior implique el cumplimiento del ratio en cuestión o una disminución del Ratio de Endeudamiento Financiero. El Representante podrá solicitar al Emisor, mediante carta enviada a éste, los antecedentes que permitan verificar el Ratio de Endeudamiento Financiero a que se refiere el presente punto en caso de fusión del Emisor o alguna de sus filiales, los que deberán ser enviados por el Emisor dentro del plazo de 3 Días Hábiles desde la recepción de- la misma. Se deja expresa constancia y se establece que, a contar de la fecha de entrada en vigor de la Norma Internacional de Información Financiera (NIIF o IFRS) N° 16 del Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, y respecto de cualquier cálculo del Ratio de Endeudamiento Financiero conforme a las disposiciones precedentes que deba efectuarse con posterioridad a dicha fecha de aplicación y vigencia, la cuenta -o subcuenta respectiva- referida al monto total del pasivo por Leasing Operativos que con motivo de la entrega en vigencia de la citada norma, deban exponerse como un pasivo financiero dentro del rubro "*Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes*", no será considerado, incorporado ni utilizado para el cálculo y determinación del Ratio de Endeudamiento Financiero conforme a las disposiciones precedentes.

El Emisor señalará en una nota de sus estados financieros el cumplimiento y el indicador de la presente restricción, junto con el detalle de las cuentas y los montos que componen el Ratio de Endeudamiento Financiero;

Al 31 de marzo de 2020 el Emisor tenía un Ratio de Endeudamiento Financiero igual a 0,52.

**10.-** El Emisor deberá establecer y mantener adecuados sistemas de contabilidad sobre la base de las normas IFRS o aquellas otras que la autoridad competente determine; y efectuar las provisiones que surjan de contingencias adversas que, a juicio de la administración y la empresa de auditoría externa

**11.-** El Emisor deberá establecer y mantener adecuados sistemas de contabilidad sobre la base de las normas IFRS o aquellas otras que la autoridad competente determine; y efectuar las provisiones que surjan de contingencias adversas que, a juicio de la administración y la empresa de auditoría externa del Emisor, deban ser reflejadas en los Estados Financieros de éste y/o en el de sus filiales. El Emisor velará porque sus filiales nacionales se ajusten a lo establecido en este N° 11 - Con todo, en relación a las filiales extranjeras, éstas deberán ajustarse a las normas contables generalmente aceptadas en sus respectivos países y, para efectos de su consolidación, deberán hacerse los ajustes que correspondan a fin de su adecuación a las normas contables aplicables al Emisor. Además, el Emisor deberá contratar y mantener a alguna empresa de auditoría externa independiente de reconocido prestigio, nacional o internacional, para el examen y análisis de sus Estados Financieros al 31 de diciembre de cada año. Sin perjuicio de lo anterior, se acuerda expresamente que **(i)**

si por disposición de la CMF se modificare la normativa contable actualmente vigente, sustituyendo las normas IFRS o los criterios de valorización de los activos o pasivos registrados en dicha contabilidad, y ello afectare una o más obligaciones, limitaciones o prohibiciones contempladas en este Contrato de Emisión, en adelante los "Resguardos", y/o **(ii)** si se modificaren por la entidad ocultada para definir las normas contables IFRS los criterios de valorización establecidos para las partidas contables de los actuales Estados Financieros, el Emisor dentro un plazo de 20 días contados desde que las nuevas disposiciones hayan sido reflejadas por primera vez en sus Estados Financieros, deberá exponer estos cambios al Representante de los Tenedores de Bonos y solicitar a su empresa de auditoría externa que, dentro de los 60 días siguientes a la fecha de esa solicitud, procedan a adaptar los respectivos Resguardos según la nueva situación contable.

El Emisor y el Representante deberán modificar el Contrato de Emisión a fin de ajustarlo a lo que determinen los referidos auditores en su informe, debiendo el Emisor ingresar a la CMF la solicitud relativa a esta modificación al Contrato de Emisión, junto con la documentación respectiva, dentro del mismo plazo en que deba presentar sus siguientes Estados Financieros a la CMF. Para lo anterior no se necesitará el consentimiento previo de la Junta de Tenedores de Bonos, sin perjuicio de lo cual, el Representante deberá informar a los Tenedores de Bonos respecto de las modificaciones al Contrato de Emisión mediante una publicación en el Diario dentro del plazo de 20 días hábiles contados desde la aprobación de la Superintendencia a la modificación del Contrato de Emisión respectivo. En los casos mencionados precedentemente, y mientras el Contrato de Emisión no sea modificado conforme al procedimiento anterior, no se considerará que el Emisor ha incumplido el Contrato de Emisión cuando a consecuencia exclusiva de dichas circunstancias el Emisor dejare de cumplir con uno o más Resguardos.

Se deja constancia que el procedimiento indicado en este N° 11 tiene por objetivo resguardar cambios generados exclusivamente por disposiciones relativas a materias contables y, en ningún caso, aquellos generados por variaciones en las condiciones de mercado que afecten al Emisor.

Por otra parte, no será necesario modificar el Contrato de Emisión en caso que sólo se cambien los nombres de las cuentas o partidas de los Estados Financieros actualmente vigentes y/o se hagan nuevas agrupaciones de dichas cuentas o partidas, afectando la definición de las cuentas y partidas referidas en este Contrato de Emisión y ello no afectare a uno o más de los Resguardos del Emisor. En este caso, el Emisor deberá informar al Representante de los Tenedores de Bonos dentro del plazo de 15 días hábiles contados desde que las nuevas disposiciones hayan sido reflejadas por primera vez en sus Estados Financieros, debiendo acompañar a su presentación un informe de su empresa de auditoría externa que explique la manera en qué han sido afectadas las definiciones de las cuentas y partidas descritas en el Contrato de Emisión;

**12.-** El Emisor y/o sus Filiales Relevantes no podrán constituir prendas e hipotecas, que garanticen nuevas emisiones de Bonos o cualquier otra, operación de crédito de dinero, o cualquier otro crédito, en la medida que el monto total acumulado de todas las obligaciones garantizadas por el Emisor y/o sus Filiales Relevantes, exceda el 7,5% (siete coma cinco por ciento) del Total de Activos Consolidados del Emisor.

No obstante lo anterior, para estos efectos no se considerarán las siguientes garantías reales: **(a)** las vigentes a la fecha del Contrato de Emisión; **(b)** las constituidas para financiar, refinanciar, pagar o amortizar el precio de compra o costos, para el caso de activos adquiridos con posterioridad al Contrato de Emisión y siempre que la respectiva garantía recaiga sobre activos adquiridos o construidos con posterioridad a esta fecha; **(c)** las que se otorguen por parte del Emisor a favor de sus filiales o de éstas al Emisor, destinadas a

caucionar obligaciones contraídas entre ellas; **(d)** las otorgadas por una sociedad que, con posterioridad a la fecha de constitución de la garantía, se fusione, se absorba con el Emisor o se constituya en su filial; **(e)** las que se constituyan sobre activos adquiridos por el Emisor con posterioridad al Contrato de Emisión y que se encuentren constituidas antes de su adquisición; **(f)** las que se constituyan por mandato legal; **(g)** las que sustituyan, reemplacen o tomen el lugar de cualquiera de las garantías mencionadas precedentemente.

No obstante, el Emisor o sus Filiales Relevantes siempre podrán otorgar garantías reales a otras obligaciones si, previa y simultáneamente, constituyen garantías al menos proporcionalmente equivalentes, en el exceso del 7,5% (siete coma cinco por ciento) antes señalado, a favor de los Tenedores de Bonos. En este caso, la proporcionalidad de las garantías será calificada en cada oportunidad por el Representante de los Tenedores de Bonos, quien de estimarla suficiente, concurrirá al otorgamiento de los instrumentos constitutivos de las garantías reales a favor de los Tenedores de Bonos. Para estos efectos, el Emisor deberá entregar al Representante una opinión sobre la calificación de las garantías emitida por una empresa de auditoría externa inscrita en el Registro pertinente de la CMF, siendo los gastos de este trabajo de cargo del Emisor. Con el sólo mérito de una opinión favorable emanada de la empresa de auditoría externa consultada, y sin necesidad que el Representante revise o valide su opinión, éste concurrirá al otorgamiento de los instrumentos constitutivos de las garantías a favor de los Tenedores.

En caso de falta de acuerdo entre el Representante de los Tenedores de Bonos, en base a una opinión desfavorable de la referida empresa de auditoría externa, y el Emisor, respecto de la proporcionalidad de las garantías reales, el asunto será sometido al conocimiento y decisión del árbitro que se designe en conformidad a la Cláusula Décimo Quinta del Contrato de Emisión, quién resolverá con las facultades ahí señaladas y las garantías no podrán ser constituidas hasta que el referido árbitro no emita su resolución al respecto. -

A marzo de 2020, el Emisor no posee prendas e hipotecas garantizadas, por lo que se cumple la restricción.

#### **4.7.2 Incumplimientos del Emisor**

Los Tenedores de Bonos, por intermedio del Representante de los Tenedores de Bonos y previo acuerdo de la Junta de Tenedores de Bonos, adoptado con las mayorías correspondientes de acuerdo a lo establecido en el artículo 124 de la ley N° 18.045 de Mercado Valores, podrán hacer exigible íntegra y anticipadamente el capital insoluto, debidamente reajustado en su caso, y los intereses devengados por la totalidad de los Bonos emitidos con cargo a esta Línea y, por lo tanto, acepta que todas las obligaciones asumidas para con los Tenedores de Bonos en virtud del Contrato de Emisión se consideren de plazo vencido en la misma fecha en que la Junta de Tenedores de Bonos adopte el acuerdo respectivo, en caso que ocurriere uno o más de los siguientes eventos:

1.- Si el Emisor incurriera en mora o simple retardo en el pago de cualquiera cuota de capital, debidamente reajustado, en su caso, o de capital e intereses de los Bonos emitidos en conformidad al Contrato de Emisión, sin perjuicio de la obligación de pagar los intereses penales que correspondan. No constituirá mora o simple retardo, el atraso en el cobro en que incurran los Tenedores de los Bonos;

2.- Si cualquier declaración efectuada por el Emisor en los instrumentos otorgados o suscritos con motivo de la obligación de información derivada del Contrato de Emisión, fuere o resultare ser dolosamente falsa o dolosamente incompleta;

**3.-** Si el Emisor infringiera cualquiera obligación adquirida en virtud del Contrato de Emisión y no hubiere subsanado tal infracción dentro de los 60 días siguientes a la fecha en que hubiese sido requerido por escrito para tales efectos por el Representante mediante correo certificado, salvo que se hubiere estipulado un plazo diferente para alguna obligación en particular;

**4.-** Si el Emisor o cualquiera de sus Filiales Relevantes realice cualquier cesión de bienes para beneficio de los acreedores; o se hubiere decretado una resolución de liquidación, o acordado un acuerdo de reorganización y en este último caso, extintos o expirados que sean los efectos de la protección financiera concursal a que hace referencia la Ley N° 20.720 del año 2014. No obstante lo anterior y para estos mismos efectos, los procedimientos iniciados en contra de, ya sea el Emisor, o en contra de cualquier Filial Relevante, necesariamente deberán fundarse en uno o más títulos ejecutivos por sumas que, individualmente, o en su conjunto, excedan del equivalente a 0,75% (cero coma setenta y cinco) por ciento del total de Activos Consolidados del Emisor y siempre y cuando respecto de dichos procedimientos, éstos no hayan sido contestados, enervados, excepcionados, objetados o disputados en su legitimidad -de fondo por parte del Emisor o la respectiva Filial Relevante con antecedentes escritos y fundados presentados debidamente ante los tribunales de justicia, dentro de los 30 días siguientes a la fecha de inicio de los aludidos procedimientos. Para estos efectos, se considerará que se ha iniciado un procedimiento, cuando se hayan notificado legalmente las acciones judiciales de cobro en contra del Emisor o la Filial Relevante correspondiente;

**5.-** Si el Emisor o cualquiera de sus Filiales Relevantes retardaren el pago de cualquiera suma de dinero adeudada a Bancos o a cualquier otro acreedor, proveniente de una o más obligaciones vencidas o exigidas anticipadamente que, individualmente o en su conjunto, exceda el equivalente a un 0,75% (cero coma setenta y cinco) por ciento de los Activos Consolidados del Emisor a la fecha de su cálculo respectivo, y el Emisor y/o las Filiales Relevantes, según sea el caso, no lo subsanare dentro de los 30 días corridos siguientes a la fecha de dicho retardo o bien, no obtuviere que la fecha de pago de esa obligación fuere expresamente prorrogada. Para estos efectos se considerará que el Emisor y/o cualquiera de sus Filiales Relevantes han retardado el pago de cualquiera suma de dinero, cuando se le hayan notificado las acciones judiciales de cobro en su contra, y el Emisor y/o cualquiera de sus Filiales Relevantes, según sea el caso, no hubiere disputado la procedencia y/o legitimidad del cobro con antecedentes escritos y fundados ante los Tribunales de Justicia dentro de los 30 días siguientes a la fecha de notificación de la respectiva acción judicial, demandando el pago de la pretendida obligación impaga o en plazo procesal inferior que de acuerdo a la ley tenga para la defensa de sus intereses;

**6.-** Si cualquiera obligación del Emisor o de cualquiera de sus Filiales Relevantes se hiciera exigible anticipadamente, ya sea por aceleración o por cualquiera otra causa, siempre que no se trate de un pago anticipado normalmente previsto antes del vencimiento estipulado y siempre que, en cualquiera de los casos mencionados en este número, se trate de una o más obligaciones que, individualmente o en su conjunto, excedan de 0,75% (cero coma setenta y cinco por ciento) de los Activos Consolidados del Emisor a la fecha de su cálculo respectivo. Se considerará que se ha hecho exigible anticipadamente una obligación cuando se hayan notificado las acciones judiciales de cobro en contra del Emisor y/o de cualquiera de sus Filiales Relevantes, según sea el caso, y el Emisor y/o cualquiera de sus Filiales Relevantes, según sea el caso, no hubieren disputado la procedencia y/o legitimidad del cobro con antecedentes escritos y fundados ante los tribunales de justicia dentro de los treinta días siguientes a la fecha en que tome conocimiento de la existencia de la respectiva acción judicial demandando el pago anticipado de la respectiva obligación, o en el plazo procesal inferior que de acuerdo a la ley tenga para la defensa de sus intereses;

7.- Si el Emisor se disolviera o liquidare, o si se redujere su plazo de duración a un período menor al plazo final de amortización y pago de los Bonos correspondientes al Contrato de Emisión.

#### **4.7.3 Eventual Fusión; División o Transformación del Emisor y Creación y Absorción De Filiales**

**(A) Fusión:** En caso de fusión del Emisor con otra u otras sociedades, sea por creación o por incorporación, la nueva sociedad que se constituya o la absorbente, en su caso, asumirá todas y cada una de las obligaciones que el Contrato de Emisión impone al Emisor comprometiéndose este último a realizar sus mejores esfuerzos para no perjudicar la clasificación de riesgo de los Bonos emitidos bajo el Contrato de Emisión, como resultado de la fusión.

**(B) División:** Si el Emisor se dividiere, serán responsables solidariamente de las obligaciones estipuladas en el Contrato de Emisión de Bonos todas las sociedades que de la división surjan, sin perjuicio de que entre ellas pueda estipularse que las obligaciones de pago de los Bonos serán proporcionales a la cuantía del Patrimonio, definido como la cuenta Patrimonio Total del Emisor, que a cada una de ellas se asigne u otra proporción cualquiera, y sin perjuicio asimismo, de los pactos lícitos que pudieren convenirse con el Representante.

**(C) Transformación:** Si el Emisor alterare su naturaleza jurídica, todas las obligaciones emanadas del Contrato de Emisión serán aplicables a la sociedad transformada, sin excepción alguna.

**(D) Creación de Filiales:** En el caso de creación de una filial directa, ello no afectará los derechos de los Tenedores de Bonos ni las obligaciones del Emisor bajo el Contrato de Emisión.

**(E) Absorción de Filiales:** En el caso de la absorción de una filial directa, ello no afectará los derechos de los Tenedores de Bonos ni las obligaciones del Emisor bajo el Contrato de Emisión.

## **5.0 DESCRIPCIÓN DE LA COLOCACIÓN**

### **5.1 Mecanismo de colocación**

La colocación de los Bonos se realizará a través de intermediarios, los cuales se determinarán al momento de la colocación.

Por el carácter desmaterializado de la emisión, esto es que el título existe bajo la forma de un registro electrónico y no como lámina física, se debe designar un encargado de la custodia que en este caso es el Depósito Central de Valores S.A., Depósito de Valores, el cual mediante un sistema electrónico de anotaciones en cuenta, recibirá los títulos en depósito, para luego registrar la colocación realizando el traspaso electrónico correspondiente.

La cesión o transferencia de los Bonos, dado su carácter desmaterializado y el estar depositado en el Depósito Central de Valores S.A., Depósito de Valores, se hará, mediante cargo en la cuenta de quien transfiere y abono en la del que adquiere, en base a una comunicación escrita o por medios electrónicos que los interesados entreguen al custodio. Esta comunicación, ante el Depósito Central de Valores S.A., Depósito de Valores, será título suficiente para efectuar tal transferencia.

### **5.2 Colocadores**

Se definirán al momento de la colocación.

### **5.3 Relación con los colocadores**

No corresponde.

## **6.0 INFORMACIÓN A LOS TENEDORES DE BONOS**

El Emisor divulgará e informará a los Tenedores de Bonos por medio de los antecedentes entregados a la CMF y al Representante de los Tenedores de Bonos, de toda información a que le obligue la Ley o dicha Comisión en conformidad a las normas vigentes.

### **6.1 Lugar de Pago**

Los pagos se efectuarán en la oficina principal del Banco Pagador ubicada en Ahumada 251, Santiago, en horario bancario normal de atención al público.

### **6.2 Forma en que se avisará a los Tenedores de Bonos respecto de los Pagos**

Se informará a través de la página web del Emisor: [Investors.falabella.com](http://Investors.falabella.com).

### **6.3 Informes Financieros y demás información que el Emisor proporcionará a los Tenedores de Bonos**

Enviará al Representante, en el mismo plazo en que deba entregarla a la CMF, **(i)** copia de toda la información que conforme a la legislación chilena esté obligado a enviar a esta última y siempre que no tenga la calidad de información reservada y **(ii)** copia de sus Estados Financieros trimestrales y anuales consolidados.

Adicionalmente, el Representante de los Tenedores de Bonos podrá solicitar los Estados Financieros anuales de las filiales directas del Emisor, debiendo el Emisor enviarlos en un plazo máximo de 5 Días Hábiles Bancarios contados desde la fecha de recepción de dichas solicitudes y desde que el Emisor disponga de dicha información. Se entenderá que el Emisor dispone de dicha información una vez cumplido el plazo para entrega esta misma a la CMF.

Asimismo, el Emisor enviará al Representante copia de los informes de clasificación de riesgo de la emisión, a más tardar dentro de los 30 Días Hábiles Bancarios después de recibidos de sus clasificadores privados.

Igualmente, el Emisor se obliga a enviar al Representante de los Tenedores de Bonos, dentro del mismo plazo en que deban entregarse los Estados Financieros a la CMF, una carta firmada por el Gerente General o quien haga de sus veces en la cual deje constancia del cumplimiento de las obligaciones contraídas en el Contrato de Emisión, particularmente en su cláusula 10º, y cualquier otra información relevante que requiera la CMF acerca de él, que corresponda ser informada a acreedores y/o accionistas.

Finalmente, deberá notificar al Representante de las citaciones a juntas ordinarias o extraordinarias de accionistas, cumpliendo con las formalidades y dentro de los plazos propios de la citación a los accionistas, establecidos en los estatutos sociales del Emisor o en la Ley de Sociedades Anónimas y en su Reglamento.

## **7.0 OTRA INFORMACIÓN**

### **7.1 Representante de los Tenedores de Bonos**

Banco de Chile.

Contacto: Cristóbal Larraín Santander  
Correo electrónico: [clarrain@bancochile.cl](mailto:clarrain@bancochile.cl)  
Teléfono: +56 (2) 2653 4604

### **7.2 Encargado de la custodia**

No corresponde.

### **7.3 Perito(s) calificado(s)**

No corresponde.

### **7.4 Administrador extraordinario**

No corresponde.

### **7.5 Relación con Representante de los tenedores de bonos, encargado de la custodia, perito(s) calificado(s) y administrador extraordinario**

No existe relación.

### **7.6 Asesores legales externos**

Garrigues Chile SpA.

### **7.7 Auditores externos**

EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías SpA.

### **7.8 Intermediarios colaboradores en la preparación del Prospecto**

No corresponde.

### **7.9 Lugares de obtención de estados financieros**

En las oficinas de Falabella S.A., ubicadas en Manuel Rodríguez Norte 730, Santiago, en el sitio web del Emisor: <https://investors.falabella.com/Spanish/informacion-financiera/default.aspx>, y en el sitio de internet de la CMF: [www.cmfchile.cl](http://www.cmfchile.cl)