



2017080136623

02/08/2017 12:53 Operador: PFRANCO
DIVISION CONTROL FINANCIERO VALORES
Nro.Inscrip: 1146v

Santiago, 2 de agosto de 2017

Señor
Carlos Pavez Tolosa
Superintendente
Superintendencia de Valores y Seguros
P R E S E N T E

EMPRESAS TRICOT S.A.

REF.: REMITE ANTECEDENTES GENERALES PARA LA INSCRIPCIÓN DE EMISORES DE VALORES Y PROSPECTO DE INSCRIPCIÓN DE EMISIÓN DE ACCIONES EN EL REGISTRO DE VALORES.

De mi consideración:

Por la presente, vengo en remitir las versiones finales de los documentos de la referencia, para su debida publicación en el sitio web de esa Superintendencia.

Sin otro particular, saluda atentamente a Ud.


BENJAMÍN ALCÁINO LAMARCA
p.p. EMPRESAS TRICOT S.A.



**ANTECEDENTES GENERALES PARA LA INSCRIPCION DE EMISORES DE
VALORES EN EL REGISTRO DE VALORES**

EMPRESAS TRICOT S.A.

JUNIO 2017

**INSCRIPCIÓN DEL EMISOR
EN EL REGISTRO DE VALORES**

1.00 IDENTIFICACION

1.01 R.U.T.:

76.266.594-8.

1.02 Nombre o Razón Social:

Empresas Tricot S.A. (en adelante también "Tricot").

1.03 Domicilio administrativo:

Avenida Vicuña Mackenna N° 3600.

1.04 Comuna:

Macul.

1.05 Ciudad:

Santiago.

1.06 Código postal:

7810967

1.07 Correo electrónico:

contactosvs@tricot.cl

1.08 Página WEB:

www.tricot.cl

1.09 Región:

Región Metropolitana.

1.10 Casilla:

No existe.

1.11 Teléfono:

(56-2) 23503600

1.12 Fax:

(56-2) 23503649

2.00 INFORMACION LEGAL

Escritura de Constitución o Documentos Constitutivos

2.01 Ciudad:

Santiago

2.02 Fecha:

5 de diciembre de 2012.

2.03 Notaría:

Vigésimo primera Notaría de Santiago de Raúl Iván Perry Pefaur.

Legalización

2.04 Fecha publicación Diario Oficial:

1 de febrero de 2013

2.05 Inscripción Registro de Comercio:

Santiago

2.06 Fojas:

9.787

2.07 Número:

6.700

2.08 Fecha:

1 de febrero de 2013

Decreto o Resolución Autorización de Existencia

2.09 Organismo:

No aplica.

2.10 Número:

No aplica.

2.11 Fecha:

No aplica.

3.00 ADMINISTRACIÓN.

3.01 Representante Legal:

Egidio Fontana, Antonio

3.02 R.U.T.:

6.615.541-2

3.03 Gerente General:

Egidio Fontana, Antonio

3.04 R.U.T.:

6.615.541-2

3.05 Presidente del Directorio:

Pollak Ben-David, Eduardo

3.06 R.U.T.:

5.711.411-8

3.07 Directores:

- Pollak Ben-David, Eduardo.
- Pollak Ben-David, Henry
- Pollak Ben-David, Andrés
- Minzer Muchnick, Salomón
- Ureta Prieto, Juan Pablo
- Reich Toloza, Patricio
- Reyes Miguel, Alejandro Andrés
- Carey Claro, María Susana

3.08 R.U.T.:

Nombre Director	R.U.T
Pollak Ben-David, Eduardo	5.711.411-8
Pollak Ben-David, Henry	5.711.410-k
Pollak Ben-David, Andrés	5.711.412-6
Minzer Muchnick, Salomón	6.229.742-5
Ureta Prieto, Juan Pablo	6.441.505-0
Reich Toloza, Patricio	4.945.681-6
Reyes Miguel, Alejandro Andrés	10.047.634-7
Carey Claro, María Susana	6.238.707-1

3.09 Comité de Directores:

- (a) Carey Claro, María Susana
R.U.T.: 6.238.707-1
- (b) Minzer Muchnick, Salomón
R.U.T.: 6.229.742-5
- (c) Ureta Prieto, Juan Pablo
R.U.T.: 6.441.505-0

3.10 R.U.T.:

Nombre Director	R.U.T
Carey Claro, María Susana	6.238.707-1

Ureta Prieto, Juan Pablo	6.441.505-0
Minzer Muchnick, Salomón	6.229.742-5

3.11 Ejecutivos principales:

- (a) Egidio Fontana, Antonio
R.U.T. 6.615.541-2
Gerente General
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile.
Desempeño de cargo desde 2004.
- (b) Gajardo Ramírez, Fernando
R.U.T. 8.449.391-0
Gerente de Marketing
Ingeniero en Sonido
Universidad Vicente Perez Rosales
Desempeño de cargo desde 2004.
- (c) Picón Bernier, Rodrigo
R.U.T.: 13.028.205-9
Gerente de Negocios Retail
Ingeniero Civil Industrial
Universidad Diego Portales
MBA IE Madrid, España
Desempeño de cargo desde 2011.
- (d) Seriche Labbé, Sergio
R.U.T. 10.032.002-9
Gerente General Tricard S.A.
Ingeniero Comercial
Universidad de Chile
Desempeño de cargo desde 2007.
- (e) Torres Mondaca, Guillermo
R.U.T. 7.373.687-0
Gerente de Administración y Finanzas
Ingeniero Comercial
Universidad Católica del Norte
MBA IEDE – Universidad de Lleida, España.
Desempeño de cargo desde 2001.
- (f) Fuenzalida Novoa, María Cecilia
R.U.T. 10.256.383 -2
Gerente de Recursos Humanos
Ingeniero Comercial
Universidad de Chile
Desempeño de cargo desde 2007.
- (g) Apablaza Valenzuela, Francisco
R.U.T 13.302.389-5
Gerente de Logística
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile.
Desempeño de cargo desde 2014.

- (h) González Sánchez, Miguel
R.U.T. 10.974.898-6
Gerente de Informática.
Ingeniero Informático
Universidad de Las Américas
Desempeño de cargo desde 2016.
- (i) Bravo Lagos, Sergio
R.U.T. 10.056.265-0
Gerente de Ventas
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile.
Desempeño de cargo desde 2015.
- (j) Pelayo González, Laura
R.U.T. 8.588.336-4
Gerente Contralor
Abogado
Pontificia Universidad Católica de Chile.
Desempeño de cargo desde 2017.

3.12 R.U.T:

Nombre Ejecutivo	R.U.T
Antonio Egidio Fontana	6.615.541-2
Fernando Gajardo Ramírez	8.449.391-0
Rodrigo Picon Bernier	13.028.205-9
Sergio Seriche Labbé	10.032.002-9
Guillermo Torres Mondaca	7.373.687-0
María Fuenzalida Novoa	10.256.383 -2
Francisco Apablaza Valenzuela	13.302.389-5
Miguel González Sanchez	10.974.898-6
Sergio Bravo Lagos	10.056.265-0
Laura Pelayo González	8.588.336-4

3.13 Participación en la propiedad:

Participación indirecta directores	% participación indirecta
Eduardo Pollak Ben- David	22,99075%
Henry Pollak Ben- David	22,14568%
Andrés Pollak Ben- David.	24,01424%
Minzer Muchnick, Salomón	1,42298%%

3.14 Planes de incentivos:

Dentro de su planificación anual, la compañía contempla el pago de una compensación variable para sus gerentes, subgerentes y ejecutivos principales, cuyo monto se determina al final de cada año, en consideración a la evaluación que el directorio y el Gerente General realizan respecto del desempeño de cada ejecutivo, teniendo en consideración los resultados de la compañía en el año correspondiente.

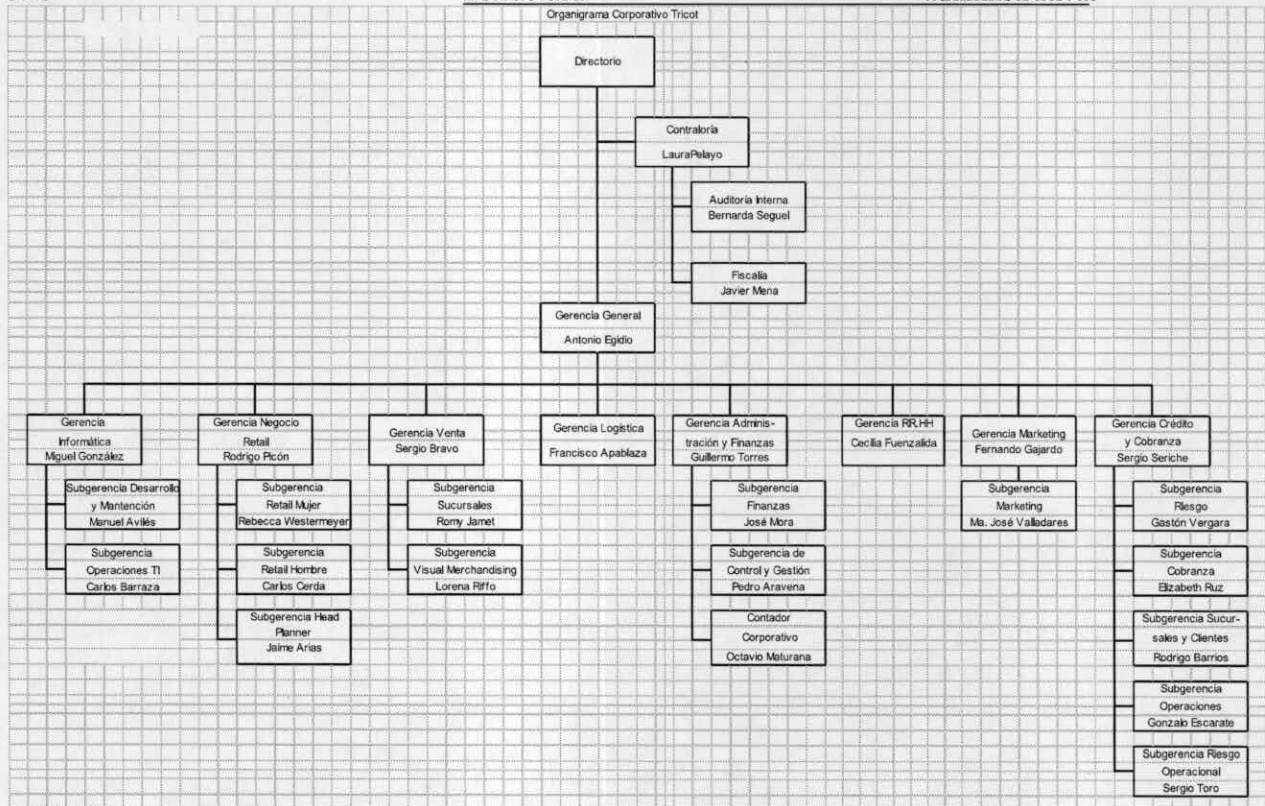
Asimismo, el directorio de Tricot acordó en sesiones de fecha 23 de marzo de 2017 y 17 de mayo de 2017 las características principales del plan de compensación que se ofrecerá a trabajadores y ejecutivos de la compañía y sus filiales, a saber:

- a) Participar en el plan aquellos ejecutivos o empleados de la compañía o de sus filiales, que ejerzan cargos de gerente en la gestión de éstas.
- b) Los participantes del plan podrán adquirir acciones de la compañía destinadas al plan, en los términos y condiciones que defina oportunamente el Directorio.
- c) La cantidad de acciones que tendrá derecho a suscribir cada participante será determinada por el comité que se designe al efecto por el directorio.
- d) El precio por cada acción será aquel que defina la junta de accionistas al momento de implementar el plan.
- e) El precio de la acción ofrecida a cada participante no guardará relación con el precio de colocación de las acciones a terceros.
- f) Cada participante deberá suscribir un contrato que establezca los términos y condiciones bajo los cuales se ofrecerán las acciones a los participantes del Plan.

3.15

Estructura

administrativa:



4.00 PROPIEDAD Y CONTROL

4.01 Numero de Accionistas:

6

4.02 Nombre doce mayores accionistas:

- Inversiones Retail Chile S.A.
- Sociedad de Inversiones Heads Corp SpA
- Inversiones Imagin Limitada
- Inversiones Ofek Limitada
- Inversiones DyS Limitada
- Inversiones APP Limitada

4.03 R.U.T.:

Nombre Accionista	R.U.T
Inversiones Retail Chile S.A.	99.560.970 – 3
Sociedad de Inversiones Heads Corp SpA	99.522.750 – 9
Inversiones Imagin Limitada	77.935.640 – K
Inversiones Ofek Limitada	78.227.770 – 7
Inversiones DyS Limitada	77.935.610 – 8
Inversiones APP Limitada	78.588.550 - 3

4.04 Porcentaje de Propiedad:

Nombre Accionista	Nº de acciones suscritas	% de participación
Inversiones Retail Chile S.A.	321.043.607	86,77972%
Sociedad de Inversiones Heads Corp SpA	48.908.607	13,22024%
Inversiones Imagin Limitada	36	0,00001%
Inversiones Ofek Limitada	36	0,00001%
Inversiones DyS Limitada	36	0,00001%
Inversiones APP Limitada	36	0,00001%

4.05 Total:

100%

4.06 Controlador:

La sociedad posee un grupo controlador, según la definición de éste, indicada en el Título XV de la Ley N° 18.045.

4.07 Identificación de los Controladores:

Tricot es controlada por un grupo controlador compuestos por las sociedades Inversiones Retail Chile S.A., Sociedad de Inversiones Heads Corp SpA, Inversiones Imagin Limitada, Inversiones Ofek Limitada, Inversiones DyS Limitada e Inversiones APP Limitada.

Las principales personas naturales que directa o indirectamente son socios de los accionistas Inversiones Retail Chile S.A. y Sociedad de Inversiones Heads Corp SpA, son las siguientes:

Personas naturales controladoras	R.U.T	% participación indirecta	% participación directa
Pollak Ben- David, Eduardo	5.711.411-8	22,99075%	0
Pollak Ben- David, Henry	5.711.410-k	22,14568%	0
Pollak Ben- David, Andrés	5.711.412-6	24,01424%	0
Pollak Ben- David, Dalia	6.349.176-4	23,07773%	0

La principal persona natural que directa o indirectamente es socio de Inversiones Imagin Limitada, es Eduardo Pollak Ben- David.

La principal persona natural que directa o indirectamente es socio de Inversiones Ofek Limitada, es Henry Pollak Ben- David.

La principal persona natural que directa o indirectamente es socio de Inversiones APP Limitada, es Andrés Pollak Ben- David.

La principal persona natural que directa o indirectamente es socio de Inversiones DyS Limitada, es Dalia Pollak Ben- David.

4.08 R.U.T:

Nombre Accionista	R.U.T
Pollak Ben- David, Eduardo	5.711.411-8
Pollak Ben- David, Henry	5.711.410-K
Pollak Ben- David, Andrés	5.711.412-6
Pollak Ben- David, Dalia	6.349.176-4

4.09 Porcentaje de Propiedad:

Nombre Accionista	% participación indirecta
Pollak Ben- David, Eduardo	22,99075%
Pollak Ben- David, Henry	22,14568%
Pollak Ben- David, Andrés	24,01424%
Pollak Ben- David, Dalia	23,07773%

4.10 Total:

92,22840%

4.11 Forma de Ejercer el Control:

En el siguiente cuadro se visualiza la participación de las personas naturales o jurídicas en las seis sociedades accionistas de Empresas Tricot S.A.

Empresas Tricot S.A.						
Sociedades Accionistas	Inversiones Retail Chile S.A.	Sociedad de Inversiones Heads Corp S.A.	Inversiones Imagin Limitada	Inversiones Ofek Limitada	Inversiones APP Limitada	Inversiones D y S Limitada
N° de acciones suscritas y pagadas	321.043.607	48.908.607	36	36	36	36
Per	Eduardo Pollak Ben-David	23%	23%	92%		
s	Carolina Lanis Pollak	2%	2%	8%		
o	Henry Pollak Ben-David	22%	22%		89%	
n	Nancy Goldstein Avdaloff	2%	2%		7%	
a	Daniel Pollak Goldstein	1%	1%		2%	
s	Nathalie Pollak Goldstein	1%	1%		2%	
n	Andrés Pollak Ben-David	24%	24%			96%
a	Karina Pollak Colodro	0%	0%			2%
t	Nicolás Pollak Colodro	0%	0%			2%
u	Dalia Pollak Ben-David	23%	23%			
r	Salomón Minzer Muchnik	1%	1%			92%
a	Valentina Minzer Pollak					6%
e						
s						
a						
c						
i						
o						
n						
i						
s						
t						
a						
s						
(						
%						
)						
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Entre los miembros del grupo controlador no existe un pacto de actuación conjunta.

5.00 OTRAS INFORMACIONES.

5.01 Número de Trabajadores:

A abril de 2017, son 2.704 trabajadores.

5.02 Fecha Límite Junta Ordinaria de Accionistas:

Las juntas ordinarias de accionistas se celebrarán una vez al año, dentro del primer cuatrimestre.

5.03 Fecha Cierre Ejercicio Anual Según Estatutos:

31 de diciembre.

5.04 Nombre Auditor Externo:

Deloitte Auditores y Consultores Limitada

5.05 R.U.T.:

80.276.200 - 3

5.06 Nombre Clasificadoras de Riesgo:

No existe.

5.07 R.U.T.:

No existe.

6.00 ACTIVIDADES Y NEGOCIOS DE LA SOCIEDAD.

6.10 Reseña Histórica:

Los orígenes de las tiendas Tricot se remontan al área de ventas de la fábrica Textiles Pollak Hermanos. Ésta se especializaba en la elaboración de lanas y textiles que comercializaba fundamentalmente a nivel mayorista.

Tras el cambio en la estructura de propiedad, materializado en 2004, se profesionalizó la administración y se efectuó una reorganización comercial destinada a aumentar la comercialización de productos importados, reforzar el programa de marketing, racionalizar el nivel de inventarios y fortalecer la administración del negocio financiero.

Entre los grandes hitos de Tricot, destacan los siguientes:

- 1952, Creación de Textiles Pollak Hnos., empresa dedicada a la venta y fabricación de textiles.

- 1955, Se inaugura la primera sucursal de Tricot, ubicada en Plaza de Armas, Monjitas N° 505, Santiago.
- 1964, Tricot comienza plan de regionalización: inauguración de sucursal Arica.
- 1999, Se crea Tricard S.A., filial financiera, con el objetivo de administrar el negocio crediticio.
- 2001, Tricard S.A. comienza a otorgar avances en efectivo.
- 2004, Reestructuración societaria y cambio de propiedad, separándose totalmente de Ind. Textiles Pollak Hnos.
- 2005, Se abre oficina propia en China para búsqueda de proveedores, control de calidad y desarrollo logístico.
- 2005, Se implementa estrategia “Moda al mejor precio”.
- 2005, Se implementa el cross-docking desde China y se automatiza en un 100% la reposición a sucursales.
- 2006, Se inaugura Coquimbo, primera sucursal con nuevo formato.

2007, Se paga anticipadamente convenio con bancos acreedores, producto de la reestructuración de pasivos del año 2003.

- 2008, Se inauguran 9 tiendas, completando 38 sucursales desde Arica a Punta Arenas.
- 2009, Se implementa el control de identidad biométrico para originación y administración, asociado al negocio financiero.
- 2010, Se aumentan las sucursales a 46 y, se inicia la implementación de un nuevo Sistema de Crédito.
- 2011, Se aumentan las sucursales a 51. Se abre la primera sucursal en la zona oriente de Santiago.
- 2011, Se inicia la habilitación del nuevo Centro de Distribución.
- 2011, Se inaugura el formato de negocios de electrónica menor Tricot Connect.
- 2012, Se aumentaron sucursales a 55 puntos de venta.
- 2012, En el último trimestre del año se produce la reorganización de Tricot S.A., dando origen a la matriz del grupo, Empresas Tricot S.A., y sus filiales Tricot Financiero S.A., Tricot SpA y Tricot S.A.

Tricot S.A. fue constituida el año 1975 bajo la razón social de Establecimientos Tricot Limitada, transformándose en Tricot S.A. el año 1993. Por su parte, Tricot SpA fue constituida el año 2012, mientras que Tricot Financiero S.A. nació producto de la división de Tricot S.A., el año 2012.

- 2013, Durante la primera quincena del mes de diciembre, la filial Tricard

S.A., inscrita bajo el N° 699 del Registro de Emisores y Operadores de Tarjetas de Crédito de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, comienza a emitir la nueva tarjeta de crédito Tricard Visa, la que podrá ser emitida bajo cualquiera de sus marcas afiliadas.

- 2013, Se inicia la operación del nuevo Centro de Distribución.
- 2013, Se aumentaron las sucursales a 63 puntos de venta de vestuario y 33 puntos de venta de electrónica menor (Tricot Connect).
- 2014, Se inauguran 13 nuevas sucursales Tricot y 3 sucursales Tricot Connect.
- 2015, Se inaugura sucursal Irarrázaval, terminando el año con 76 tiendas Tricot y 36 puntos de venta Tricot Connect.
- 2016, Apertura de 3 nuevas tiendas Tricot.
- 2016, Durante el año se desarrolló el canal *e-commerce* lo que implicó la habilitación de un centro de distribución específico para este canal y la plataforma web para su funcionamiento. El canal fue puesto en marcha a comienzos del año 2017.

6.20 Descripción del Sector Industrial:

Introducción

Las empresas del Grupo Tricot son especialistas en el sector de vestuario y calzado de la industria del retail. El negocio del grupo consiste principalmente en la venta de ropa para hombres, mujeres y niños a través de sus 78 locales Tricot y 36 locales Tricot Connect a lo largo de Chile. El negocio de Tricot no considera la producción de la ropa, pero sí el diseño de ésta donde manufactura la mayoría de sus prendas con fabricantes de China.

Al igual que la mayoría de los operadores de la industria retail en Chile, Tricot, además del negocio de vestuario y calzado participa, a través de su filial Tricot Financiero S.A. del negocio financiero, en el que ofrece el uso de la tarjeta de crédito Visa Tricot, permitiendo a los usuarios utilizarla como medio de pago y para realizar avances en efectivo y compras en otros comercios.

Los últimos años, Tricot ha dedicado parte de sus esfuerzos al desarrollo del canal *e-commerce*, el cual comenzó a funcionar definitivamente a principios del año 2017. Este opera mediante el despacho directo de los productos desde un centro de distribución a los consumidores del canal *e-commerce*.

En menor medida, la compañía también participa en el sector retail de electrónica, modelo de negocio que ha desarrollado en el último tiempo a través de sus tiendas Tricot Connect, donde comercializa telefonía celular y artículos electrónicos portables.

a) NEGOCIO RETAIL

Industria Retail

El retail, denominación que se deriva del francés *retailer*, que significa fraccionar o separar de algo mayor, es la versión moderna del conjunto de actividades desarrolladas por el comercio minorista, las que representan aproximadamente la mitad de las ventas del sector comercio. Hoy en día, el retail es un sector altamente

complejo y competitivo que se ha ramificado en esquemas multi-formatos como supermercados, tiendas por departamento, tiendas para mejoramiento del hogar, tiendas especializadas, entre otros.

El crecimiento del PIB, el crecimiento de la población, una mayor renta disponible, y el incremento del gasto de los consumidores se están combinando para impulsar la industria.

Esta industria se caracteriza por tener altas barreras de entrada, como las grandes inversiones requeridas para lograr economías de escala, las ubicaciones de los locales y la lealtad a la marca.

La industria Retail ha tenido una fuerte expansión en mercados emergentes debido a la menor saturación en comparación con los países más desarrollados. Latinoamérica no ha sido la excepción y se ha convertido en uno de los principales focos de crecimiento de la industria. Los principales *retailers* de la región rápidamente se están transformando en actores de clase mundial con un crecimiento anual compuesto (en adelante “CAC”) en las ventas de un 12,2%, muy superior al 5,0% promedio de las 250 compañías top de la industria y con un margen utilidad del 4,0%, por sobre la mayoría de las regiones.

Título: Crecimiento de las ventas y de la utilidad por región/país (%)			
	Crecimiento de las ventas 2010	CAC de las Ventas 2010-2015	Margen Utilidad Neta 2015
Latinoamérica	11,3%	12,2%	4,0%
África y Medio Oriente	19,1%	16,9%	5,8%
Europa	3,7%	3,8%	3,1%
Francia	1,6%	2,9%	3,3%
Top 250	5,2%	5,0%	3,0%
Gran Bretaña	-4,9%	0,0%	1,5%
Alemania	4,2%	3,8%	0,8%
Asia y Pacífico	7,3%	6,7%	1,4%
Norte América	5,2%	4,9%	3,2%
Estados Unidos	5,1%	4,8%	3,4%
Japón	6,9%	4,8%	2,4%
Nota: Los resultados reflejan el Top 250 de empresas retail con la matriz en cada región/país			
Fuente: 20th annual Global Powers of Retailing (2017) por Deloitte en base a información pública y de Planet Retail			

Industria Retail en Chile

Chile tiene uno de los mercados de retail más sofisticados y completos de Latinoamérica. El año 2015, Chile lideró el ranking del “*Global Retail Development Index*”, ranking de los 30 países en vías de desarrollo más atractivos para la inversión en la industria retail. Lo anterior llevó a que Chile dejara de formar parte el año 2016 de este Índice, como consecuencia de haber alcanzado un mercado de retail sofisticado, con niveles de densidad similares a los países desarrollados, con mayor competencia y saturación. A pesar de esto, la superficie de retail en Chile creció más de un 40% los últimos 5 años, alcanzando una densidad promedio de 248 metros cuadrados por cada mil habitantes.

En la siguiente figura podemos visualizar la evolución en ciertos países emergentes, dentro de ellos Chile, de la industria retail en términos de su ciclo de vida. Aquí se gráfica la etapa en el ciclo de desarrollo de la industria en que se encuentra cada país, en términos de la oportunidad o atractivo para participar de ella. En 1998, el retail en Chile se encontraba en una etapa inicial, lo cual cambió radicalmente en

menos de 20 años, habiendo alcanzado densidades semejantes a los países desarrollados, y que es lo que explica que Chile sea considerado un país “desarrollado” en la industria.

Título: The Global Retail Development Index Opportunity



Fuente: The 2016 Global Retail Development Index, ATKearney

El comercio minorista en Chile representa el 43,2% del gasto total de consumo de las familias que es canalizado a través de diferentes formatos de la industria retail. El comportamiento de las ventas minoristas está estrechamente relacionado con el PIB y el consumo privado, que se ha visto beneficiado por el crecimiento del empleo, mejores salarios, confianza de los consumidores y los créditos de consumo.

Reflejo de esto, el sector comercio pasó de representar en el 2010 un 8,8% del PIB a un 9,5% para el 2015 y tuvo un CAC en el mismo periodo de 5,5% real alcanzando los CLP 11.262 mil millones. A su vez, el consumo privado ha tenido un CAC del 4,9% en los últimos 5 años y representa un 67,1% del PIB total.

Título: Datos macroeconómicos y comercio de Chile (CLP MM)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Población total (N°)	17.094.275	17.248.450	17.402.630	17.556.815	17.819.054	18.006.407
PIB total	98.219.034	103.954.673	109.627.615	113.987.063	116.125.911	118.803.272
Crec. PIB Total	5,75%	5,84%	5,46%	3,98%	1,88%	2,31%
PIB comercio	8.614.056	9.718.326	10.372.220	11.091.397	11.062.930	11.262.246
Crec. PIB Comercio	16,64%	12,82%	6,73%	6,93%	-0,26%	1,80%
PIB comercio/PIB total	8,77%	9,35%	9,46%	9,73%	9,53%	9,48%
Consumo privado	62.763.511	68.319.379	72.465.632	76.429.993	78.245.050	79.724.222
Crec. Consumo privado	10,82%	8,85%	6,07%	5,47%	2,37%	1,89%
Consumo priv./PIB total	63,90%	65,72%	66,10%	67,05%	67,38%	67,11%

Nota: (1) PIB comercio incluye restaurantes y hoteles. Todos los montos se encuentran referenciados a precios constantes del 2008.

Fuente: Banco Central de Chile e INE a marzo 17.

Pese a que el comercio creció solo 1,8% durante el 2015, las líneas de vestuario, calzados y accesorios han tenido un crecimiento muy por sobre del promedio, habiendo experimentado un crecimiento de dos dígitos para los años 2014 y 2015.

En Chile, los operadores más relevantes de la industria retail tienen su negocio diversificado en distintos formatos, como Cencosud, Falabella y SMU, o se especializan en el formato de tiendas por departamento, como Ripley, La Polar, Hites y Corona.

Por otra parte destaca la importante presencia de Walmart en el formato de los supermercados y la de Forus, Dijon2 y Fashion Park en la de tiendas especializadas de vestuario. Es justamente este último formato, el de las tiendas especializadas, el que ha crecido fuertemente los últimos años, empujado por la entrada de conocidas marcas internacionales como H&M y Forever 21 el año 2013, Victoria Secret y Aeropostale el año 2014, y American Eagle Outfitters el año 2015, entre otras.

Cabe destacar que Tricot no opera como una tienda por departamento y, en la actualidad, no compite directamente con los grandes operadores de la industria del Retail en Chile. A diferencia de los otros formatos, el vestuario tiene márgenes EBITDA entorno al 18% muy por encima del 5% - 10% de margen que muestran los operadores de otros formatos.

Título: Números y formatos de las principales tiendas retail inscritas en la SVS

	Tricot	Forus	Hites	La Polar	Ripley	SMU	Falabella	Cencosud
(USD mm)								
Ventas	247	357	447	581	2.362	3.643	12.689	15.269
EBITDA	46	62	53	26	224	203	1.701	1.590
Mg. EBITDA	18,5%	17,4%	11,8%	4,4%	9,5%	5,6%	13,4%	10,4%
Utilidad	27	39	23	2	169	18	900	573
Mg. Utilidad	10,7%	10,9%	5,2%	0,4%	7,2%	0,5%	7,1%	3,8%
Formato								
Vestuario	✓	✓						
Tiendas por Departamento			✓	✓	✓		✓	✓
Supermercados						✓	✓	✓
Mejoramiento del Hogar						✓	✓	✓
Centros Comerciales					✓		✓	✓
Servicios Financieros	✓		✓	✓	✓		✓	✓
Presencia Internacional		✓			✓	✓	✓	✓

Fuente: Información pública disponible de las compañías a diciembre de 2016.

Tipo de cambio utilizado de \$676,83 (promedio 2016)

Se espera que la industria retail en Chile experimente un fuerte crecimiento durante los próximos cinco años, basado en un mayor poder adquisitivo de los segmentos socio-económicos medios. Este mayor consumo se daría principalmente en productos de tipo aspiracional y clasificados bajo la categoría de no esenciales.

La buena atmósfera para realizar negocios y la transparencia de Chile, junto a la apertura a inversionistas extranjeros y a las bajas tasas de impuestos en comparación a otros países, hacen que Chile sea un mercado altamente atractivo para *retailers* internacionales, y se espera que continúe con el mismo dinamismo a través de la entrada de nuevas marcas.

2 Adquirida por ABCDin.

6 Tipo de cambio utilizado, promedio 2016: USD/CLP=676,83

Una de las amenazas de la industria en el país son las tiendas especializadas, que con una propuesta de productos más exclusivos y enfocados a nichos específicos, buscan hacer frente a la competitividad en precios, la variedad de productos y las facilidades crediticias que ofrecen los grandes operadores.

Industria de Vestuario y Calzado

La industria del vestuario, a nivel global, es una de las más competitivas del mercado, donde lideran tanto compañías locales de cada país como grandes cadenas internacionales. Las tendencias hoy en día muestran que la industria está finalmente convirtiéndose en un negocio más internacional, dada la influencia del comercio electrónico, las redes sociales y la logística. Frente a la madurez interna, muchas marcas europeas y estadounidenses se están moviendo hacia el extranjero a través de múltiples canales. Esto son los casos de Inditex (Zara), H&M, GAP, Asos, Primark, Uniqlo, Banana Republic, Forever 21, Victoria Secret, entre otros.

Título: Crecimiento de las ventas totales e internacionales		
Compañías	CAC '10-'15 Ventas Totales (%)	CAC '10-'15 Ventas Internacionales (%)
Urban Outfitters	9%	12%
Inditex	11%	14%
Ralph Lauren	6%	7%
A & F	0%	14%
H&M	11%	11%
GAP	1%	-3%
V.F. Corporation	10%	14%
Fast Retailing	16%	40%
L Brands	5%	12%
Fuente: Reportes de la compañía al cierre del 2015		

Los principales *drivers* de la industria especializada del vestuario son la moda y la estacionalidad climática. Las empresas se ven enfrentadas a continuos cambios en las preferencias de los consumidores y tienen dificultad para mantener la lealtad de los clientes. Además, las condiciones climáticas adversas pueden afectar las ventas en ciertas estaciones durante el año. Las empresas del sector incorporan estos factores en sus decisiones de abastecimiento, inventarios y oferta en forma anticipada, con una relativamente baja flexibilidad de reacción ante cambios en la “moda” debido a la larga duración del ciclo de los productos desde su planificación hasta que llegan al punto de venta.

Otra característica importante de la industria, es que existe una correlación positiva entre los ingresos per cápita y prendas de vestir. La ropa es un bien duradero, pero con una vida útil menor a 3 años, por lo que un mayor ingreso de la gente permite seguir las últimas tendencias de la moda e incrementar los ciclos de compras de ropa.

En esta industria, la identificación de la marca es un componente importante en los ciclos económicos. Por lo general, las marcas que se especializan en segmentos socio-económicos más altos, como lo puede ser Gucci o Ralph Lauren, se ven afectados de manera negativa en los ciclos económicos malos, pero no así las marcas más transversales y de precio accesible, como es el caso de Tricot, donde los ciclos económicos no afectan significativamente su consumo. Lo anterior se explica

por una sustitución de los consumidores, en donde reemplazan productos de mayor precio por alternativas más económicas.

Una de las últimas tendencias de la industria ha sido el *fast fashion* que es un término contemporáneo para reconocer que los diseños se mueven de la pasarela lo más rápido posible a las tiendas, con la intención de captar las tendencias actuales en el mercado de la moda. Estas tendencias están diseñadas y fabricadas de forma rápida y barata para que el consumidor corriente tome ventaja de estilos de ropa vigente a un precio más bajo. Zara, H&M, Peacocks, Topshop y Tricot a nivel local, son las marcas que han estado en la vanguardia de esta tendencia.

Cabe mencionar como una de las tendencias más importantes de la industria, el boom en el último tiempo del canal internet para llegar al consumidor. Si bien el *e-commerce* sigue siendo una porción menor en el total de ventas del retail, ha mostrado un crecimiento sostenido a medida que los consumidores van aumentando su confianza a realizar transacciones a través de Internet. Esto se suma al cumplimiento de los plazos de entrega de mejor manera y a la homogenización de la oferta entre los canales presenciales y no presenciales.

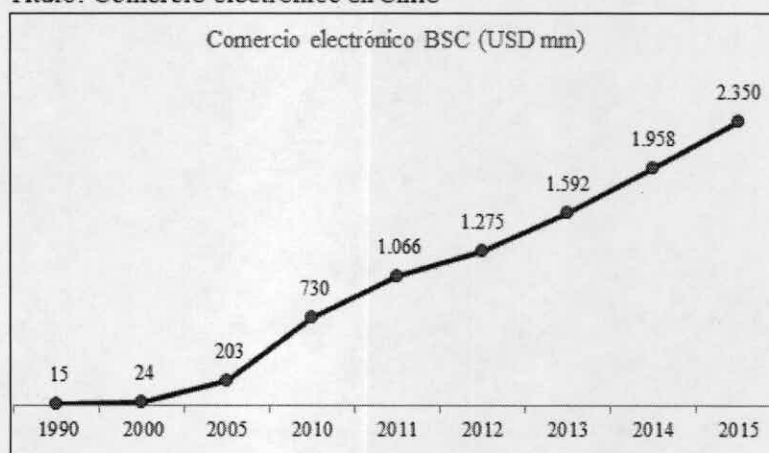
Título: Ventas globales de Retail E-commerce



Fuente: Internet Retailing, Global Trends and their Impact 2016. ATKearney

En Chile, el *e-commerce* también se ha convertido en una práctica cada vez más común, con un crecimiento importante desde el año 1990 hacia adelante. En el período 2010-2015 el *e-commerce* en Chile tuvo un crecimiento promedio anual de 26,3%, totalizando USD 2.350 millones a diciembre de 2015.

Título: Comercio electrónico en Chile



Fuente: Estimaciones Cámara de Comercio de Santiago

En cuanto a la fabricación del vestuario y del calzado, ésta proviene principalmente de países asiáticos donde los costos de fabricación son más baratos a los costos de los países más desarrollados de Europa o Norteamérica. Esta disminución de costos, más el *fast fashion* y la mayor venta de marca privada, ha afectado que los precios de la ropa se mantengan constante en el último tiempo. No obstante, y después de casi 10 años a la baja, la industria estima que los costos debiesen comenzar a subir por la alta inflación en la mano de obra y en los costos de energía que ha habido en los últimos años y que antiguamente eran amortizados por una mejor eficiencia en la producción y en la logística. Además se debe considerar el fuerte crecimiento que se espera del mercado de consumo de ropa en China, donde se estima que debiese duplicar su tamaño de aquí a 10 años y que lógicamente sería abastecido localmente.

Industria de Vestuario y Calzado en Chile

El consumo del calzado y vestuario en Chile ha percibido un gran aumento en los últimos años, motivado tanto por el crecimiento del PIB per cápita, como por el crecimiento en el poder de compra y la confianza del consumidor. Sumado a esto, la firma de tratados de libre comercio con más de 50 países ha permitido aumentar la importación de estos productos explosivamente. Este sector se encuentra fragmentado con una gran cantidad de marcas tanto internacionales como nacionales, lo que la hace altamente competitiva.

Según información de Euromonitor, las compañías que cuentan con la mayor participación de mercado en la industria del vestuario y calzado en Chile son Falabella y Cencosud, con un 9,0% y 6,0% respectivamente. Tricot, por su parte, a diciembre de 2015 se encuentra novena en el ranking con un 1,7% de participación de mercado.

Título: Participación de Mercado Vestuario y Calzado en Chile

	2011	2012	2013	2014	2015
Falabella	9,4%	8,0%	8,6%	8,7%	9,0%
Cencosud Retail	6,1%	6,9%	6,7%	6,3%	6,0%
Forus	3,3%	3,4%	3,7%	3,9%	3,9%
Wal-Mart Chile	3,2%	3,3%	3,4%	3,5%	3,6%
Ripley Corp	4,6%	4,2%	3,9%	3,8%	3,6%
Nike Chile	2,2%	2,0%	2,1%	2,2%	2,3%
Adidas Chile	2,3%	1,9%	2,1%	2,2%	2,3%
Bata Chile	2,2%	2,3%	2,2%	2,3%	2,3%
Tricot	0,9%	1,3%	1,4%	1,5%	1,7%

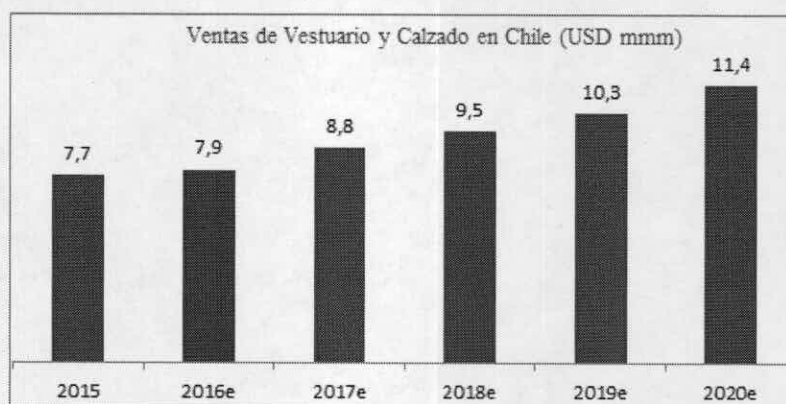
La Polar	1,1%	1,7%	1,6%	1,6%	1,6%
Fashions Park	1,2%	1,4%	1,5%	1,5%	1,5%
Madison	0,9%	1,0%	1,1%	1,2%	1,2%
Zara Chile	1,2%	1,2%	1,1%	1,2%	1,1%
Industria Textil Monarch	1,0%	1,0%	1,1%	1,0%	1,0%
Colloky	1,1%	1,1%	1,0%	1,0%	1,0%
Skechers Chile	0,7%	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%
H&M	-	0,0%	0,5%	0,7%	0,7%
Caffarena	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
Otras	58,0%	57,9%	56,6%	55,9%	55,7%

* Información del año 2016 no se encuentra disponible a la fecha del presente documento.

Fuente: Euromonitor

Se estima que el tamaño de mercado en Chile a diciembre de 2016 de este segmento es de USD 7,9 mil millones según información de BMI Research, y se espera que este llegue a un tamaño de USD 11,4 mil millones a finales de 2020. Lo anterior significaría un crecimiento anual compuesto de 8,2% entre los años 2015 y 2020.

Título: Industria del Vestuario y Calzado en Chile, 2015-2020



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, BMI

Si se analiza el crecimiento de la industria de vestuario y calzado per cápita, el gasto al 2015 alcanzó los USD 428, y se estima que este valor aumentará a USD 605 a finales de 2020, representando un crecimiento anual compuesto de 7,2%. Se espera que el segmento que más aumente el consumo en este segmento sea la población comprendida entre 20 y 39 años, debido al cambio de tendencia que experimentará la industria del retail.

Título: Industria del Vestuario y Calzado per capita en Chile, 2015-2020 (USD)

2015	2016e	2017e	2018e	2019e	2020e
428	437	482	514	550	605

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, BMI

Una tendencia que se ha visto en el mercado chileno es el uso de marcas propias como estrategia de diferenciación, además de que permite mayores márgenes en comparación con las ventas de marcas de terceros. En los últimos años los *retailers* chilenos se han enfocado en realizar una oferta de productos diferenciada de la competencia, de modo de entregar una propuesta de mayor valor a los consumidores y de lograr de manera efectiva reflejar el espíritu de la marca al diseño.

En cuanto a los competidores, los principales actores en Chile son las tiendas por departamento que es el formato de retail más desarrollado del país y que se

encuentra concentrado en pocos actores. A pesar de esto, existe una tendencia en la industria a un mayor consumo de vestuario y calzado a través de supermercados y de tiendas especializadas. También, la entrada al país de cadenas internacionales de vestuario y calzado como Zara, H&M, Forever 21 y Topshop han agregado dinamismo y competencia al mercado chileno.

b) NEGOCIO FINANCIERO

La industria del retail financiero tuvo sus inicios en la forma de un medio de pago *virtual*, a través del cual los dueños de almacenes comenzaron a ofrecer a sus clientes habituales un tipo de crédito informal, permitiéndoles pagar parte de sus compras en sus siguientes visitas a la tienda. A través de esta modalidad los comerciantes lograban incrementar sus ventas y la rotación de inventarios, al tiempo que fidelizaban a una masa creciente de clientes que se adherían a este sistema dada su conveniencia. Como contrapartida, el comerciante asumía el riesgo de no pago o incobrabilidad de parte de las ventas anticipadas lo que derivó finalmente en la costumbre de empezar a cargar un interés financiero por el crédito otorgado a los clientes. La tasa de interés cobrada no era otra cosa que el reflejo del riesgo de no pago que cada comercio asignaba a su cartera.

Hoy en día, el negocio de retail financiero es un negocio altamente desarrollado, competitivo y normado por organismos gubernamentales que velan por el correcto funcionamiento de esta industria y que rigen la relación entre clientes y cadenas de *retailers* cada vez más integrados, los que operan bajo diferentes formatos como supermercados, tiendas por departamento y tiendas para mejoramiento del hogar, entre otros. Es un sector que se ha consolidado y masificado a través del uso de tarjetas de créditos no bancarias emitidas por los mismos *retailers*, las cuales también pueden ser utilizadas en otros comercios asociados y permiten realizar avances en efectivo, expandiendo su uso y tasa de aceptación en la población, arremetiendo con fuerza en un segmento tradicionalmente dominado por bancos.

Una tarjeta de multitienda contiene un componente de “pago diferido” similar al de las tarjetas de crédito bancarias. No obstante, estas tarjetas limitan su uso a compras en tiendas específicas que pertenecen a una misma cadena de retail o a comercios asociados con los que se han celebrado acuerdos que permiten la utilización de este medio de pago en dichos establecimientos.

Las cadenas de retail que han ingresado al sector bancario y que, por lo tanto, también tienen la opción de emitir tarjetas de crédito actuando como institución bancaria, han venido celebrando acuerdos con Visa y Mastercard los cuales les permiten ofrecer un medio de pago a sus clientes que no enfrenta limitaciones en cuanto a su uso.

Retail Financiero en Chile

El incremento que ha venido mostrando Chile en términos de créditos de consumo y balance promedio adeudado por cliente es reflejo del buen desempeño macroeconómico del país y de la recuperación a nivel global de la desaceleración experimentada durante los años 2008 y 2009.

Chile ha mostrado un sólido crecimiento económico en términos de PIB per cápita, lo cual unido a un mercado laboral estable y un ambiente y legislación pro-mercado que promueve la confianza de consumidores y el acceso al crédito ha redundado en una creciente participación del sector consumo sobre el nivel agregado de la economía (9,5%³ sobre PIB a dic. 2015), cuarto a nivel de contribución individual detrás de servicios empresariales, minería y la industria manufacturera.

³ Medido como la razón entre el PIB comercio y el PIB total del país.

Los créditos de consumo orientados a los estratos socioeconómicos de ingresos medios y bajos son promocionados típicamente en términos de simplicidad y flexibilidad. No obstante, estrategias recientes de *retailers* apuntando a estos segmentos han puesto énfasis en la diferenciación de sus ofertas específicas de crédito lo cual da cuenta de un mercado de consumidores cada vez más educado y consciente. En esto último ha jugado un rol preponderante el Estado, a través de sus iniciativas como el SERNAC Financiero (www.sernacfinanciero.cl), Banca Fácil (www.bancafacil.cl) y Cliente Bancario (www.clientebancario.cl), por nombrar algunas.

Este mejor acceso a la información y la mayor facilidad para comparar entre distintas alternativas de financiamiento ha incrementado fuertemente la competencia en este segmento en donde las cadenas de *retailers* tienen una ventaja directa para incrementar su participación dado el detallado conocimiento de sus clientes y de sus hábitos de consumo.

Grandes cadenas de *retailers*, cooperativas y cajas de compensación continuarán con su foco para atraer consumidores de todos los sectores de la población, enfocando gran parte de su esfuerzo en aumentar la base de clientes de ingresos medios y bajos en una apuesta que les permita incrementar y potenciar el valor total de sus operaciones de crédito financiero, las cuales cada vez más representan un mayor porcentaje de sus ingresos. Lograr conformar una buena cartera de clientes se vuelve entonces cada vez más importante y por lo mismo las compañías invierten gran parte de su tiempo y recursos en desarrollar herramientas y tecnología que les permita conocer y evaluar de mejor manera el riesgo de sus nuevos clientes.

Grupos de retail local han extendido el alcance y participación de sus medios de pago a través de alianzas estratégicas con otros *retailers* que operan en segmentos de mercado donde no compiten directamente entre ellos. Múltiples líneas de productos, combinado con políticas tendientes a fidelizar a sus clientes, ha permitido incrementar la participación de *retailers* en créditos de consumo tradicionalmente dominados por bancos.

Título: Número de tarjetas de crédito no bancarias vigentes						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Falabella	5.617.360	5.989.605	6.400.947	3.743.756	3.862.394	N.D.
% Cambio	2,6%	6,6%	6,9%	-41,5%	3,2%	-
Cencosud	2.727.122	2.716.985	2.657.780	2.398.188	1.998.854	1.419.450
% Cambio	5,6%	-0,4%	-2,2%	-9,8%	-16,7%	-29,0%
Ripley	2.687.727	2.738.583	2.902.595	2.317.620	2.113.053	2.118.174
% Cambio	2,2%	1,9%	6,0%	-20,2%	-8,8%	0,2%
ABC DIN	1.212.018	830.405	837.868	882.967	905.026	N.D.
% Cambio	1,3%	-31,5%	0,9%	5,4%	2,5%	-
Presto	1.403.041	1.408.905	1.488.389	1.673.687	1.360.536	N.D.
% Cambio	-3,3%	0,4%	5,6%	12,4%	-18,7%	-
Tricard	794.638	986.395	1.003.767	687.723	631.429	714.943
% Cambio	23,8%	24,1%	1,8%	-31,5%	-8,2%	13,2%
Hites	n.a.	n.a.	n.a.	688.677	696.114	N.D.
% Cambio	-	-	-	-	1,1%	-
La Polar	n.a.	n.a.	1.009.793	981.188	1.067.489	N.D.
% Cambio	-	-	-	-2,8%	8,8%	-
Johnson's	1.017.289	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	N.D.
% Cambio	11,1%	-	-	-	-	-
Consorcio	12.480	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	N.D.
% Cambio	-22,1%	-	-	-	-	-
Total	14.441.906	14.670.878	16.301.139	13.373.806	12.634.895	N.D.

% Cambio	-3,2%	1,6%	11,1%	-18,0%	-5,5%	-
* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento						
Fuente: SBIF, Compañía (Tricard)						

El líder en la industria de las tarjetas de crédito es Falabella con 3.862.394 tarjetas emitidas al cierre 2015, de las cuales solo un 72,0% ó 2.781.139 registraron operaciones durante ese mes. Más atrás se ubican Ripley y Cencosud. Es necesario mencionar que, durante el período transcurrido entre los años 2011 y 2015, los emisores no bancarios realizaron una “limpieza” de sus carteras, cerrando aquellas tarjetas que no tenían uso en determinado tiempo, lo que explica la disminución que sufrieron estos emisores en términos de cantidad de tarjetas vigentes.

Título: Número de tarjetas de crédito totales (bancarias y no bancarias) con operaciones						
Emisor	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Visa	2.764.592	3.227.794	3.287.797	3.413.273	3.816.192	3.964.377
% Cambio	18,0%	16,8%	1,9%	3,8%	11,8%	3,9%
Mastercard	2.602.554	2.772.800	2.923.293	3.884.514	4.439.568	5.066.808
% Cambio	14,6%	6,5%	5,4%	32,9%	14,3%	14,1%
American Express	242.155	256.404	254.073	282.498	302.298	325.606
% Cambio	6,6%	5,9%	-0,9%	11,2%	7,0%	7,7%
Diners	28.601	13.067	9.774	3.709	0	0
% Cambio	-25,6%	-54,3%	-25,2%	-62,1%	-100,0%	-
Magna	5.464	4.726	4.094	3.915	3.674	3.711
% Cambio	-13,4%	-13,5%	-13,4%	-4,4%	-6,2%	1,0%
Otras Bancarias	1.462	1.389	1.318	1.269	1.212	1.159
% Cambio	-7,8%	-5,0%	-5,1%	-3,7%	-4,5%	-4,4%
No Bancarias	5.796.335	5.792.506	5.892.759	6.367.568	5.772.947	N.D.
% Cambio	0,8%	-0,1%	1,7%	8,1%	-9,3%	-
Total	11.441.163	12.068.686	12.373.108	13.956.746	14.335.891	N.D.
% Cambio	7,6%	5,5%	2,5%	12,8%	2,7%	-
* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento						
Fuente: SBIF, Compañía (Tricard)						

El número agregado de tarjetas de crédito de los emisores bancarios y no bancarios tuvo un CAC entre los años 2011 y 2015 de 5,8%.

Título: Participación de tarjetas bancarias v/s no bancarias						
Emisor	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tarj. Bancarias	5.644.828	6.276.180	6.480.349	7.589.178	8.562.944	9.361.661
% sobre total	49,3%	52,0%	52,4%	54,4%	59,7%	-
Tarj. No Bancarias	5.796.335	5.792.506	5.892.759	6.367.568	5.772.947	N.D.
% sobre total	50,7%	48,0%	47,6%	45,6%	40,3%	-
Total	11.441.163	12.068.686	12.373.108	13.956.746	14.335.891	N.D.
% Cambio	7,6%	5,5%	2,5%	12,8%	2,7%	-
* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento						
Fuente: SBIF						

Si analizamos el período comprendido entre el 2011 y 2015, se observa una tendencia decreciente en la participación de tarjetas no bancarias sobre el total de tarjetas en circulación. Lo anterior producto del aumento de competitividad de la banca y el potenciamiento que han efectuado *retailers* de sus filiales bancarias, quienes llegan a representar el 59,7% del total de tarjetas de crédito del mercado, equivalente a 8.562.944 tarjetas a diciembre de 2015.

Título: Número de transacciones asociadas a tarjetas de crédito no bancarias (1)						
Emisor	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Falabella	97.074.822	104.467.577	108.025.650	116.979.152	123.033.196	N.D.
% Cambio	12,8%	7,6%	3,4%	8,3%	5,2%	-
Cencosud	34.882.166	36.281.764	49.205.702	45.050.252	27.549.645	16.755.770
% Cambio	5,3%	4,0%	35,6%	-8,4%	-38,8%	-39,2%
Ripley	29.160.035	27.299.305	28.482.686	17.503.883	14.756.511	12.965.984
% Cambio	2,9%	-6,4%	4,3%	-38,5%	-15,7%	-12,1%
ABC DIN	5.049.730	4.960.691	5.537.258	6.167.801	6.308.851	N.D.
% Cambio	8,5%	-1,8%	11,6%	11,4%	2,3%	-
Presto	32.214.670	27.763.709	24.992.420	33.185.887	41.905.005	N.D.
% Cambio	-1,7%	-13,8%	-10,0%	32,8%	26,3%	-
Tricard	2.192.552	2.891.700	3.220.508	4.221.874	4.869.156	4.925.568
% Cambio	26,6%	31,9%	11,4%	31,1%	15,3%	1,2%
Hites	n.a.	n.a.	n.a.	2.268.250	3.964.508	N.D.
% Cambio	-	-	-	-	74,8%	-
La Polar	n.a.	n.a.	13.757.399	13.510.838	9.452.851	N.D.
% Cambio	-	-	-	-1,8%	-30,0%	-
Total	200.573.975	203.664.746	233.221.623	238.887.937	231.839.723	N.D.
% Cambio	-0,2%	1,5%	14,5%	2,4%	-3,0%	-
* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento						
Fuente: SBIF, La Compañía (Tricard)						
Notas: (1) Las transacciones corresponden a Compras, Cargos por servicios contratados y Avances realizados con la Tarjeta de Crédito en comercios propios y afiliados no relacionados. Las transacciones denominadas pago de cuentas o servicios contratados corresponden a acuerdos tomados por el tarjetahabiente con terceros (ciertas compañías adheridas) que involucran el cargo de la cuenta de servicio a la tarjeta de crédito en la fecha de vencimiento de la cuenta (tanto bajo la modalidad de cargo automático como de cargos sujetos a autorización transaccional), y el cobro al tarjetahabiente en la fecha de facturación de la tarjeta (con o sin cuotas).						

Falabella registra el mayor número de transacciones de la industria con 123.033.196 transacciones los últimos doce meses a diciembre de 2015, lo que representa un 53,1% del total de transacciones informado en el mismo año. Lo anterior influenciado por la gran variedad de formatos que forman parte del grupo y la extensa red de comercios asociados. Le siguen Presto, Cencosud y Ripley.

Título: Monto promedio de transacciones asociadas a tarjetas de crédito no bancarias (Ch\$ nominales)						
Emisor	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Falabella	25.454	24.512	29.883	29.651	28.735	N.D.
% Cambio	6,9%	-3,7%	21,9%	-0,8%	-3,1%	-
Cencosud	29.927	29.757	27.612	27.965	32.088	36.044
% Cambio	7,9%	-0,6%	-7,2%	1,3%	14,7%	12,3%
Ripley	20.408	22.852	28.661	31.162	25.519	29.412
% Cambio	2,0%	12,0%	25,4%	8,7%	-18,1%	15,3%
ABC DIN	49.972	51.914	59.525	62.102	56.457	N.D.
% Cambio	11,7%	3,9%	14,7%	4,3%	-9,1%	-
Presto	19.420	19.361	27.495	20.443	18.757	N.D.
% Cambio	14,1%	-0,3%	42,0%	-25,6%	-8,2%	-
Tricard	39.108	39.035	33.575	27.845	27.276	28.393
% Cambio	4,5%	-0,2%	-14,0%	-17,1%	-2,0%	4,1%
Hites	-	-	-	51.957	55.117	N.D.
% Cambio	-	-	-	-	6,1%	-
La Polar	-	-	29.232	23.856	22.623	N.D.
% Cambio	-	-	-	-18,4%	-5,2%	-
Total	25.296	25.395	25.719	26.181	28.051	N.D.
% Cambio	-7,6%	0,4%	1,3%	1,8%	7,1%	-
* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento						
Fuente: SBIF, La Compañía (Tricard)						

Considerando los últimos doce meses a diciembre del 2015, la tarjeta con mayor monto promedio por transacción corresponde a ABC DIN con un monto de \$56.457 por ser un especialista en bienes durables. El monto promedio por transacción a diciembre de 2015 es de \$ 28.051 para el total de tarjetas no bancarias, se encuentra aproximadamente un 48% por debajo del monto promedio por transacción de las tarjetas de crédito bancarias a igual fecha.

El monto total de las transacciones de tarjetas de crédito no bancarias alcanzó durante el año 2015 los MM\$ 6.503.280 mientras que el total de transacciones de tarjetas bancarias alcanzó 231.839.723 durante igual período.

Título: Deuda total asociada a tarjetas de crédito no bancarias (MM\$ nominales)									
Emisor		2013	%	2014	%	2015	%	2016	%
	<i>al día</i>	1.023.254	93%	1.188.734	94%	1.337.232	94%	-	-
	<i>en mora</i>	72.724	7%	72.453	6%	85.652	6%	-	-
Falabella	Total Cartera	1.095.979	100%	1.261.187	100%	1.422.884	100%	N.D.	-
% cambio									
	<i>al día</i>	437.616	94%	414.260	94%	501.567	91%	641.907	92%
	<i>en mora</i>	27.199	6%	24.432	6%	48.913	9%	53.748	8%
Cencosud	Total Cartera	464.815	100%	438.692	100%	550.480	100%	695.655	100%
% cambio									
	<i>al día</i>	410.300	96%	482.853	95%	477.144	95%	504.873	95%
	<i>en mora</i>	17.696	4%	26.313	5%	26.270	5%	28.206	5%
Ripley	Total Cartera	427.996	100%	509.166	100%	503.414	100%	533.079	100%
% cambio									
	<i>al día</i>	189.653	89%	184.077	89%	157.862	82%	-	-
	<i>en mora</i>	22.892	11%	23.872	11%	33.931	18%	-	-
ABC DIN	Total Cartera	212.545	100%	207.949	100%	191.793	100%	N.D.	-
% cambio									
	<i>al día</i>	274.368	95%	338.416	95%	408.908	87%	-	-
	<i>en mora</i>	14.595	5%	17.651	5%	58.840	13%	-	-
Presto	Total Cartera	288.963	100%	356.068	100%	467.747	100%	N.D.	-
% cambio									
	<i>al día</i>	-	-	60.572	87%	57.421	82%	59.879	-
	<i>en mora</i>	-	-	8.827	13%	12.201	18%	5.809	-
Tricard	Total Cartera	-	-	69.399	100%	69.622	100%	65.688	-
% cambio									
	<i>al día</i>	-	-	116.868	85%	123.279	87%	-	-
	<i>en mora</i>	-	-	19.842	15%	19.005	13%	-	-
Hites	Total Cartera	-	-	136.710	100%	142.285	100%	N.D.	-
% cambio									
	<i>al día</i>	165.846	93%	85.088	75%	138.609	86%	-	-
	<i>en mora</i>	12.477	7%	27.700	25%	22.951	14%	-	-
La Polar	Total Cartera	178.323	100%	112.788	100%	161.560	100%	N.D.	-
% Cambio									
	<i>al día</i>	2.335.191	94%	2.785.781	94%	3.063.413	91%	-	-
	<i>en mora</i>	155.106	6%	193.390	6%	284.812	9%	-	-
Total	Total Cartera	2.490.297	100%	2.979.171	100%	3.348.225	100%	N.D.	-
% Cambio									
* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento									
Fuente: SBIF									

Las carteras con mayores incrementos durante el 2014 y 2015 fueron Presto, Falabella y Cencosud. A diciembre de 2015, el total de la cartera a nivel agregado que se encontraba al día alcanzó un 91%, lo cual representa un nivel en mora de tan solo 9%.

Tasa Máxima Convencional

En diciembre 2013 comenzó a regir la nueva ley que reduce la Tasa Máxima Convencional (“TMC”). Esta tasa, que rige el máximo interés que puede ser cobrado por una institución financiera a sus clientes es muy relevante para el negocio financiero que desarrollan las compañías del sector debido a que determinan los ingresos de esta área del negocio.

Para tal efecto, la ley faculta a la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras para determinar varios segmentos para las operaciones de crédito de dinero, según monto, moneda y plazo. En el uso de esta facultad, la Superintendencia estableció hace años, y mantiene en la actualidad, once categorías o agrupaciones de operaciones. Cada una de ellas tiene su propia tasa de interés corriente promedio (TIC), y su propia Tasa de Interés Máxima Convencional (TMC).

Título: Tasas de Interés Corriente y Máxima Convencional al 15/02/2017

Moneda y Reajustabilidad	Plazo	Monto	Interés Corriente	Tasa Máxima Convencional
Operaciones no reajustables en moneda nacional	Menores a 90 días	Menor o igual a 5.000 UF	22,92%	34,38%
		Mayor a 5.000 UF	5,36% (1)	8,04% (2)
	De 90 días o más	Menor o igual a 50 UF	34,16% (3)	37,12%
		Mayor a 50 UF y menor o igual a 200 UF	26,01% (3)	30,12%
		Mayor a 200 UF y menor o igual a 5.000 UF	16,12%	24,18%
		Mayor a 5.000 UF	6,36%	9,54%
Operaciones reajustables en moneda nacional	Menores a 1 año	Cualquier monto	3,33% (4)	5,33% (5)
	De 1 año o más	Menor o igual a 2.000 UF	3,96%	5,96%
		Mayor a 2.000 UF	3,42%	5,42%
Operaciones expresadas en moneda extranjera	Cualquier plazo	Menor o igual a 2.000 UF	6,04%	9,06%
		Mayor a 2.000 UF	2,88%	4,88%

Fuente: SBIF

Notas:

(1) Esta tasa rige para los efectos del artículo 16 de la Ley 18.010 y otras leyes que se remiten a la tasa de interés corriente para operaciones no reajustables.

(2) Esta tasa rige para las leyes que se remiten a la tasa de interés máxima convencional para operaciones no reajustables.

(3) El interés corriente para las operaciones de crédito de dinero no reajustables en moneda nacional de 90 días o más, inferiores o iguales al equivalente de 200 unidades de fomento correspondiente al conjunto de estos segmentos es 28,47% anual.

(4) Esta tasa rige para los efectos del artículo 16 de la Ley 18.010 y otras leyes que se remiten a la tasa de interés corriente para operaciones reajustables.

(5) Esta tasa rige para las leyes que se remiten a la tasa de interés máxima convencional para operaciones reajustables.

Adicionalmente, la modificación más relevante respecto a este punto consistió en reemplazar el sistema de determinación de la TMC respecto de los créditos inferiores a 200 UF, estableciendo un mecanismo de determinación diferenciado respecto de créditos iguales o superiores a 50 UF pero inferiores a 200 UF; y aquellos inferiores a 50 UF. Este cambio, implicó una rebaja inmediata de 6 y 8 puntos porcentuales anuales a la TMC determinada a la fecha de publicación de la

ley respecto de los tramos ya indicados, contemplando a su vez una rebaja progresiva de, al menos, 2 puntos porcentuales anuales aplicada de forma trimestral hasta que la TMC determinada bajo este sistema gradual se iguale a aquella que deba determinarse bajo la actual normativa, lo que se espera ocurra en un plazo de 18 meses contados desde la publicación de la Ley.

Marco Normativo Emisores de Tarjetas de Crédito

1. Ley General de Bancos en las materias aplicables a empresas emisoras de tarjetas de crédito.

Esta ley entrega a la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), la fiscalización de las empresas cuyo giro consista en la emisión u operación de tarjetas de crédito, siempre que éstos importen que el emisor u operador contraiga habitualmente obligaciones de dinero para con el público en general o ciertos sectores o grupos específicos de él.

Asimismo, establece que estas sociedades deberán constituirse en el país como sociedades anónimas especiales de conformidad con el Título XIII de la ley N° 18.046, sobre Sociedades Anónimas, y se sujetarán a las disposiciones aplicables a las sociedades anónimas abiertas, en todo lo que no se oponga a las normas especiales que éstas deban observar de conformidad con la regulación que las rige y deberán asimismo sujetarse a las normas que dicte el Banco Central de Chile de conformidad con el número 7 del artículo 35 de la ley N° 18.840 y quedarán sujetas a las disposiciones contenidas en los artículos 8, 9, 12, 13, 14, incisos primero, segundo y final, 15, 16, 17, 18, 18 bis, 19, 21, 22, 23, 26 y 26 bis de este Título, 154 y 155 del Título XVI, y 157 y siguientes del Título XVII de esta ley.

En la actualidad se encuentran pendientes, la dictación tanto por parte del Banco Central, como de la SBIF las normas que regulen la constitución de estas sociedades como anónimas especiales. De acuerdo con el artículo transitorio, el plazo para que los emisores se constituyan como anónima especial vence en octubre de este año.

2. Capítulo III.J.1 del Compendio de Normas Financieras del Banco Central de Chile, para Emisores y Operadores de Tarjetas de Crédito.

Esta norma regula a los emisores y operadores de tarjetas de crédito. Establece quienes pueden emitir y operar tarjetas, las condiciones para emitir una tarjeta (capital mínimo, reserva de liquidez, entre otros), y las causales de suspensión y revocación para emitir u operar una tarjeta. Este capítulo otorga las facultades fiscalizadoras a la SBIF, quien regula el mercado de manera específica, a través de la Circular N° 40.

3. Circular N° 40 emitida por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), para Emisores y Operadores de Tarjetas de Crédito de la SBIF.

Esta circular regula en detalle a los emisores y operadores de tarjetas de crédito, según mandado de la Ley General de Bancos y el Capítulo III.J.1. Señala los tipos de emisores y operadores, los requisitos básicos para emitir y operar, establece los requisitos de capital, la reserva de liquidez, regula la gestión y control de riesgos, establece las normas sobre contabilidad financiera, la información que debe disponer a la SBIF, sanciones aplicables por incumplimiento.

Tanto el Capítulo II.J.1 como la Circular N°40 tienen como objetivo resguardar la cadena de pago con los comercios asociados.

4. Ley N° 18.010 que establece normas para las Operaciones de Crédito de Dinero.

Esta ley establece que se entiende por operaciones de crédito en dinero y regula la tasa de interés aplicable a los proveedores de crédito regulados por la norma.

5. Circular N° 1 de la SBIF para Instituciones Colocadoras de Créditos Masivos.

Regula en detalle la tasa máxima convencional y establece obligaciones para las instituciones reguladas.

6. Ley N°19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

Regula la relación entre los proveedores de servicios financieros y los consumidores (Sernac Financiero). Especialmente se refiere al contenido mínimo de los contratos de adhesión que suscriben los consumidores, establece cuales son las cláusulas prohibidas (cláusulas abusivas), regula la información mínima que deben entregar los proveedores y la publicidad que estos emiten, entre otros. Asimismo, la ley facultó al Ministerio de Economía para dictar reglamentos que regularan en detalle lo establecido en ella, para lo cual este último emitió el Reglamento sobre Información al Consumidor de Tarjetas de Crédito Bancarias y No Bancarias.

7. Ley N°19.628 sobre Protección de la Vida Privada.

Regula el tratamiento de los datos de los titulares de las tarjetas. El tratamiento sólo debe efectuarse con el consentimiento del titular de los datos, salvo que estos hayan sido adquiridos de fuentes públicas o una ley lo autorice. Asimismo, regula el tratamiento de las obligaciones de carácter económico, financiero, bancario o comercial (deuda morosa).

8. Ley N°20.575 sobre el Principio de Finalidad en el Tratamiento de Datos Personales

Esta norma establece que respecto de los datos de carácter económico, financiero, bancario o comercial a que se refiere el Título III de la ley N° 19.628, debe respetarse el principio de finalidad en el tratamiento de datos personales, el que es exclusivamente la evaluación de riesgo comercial y para el proceso de crédito, es decir, sólo puede efectuarse al comercio establecido, para el proceso de crédito, y a las entidades que participen de la evaluación de riesgo comercial y para ese solo fin. Asimismo, regula la los administradores de estas bases de datos.

9. Ley N°19.913 que crea la Unidad de Análisis Financiero (UAF) y modifica diversas disposiciones en materia de lavado y blanqueo de activos.

Esta ley crea la UAF y establece quienes son los sujetos obligados de reportar a ésta las operaciones sospechosas de lavado de activos y financiamiento del terrorismo que se advierten en el ejercicio de sus funciones, dentro de los cuales se encuentran los emisores de tarjetas de crédito. Esta y otras obligaciones son reguladas por la Circular N° 49 de la UAF, que da instrucciones de carácter general.

10. Decreto Ley N°211 sobre Promoción y defensa de la Libre Competencia.

Esta ley tiene por objeto evitar prácticas de colusión entre empresas y abusos de posición monopólica y concentraciones empresariales que afecten o puedan afectar el funcionamiento eficiente de los mercados y el bienestar del consumidor.

6.30 Descripción de los Negocios:

Tricot participa en dos segmentos de negocios:

1. Retail, que corresponde a la comercialización de vestuario, calzado, accesorios y electrónica menor a través de la cadena de tiendas Tricot y Tricot Connect, de la subsidiaria Tricot S.A., además de la comercialización que se realiza en el canal *e-commerce*.

Este negocio aportó, en el ejercicio comercial 2016, el 74,3% de los Ingresos Ordinarios (72,5% en el ejercicio 2015) y el 71,6% del margen (73,2% en el ejercicio 2015)

2. Financiero, el cual es desarrollado por medio de la subsidiaria indirecta Tricard S.A., actividad complementaria al negocio comercial, que otorga además avances en efectivo y permite compras en comercios asociados.

Este negocio aportó, en el ejercicio comercial 2016, el 25,7% de los Ingresos Ordinarios (27,5% en el ejercicio 2015) y el 28,4% del margen (26,8% en el ejercicio 2015)

NEGOCIO RETAIL

A Diciembre de 2016, la cadena de tiendas Tricot cuenta con 78 tiendas y 36 locales de venta de electrónica menor (Tricot Connect), destacando su amplia cobertura geográfica en regiones desde Arica a Punta Arenas, siendo su segmento objetivo las mujeres buscadoras de moda en precios promocionales y calidad. Este segmento es transversal a las clásicas segmentaciones etarias, culturales y socio económicas.

La Logística de la empresa cuenta con un moderno Centro de Distribución que inició sus operaciones durante el tercer trimestre de 2013 (con una inversión que supera los M\$ 6.500), con una superficie total de 22.000 m² y que permite cubrir el plan de crecimiento. Para el transporte de la mercadería a los puntos de venta, se cuenta con un operador logístico externo.

Para el proceso de compra de mercadería importada se cuenta con una oficina en China que apoya la búsqueda de nuevos proveedores, control de calidad, logística de transporte, entre otras materias.

La mercadería proviene mayoritariamente de importación directa, con marcas propias, principalmente desde China.

Para el caso de los proveedores nacionales, los más importantes son: Nike, Adidas y Puma.

Los proveedores de China están atomizados, por lo cual no hay posiciones dominantes de parte de estos.

La gama de productos que comercializa Tricot, van desde vestuario (Jeans, Poleras, Pantalones, Lanas, Casacas, Blusas, Corsetería, Camisería, etc.), Zapatos, Zapatillas, accesorios para vestir (carteras, cinturones, collares), y artículos electrónicos "portables" (telefonía celular, tablets, notebooks, entre otros).

En el siguiente cuadro resumen se visualiza la evolución de ciertos indicadores operacionales del negocio de retail:

Título: Indicadores operacionales de retail			
	2014	2015	2016
Ventas totales (MM\$)	115.474	116.824	124.138
Tricot (MM\$)	110.820	111.552	118.717
Tricot Connect (MM\$)	4.654	5.272	5.421
Permanencia de inventario (días)*	90	81	65
Número de tiendas	112	112	114
Tricot	76	76	78
Tricot Connect	36	36	36
Superficie de tiendas (m2)	61.460	62.376	64.454
Tricot (m2)	59.792	60.708	62.786
Tricot Connect (m2)	1.668	1.668	1.668
* Inventario utilizado considera: Inventario Total - Mercadería en tránsito importada			
Fuente: Empresas Tricot S.A.			

NEGOCIO FINANCIERO

Tricot cuenta con una tarjeta “abierta”, que corresponde a la tarjeta Tricard Visa. El emisor es la sociedad Tricard S.A., subsidiaria de Tricot Financiero S.A.

La tarjeta Tricard Visa permite a sus clientes:

- Realizar compras de vestuario en las 78 tiendas Tricot.
- Realizar compras de electrónica menor en 36 puntos de venta Tricot Connect.
- Realizar avances en efectivo en 114 puntos propios (tiendas Tricot y Tricot Connect).
- Realizar compras en los comercios afiliados no relacionados en todo Chile.

Al cierre del año 2016, hay más de 450.000 clientes activos de la tarjeta Tricard Visa.

Las principales características de esta tarjeta, son las siguientes:

- La tarjeta contempla tecnología EMV (chip). Asimismo, en forma conjunta a esta tecnología, como medida de seguridad adicional, se incluye la modalidad de PIN para la realización de operaciones. El PIN es personalmente habilitado y determinado por el respectivo tarjetahabiente.
- La tarjeta Tricard Visa es emitida en las sucursales del emisor al momento de su solicitud, quedando habilitada en ese instante.
- El procesamiento de la tarjeta Tricard Visa es efectuado directamente por el emisor.
- Por el momento, la tarjeta sólo permite la realización de operaciones presenciales dentro del territorio nacional.
- La operación de la tarjeta es efectuada por medio de Transbank, por lo que puede ser utilizada en la red de comercios afiliados a dicho operador.

Las colocaciones brutas del negocio financiero han tenido un crecimiento anual compuesto de 7,2% los últimos dos años. Al clasificarlas por tipo de colocaciones, tenemos que un 36% corresponden a venta de mercadería, 30% a avances en efectivo y 35% a multicomercio.

Título: Colocaciones brutas trimestrales del Negocio Financiero (MM\$)					
	1T-2014	2T-2014	3T-2014	4T-2014	2014
Venta Mercadería	10.947	13.202	11.611	16.268	52.029
Avance en Efectivo	11.605	9.021	10.582	11.405	42.614
Multicomercio	2.468	5.145	8.821	11.042	27.476
Total	25,021	27,368	31,015	38,715	122,119
	1T-2015	2T-2015	3T-2015	4T-2015	2015
Venta Mercadería	10.251	13.785	11.336	16.022	51.394
Avance en Efectivo	9.645	9.625	10.845	11.491	41.605
Multicomercio	7.958	8.766	10.160	12.650	39.533
Total	27,854	32,175	32,340	40,163	132,532
	1T-2016	2T-2016	3T-2016	4T-2016	2016
Venta Mercadería	10.280	13.451	11.392	14.670	49.793
Avance en Efectivo	9.186	9.909	10.934	11.837	41.867
Multicomercio	10.612	11.776	12.286	13.872	48.546
Total	30,078	35,136	34,613	40,379	140,207

Por su parte, al analizar las provisiones de incobrables por stock de cartera de colocaciones, tenemos que a diciembre de 2016 estas alcanzan un 13,2%, levemente inferior a los niveles de provisiones mantenidos en los trimestres previos.

Título: Cartera de colocaciones Negocio Financiero

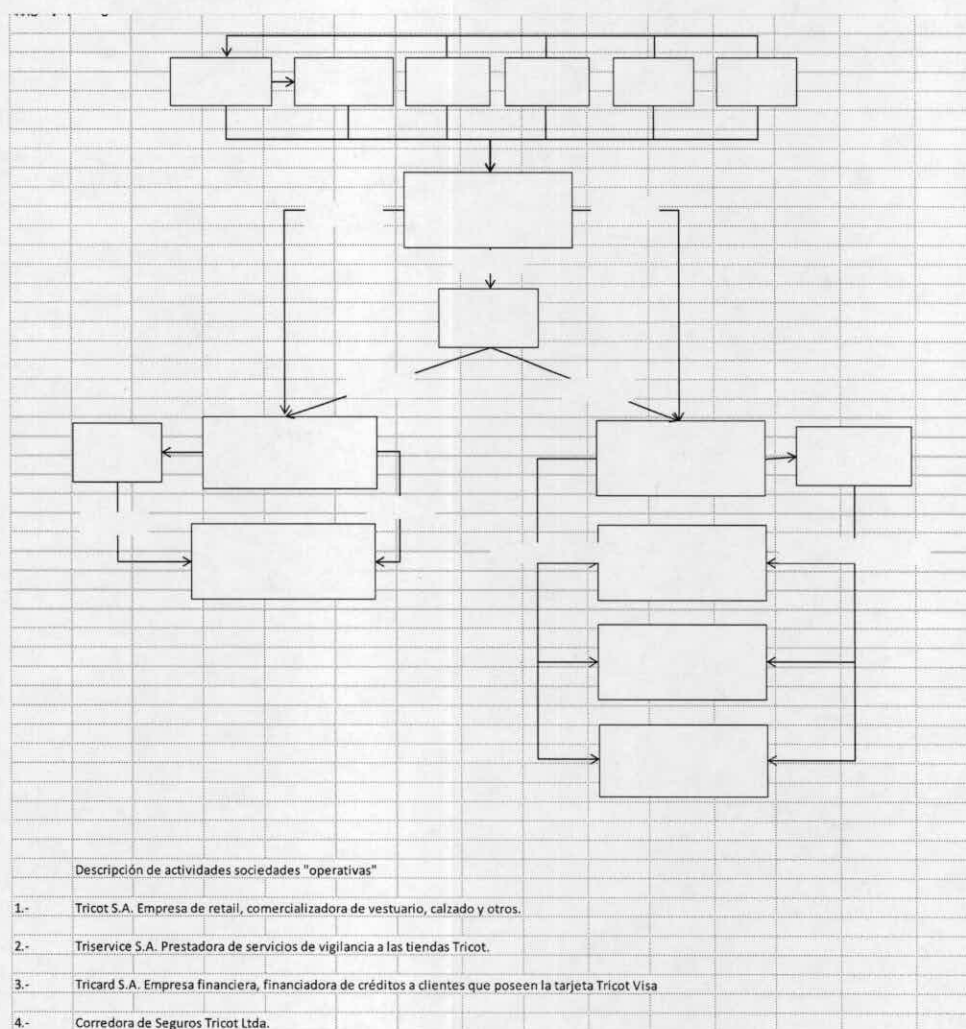
	1T-2014	2T-2014	3T-2014	4T-2014	2014
Cartera vigente (MM\$)	59.559	60.183	62.777	69.399	69.399
Stock provisiones por incobrables (MM\$)	10.318	10.504	10.671	10.986	10.986
Provisiones por incobrables (%)	17,3%	17,5%	17,0%	15,8%	15,8%
	1T-2015	2T-2015	3T-2015	4T-2015	2015
Cartera vigente (MM\$)	64.779	63.486	63.380	69.622	69.622
Stock provisiones por incobrables (MM\$)	11.575	10.756	10.957	11.110	11.110
Provisiones por incobrables (%)	17,9%	16,9%	17,3%	16,0%	16,0%
	1T-2016	2T-2016	3T-2016	4T-2016	2016
Cartera vigente (MM\$)	64.726	63.995	62.130	65.688	65.688
Stock provisiones por incobrables (MM\$)	10.909	10.108	9.020	8.685	8.685
Provisiones por incobrables (%)	16,9%	15,8%	14,5%	13,2%	13,2%

Fuente: Empresas Tricot S.A.

6.40 Información sobre subsidiarias y asociadas e inversiones en otras sociedades:

Sociedad.	I) Capital suscrito y pagado	II) Objeto social	III) Directores /Administradores	VI) Desempeñan cargo de Directores o administradores en Empresas Tricot S.A.	III) Gerente General	VI) Desempeña cargo Gerente General Empresas Tricot S
TRICOT SPA	527.708.180	a) Efectuar toda clase de inversiones en bienes corporales, incorporables, muebles o inmuebles, ya sea en Chile o en el extranjero; b) La participación en todo tipo de proyectos de inversión, sociedades, comunidades o asociaciones; y c) En general, la celebración de cualquier acto o contrato y el desarrollo de cualquier actividad relacionada directa o indirectamente con los objetivos anteriores y realizar todas las actividades conexas o complementarias a los rubros señalados.	Eduardo Pollak Ben-David, Andrés Pollak Ben-David y Salomón Minzer Muchnick.	SI	Guillermo Torres Mondaca.	NO
TRICOT S.A.	62.566.420.684	Elaboración, compra, venta, distribución, por cuenta propia o ajena, importación y exportación, incluyendo la manufactura y fabricación de toda clase de mercancías del ramo textil, incluyendo la confección de prendas de vestir de cualquier tipo. Queda también comprendido dentro del objeto, el comercio de gran tienda, en el ramo menaje, artefactos para el hogar, línea blanca, electrodomésticos y aparatos electrónicos de todo tipo y la participación en sociedades, y/o su constitución, cuyo objeto comprenda dichos rubros.	Eduardo Pollak Ben-David, Andrés Pollak Ben-David y Salomón Minzer Muchnick.	SI	Antonio Egidio Fontana.	SI
TRICOT FINANCIERO S.A.	18.572.386.712	Realizar por cuenta propia y de terceros las siguientes actividades: a) la realización de todo tipo de inversiones en toda clase de bienes corporales o incorporables, muebles o inmuebles o valores inclusive derechos participaciones en otras sociedades de personas o de capital, administrar dichas inversiones, con el objeto de posibilitar sus rentas, y b) en general, la realización de cualquier acto o contrato, y el desarrollo de cualquier actividad relacionada directa o indirectamente con los objetivos anteriores.	Eduardo Pollak Ben-David, Andrés Pollak Ben-David y Salomón Minzer Muchnick.	SI	Guillermo Torres Mondaca.	NO
TRICOT RETAIL SPA.	405.780	a) Efectuar toda clase de inversiones en bienes corporales, incorporables, muebles o inmuebles, ya sea en Chile o en el extranjero; b) La participación en todo tipo de proyectos de inversión, sociedades, comunidades o asociaciones; y c) En general, la celebración de cualquier acto o contrato y el desarrollo de cualquier actividad relacionada directa o indirectamente con los objetivos anteriores y realizar todas las actividades conexas o complementarias a los rubros señalados.	Eduardo Pollak Ben-David, Andrés Pollak Ben-David y Salomón Minzer Muchnick.	SI	Guillermo Torres Mondaca.	NO
TRISERVICE S.A.	1.386.520	Prestación de servicios y la realización de asesorías, asistencia profesional, evaluación y consultoría de todo tipo y en cualquier de sus formas, en todas las áreas, especialmente, de seguridad, computacional, mantenimiento, transporte, publicidad y marketing, financiero, tributaria, laboral y de recursos humanos.	Eduardo Pollak Ben-David, Andrés Pollak Ben-David y Salomón Minzer Muchnick.	SI	Guillermo Torres Mondaca.	NO
TRICOT FINANCIERO SPA	29.634.321	a) Efectuar toda clase de inversiones en bienes corporales, incorporables, muebles o inmuebles, ya sea en Chile o en el extranjero; b) La participación en todo tipo de proyectos de inversión, sociedades, comunidades o asociaciones; y c) En general, la celebración de cualquier acto o contrato y el desarrollo de cualquier actividad relacionada directa o indirectamente con los objetivos anteriores y realizar todas las actividades conexas o complementarias a los rubros señalados.	Eduardo Pollak Ben-David, Andrés Pollak Ben-David y Salomón Minzer Muchnick.	SI	Guillermo Torres Mondaca.	NO
TRICARD S.A.	13.556.436.633	Emisión de tarjetas de crédito conforme al Capítulo III.A.1 del Código de Normas Financieras del Banco Central y las demás operaciones complementarias que autorice la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, mediante norma de carácter general.	Eduardo Pollak Ben-David, Andrés Pollak Ben-David y Salomón Minzer Muchnick.	SI	Sergio Seniché Labbé.	
SQUICORP S.A.	2.300.724.817	a) La realización de inversiones en toda clase de bienes muebles o inmuebles, corporales o incorporables, tales como acciones, bonos, debentures, cupos o derechos en sociedades, títulos de deuda y créditos, y cualquier otro clase de valores mobiliarios; b) la venta, arrendamiento, administración y leasing de bienes muebles, inmuebles y vehículos, por cuenta propia o de terceros; c) la constitución, subdivisión, urbanización, loteo y venta de inmuebles, por cuenta propia o de terceros; d) efectuar operaciones de fabricación, venta al por mayor o financiamiento con o sin responsabilidad de las cuentas por cobrar, de cualquier tipo de sociedad o persona natural o bien pregar financieramente con garantía de cuentas por cobrar, o administración de las cuentas por cobrar; e) el estudio y comercialización, por cuenta propia o de terceros, toda clase de bienes que a Sociedad Adquirenta, deposite o posea a cualquier título, y f) el desarrollo de toda clase de actividades o negocios en giro inmobiliario, financiero, industrial y comercial. Para un mayor y adecuado cumplimiento de su objeto social, la sociedad podrá constituir, adquirir o integrar como asociada, con terceros o sociedades filiales, sociedades de cualquier clase o naturaleza tanto en Chile como en el extranjero.	Eduardo Pollak Ben-David, Andrés Pollak Ben-David y Salomón Minzer Muchnick.	SI	Guillermo Torres Mondaca.	NO
CORREDORA DE SEGUROS TRICOT LTDA.	10.130.000	La intermediación y corretaje de seguros generales y de vida con cualquier entidad aseguradora radicada en el país y la exclusión inherente a esta clase de contratos respecto de toda clase de personas.	Eduardo Pollak Ben-David, Andrés Pollak Ben-David, Salomón Minzer Muchnick, Antonio Egidio Fontana y Guillermo Torres Mondaca.	Eduardo Pollak Ben-David, Andrés Pollak Ben-David, Salomón Minzer Muchnick.	Sergio Seniché Labbé.	NO

Estructura Propietaria de Empresas Tricot S.A.



6.50 Factores de Riesgo:

Factores de Riesgo:

- a) **Riesgo de Entorno económico**

La empresa está sujeta a los ciclos de desempeño de la economía nacional e internacional.

El alza en la tasa de desempleo a nivel nacional, podría disminuir el consumo, así como producir un alza en la tasa de riesgo asociado a la cartera de préstamos a nuestros clientes.

Para minimizar los efectos del entorno económico, principalmente en ciclos recesivos, la empresa evalúa constantemente el comportamiento individual de cada sucursal y de la economía local (actividad económica, empleo, etc.). Se considera también los ajustes internos que fueran necesarios de realizar: Restricciones en otorgamiento de créditos, ajustes de gastos, renegociaciones con proveedores, etc., procurando en todo tiempo no afectar al personal ni cerrar sucursales.

b) Riesgo de tipo de cambio

La deuda en moneda extranjera que presenta la empresa es generada por la compra de productos importados en dólares estadounidenses. Dado que el peso chileno está sujeto a variaciones respecto del dólar estadounidense, durante el período en que las operaciones de importación están pendientes de pago, existe una exposición a la fluctuación cambiaria, lo que podría hacer variar los costos de adquisición de los productos. Es política de la empresa, usar instrumentos de cobertura que minimicen los efectos de estas fluctuaciones (Forwards y depósitos en dólares).

c) Riesgo de tasa de interés

La empresa regularmente toma préstamos en pesos de los bancos locales a mediano y largo plazo (en promedio entre 36 y 48 meses), a tasas acorde al mercado, bajo condiciones crediticias razonables, por tanto, aumentos en la tasa afectarán el costo de financiamiento; sin embargo, el mercado entrega alternativa de financiamiento y la empresa también dispone de herramientas que permiten mitigar eventuales alzas.

d) Riesgo de inflación

Debido a la indexación a la inflación del mercado de capitales chileno, una parte de los activos y pasivos de Empresas Tricot S.A. y Afiliadas está denominada en UF. La exposición a este riesgo es baja debido a que la deuda en UF es cercana al 5,5% para el 2016 (4,4% para el 2015).

e) Riesgo de liquidez

Si bien la liquidez presente y pasada de Tricot ha permitido el normal cumplimiento de sus compromisos ante acreedores y propietarios (pago de dividendos), siempre está presente el riesgo de la liquidez.

Para minimizar la exposición a este riesgo, Tricot dispone de políticas expresadas en su planificación financiera y herramientas para el monitoreo permanente de la liquidez de la empresa.

La política financiera considera:

- Mantener efectivos mínimos.
- Financiamiento de las inversiones con deuda acordes con la madurez de dichas inversiones, en moneda local y cuotas fijas.

El plan financiero considera:

- Mantener inventarios no superiores a 3 meses.
- Cuentas por cobrar que roten no menos de 2 veces por año.

- Planes de pagos a proveedores nacionales y negociación de las importaciones que permitan calzar pagos con el ciclo de recuperación de las ventas.

f) **Riesgo de activos financieros**

Corresponde a los saldos en cuentas corrientes bancarias, depósitos a plazo y valores negociables que la empresa mantiene en cada momento del tiempo. La capacidad de la sociedad de recuperar estos fondos a su vencimiento depende de la solvencia de la contraparte en que se encuentren depositados.

La sociedad tiene establecida una política de diversificación entre instituciones financieras que pueden recibir cualquiera de estos depósitos de efectivo y equivalentes, los que limitan su concentración y por tanto este riesgo con colocaciones de corto plazo, que normalmente, no superan los 60 días.

g) **Riesgo de incobrabilidad de las colocaciones en tarjeta de crédito**

Los clientes de la empresa son de una variada dispersión geográfica, de edad, de estrato socio-económico, etc., y ninguno de ellos tiene una incidencia importante en la venta o en stock de colocación, es decir, nuestra cartera está atomizada cuya deuda promedio es relativamente baja en relación a la industria.

El riesgo crediticio es monitoreado permanentemente mediante el seguimiento de diferentes indicadores a través de un conjunto de herramientas tecnológicas y que ha permitido que nuestra cartera de clientes obtenga buenas calificaciones de las Clasificadoras de riesgo.

h) **Riesgo Regulatorio**

Regulación a emisores de tarjetas de crédito

El Banco Central y la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de manera conjunta, emitieron un nuevo marco regulatorio para emisores de tarjetas de crédito (Circular 40). Esta circular, ha tenido efectos en la política de provisiones y castigos al imponer exigencias de solvencia y liquidez. La empresa actúa estrictamente dentro del marco regulatorio, haciendo los ajustes que sean pertinentes dentro del marco legal.

Tasa máxima convencional, SBIF.

Si bien la normativa que rebajó paulatinamente la tasa máxima convencional ya se encuentra vigente, entendemos que su principal efecto se vio reflejado en una baja de ingresos por intereses del negocio tradicional de crédito, entre los años 2014 y 2015. Sin embargo, al 31 de diciembre de 2016, la tasa máxima convencional ha logrado una estabilidad, lo que genera un menor riesgo.

Reforma Laboral

Actualmente se encuentra aprobada la ley 20.940 “Reforma Laboral”, la que entrará en vigencia con fecha 1 de abril de 2017. Dicha ley establece una serie de modificaciones legales destinada a fortalecer la función sindical, dentro de las cuales se contienen cambios asociados al proceso de negociación colectiva y huelga, así como la incorporación de nuevos conceptos tales como titularidad sindical, servicios mínimos que deben ser prestados por los trabajadores en caso de huelga, piso mínimo de negociación y otros. La Sociedad se encuentra evaluando los potenciales impactos que ésta pudiese originar, y de esta forma, efectuar las adecuaciones necesarias para mitigar los riesgos asociados.

Proyecto SERNAC

Con fecha 19 de mayo de 2015, la Cámara de Diputados aprobó el proyecto de ley que fortalece la institucionalidad del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac). Éste pasó a la cámara alta y se encuentra en su segunda etapa de tramitación en el Senado.

En términos generales, este proyecto modifica la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores, dotando de mayores facultades de fiscalización, regulación, mediación, sanción e interpretación al Servicio Nacional del Consumidor

(SERNAC). Adicionalmente, el proyecto establece una serie de modificaciones asociadas a las funciones fiscalizadoras de este organismo, así como a los procedimientos judiciales que puedan ser iniciados a instancia de los consumidores o bien por uso de las facultades del SERNAC, estableciéndose además mayores multas en caso de incumplimiento de las empresas fiscalizadas.

Respecto al efecto que este proyecto pudiese tener para la Compañía, se está a la espera de la finalización de los trámites legislativos a efectos de poder evaluar su impacto y de esta forma, tomar las medidas pertinentes destinadas a mitigar los riesgos que sobre el particular se determinen.

Uso de datos personales

Actualmente se encuentra en su primera etapa de tramitación ante el Senado el Proyecto de Ley que modifica diversos cuerpos legales para prohibir el uso de registros históricos de datos comerciales caducos, el cual tiene por finalidad prohibir el uso de cualquier clase de dato comercial que posea una antigüedad superior a 5 años o se encuentre caduco, sea que el dato se encuentre en una base de carácter público o bien en los registros históricos de una entidad, lo que podría generar impactos en la evaluación crediticia de una persona que esté solicitando el acceso a un producto o servicio financiero.

Sin perjuicio de lo anterior, dada la etapa de discusión legislativa en la cual se encuentra este proyecto, se está a la espera de una etapa más avanzada a efectos de evaluar el impacto que éste podría tener para la Compañía y así tomar las medidas que se estimen pertinentes a efectos de mitigar los riesgos que sobre el particular puedan estimarse.

6.60 Políticas de Inversión y Financiamiento:

Tricot ha definido como parte de su política de financiamiento, privilegiar el uso de recursos propios provenientes de los flujos operacionales generados por el negocio que explota. Adicionalmente, y buscando optimizar el capital de trabajo y minimizar los costos de capital, se busca la contratación de créditos que permitan calzar la duración de los activos y los pasivos, manteniendo niveles compatibles tanto con la industria como con la generación de flujos de caja de la Compañía. Para lo anterior, se toman créditos con los bancos a plazo máximo de 48 meses, en pesos chilenos a tasa fija. Todo otro tipo de endeudamiento debe ser aprobado por Directorio.

En lo que respecta a la inversión, ésta se destina en su mayoría a sustentar la operación de los negocios en los que participa Tricot, tanto como para la renovación o adquisición de activos como para el crecimiento orgánico planificado para los próximos años.

6.70 Principales Activos:

El principal activo de Empresas Tricot S.A. corresponde a sus participaciones accionarias de un 99,386% en sus filiales Tricot S.A., vinculada al negocio retail, y Tricot Financiero S.A., que desarrolla el negocio financiero.

Sin perjuicio de ello, a continuación se incluye un cuadro con los principales activos fijos inmuebles de propiedad de la filial Tricot S.A.:

Destino	Ciudad	Ubicación	Acreedor
Tienda	Santiago	Av. Bernardo O" Higgins 781	Propio
Tienda	San Bernardo	Covadonga 572-578	Leasing Ohio (*)
Tienda	Calama	Ramírez 2001	Leasing Ohio (**)
Tienda	Valparaíso	Condell 1421	Propio
Tienda	La Serena	Cienfuegos 458	Propio
Tienda	Arica	21 de Mayo 364	Propio
Tienda	La Serena	Cordovez 618	Propio
Tienda	Castro	San Martín 333	Propio
Centro de Distribución	Santiago	Pedro Montt 2445	Propio
Casa Central y Centro de Distribución	Santiago	Vicuña Mackenna 3600, Macul	Propio

Notas:

(*) Las cuotas asociadas a estas propiedades vencen en Diciembre de 2027. Esta propiedad está bajo un contrato de leasing financiero, el cual al pago de la última cuota pasará a ser de propiedad de la subsidiaria Tricot S.A.

(**) Las cuotas asociadas a estas propiedades vencen en Octubre de 2027. Esta propiedad está bajo un contrato de leasing financiero, el cual al pago de la última cuota pasará a ser de propiedad de la subsidiaria Tricot S.A.

PROSPECTO

EMPRESAS TRICOT S.A.

INSCRIPCIÓN DE EMISIÓN DE ACCIONES REGISTRO DE VALORES

JUNIO 2017

**INSCRIPCIÓN DE EMISIONES DE ACCIONES SUSCRITAS Y POR SUSCRIBIR
EN EL REGISTRO DE VALORES**

PROSPECTO

1. INFORMACION GENERAL.

1.1 Intermediarios y Asesores que han participado en la elaboración del Prospecto:

BTG Pactual Chile S.A. Corredores de Bolsa (en adelante "BTG Pactual").
Larraín Vial S.A. Corredora de Bolsa (en adelante "Larraín Vial").
Alcaíno Abogados

1.2 Leyenda de Responsabilidad:

"LA SUPERINTENDENCIA DE VALORES Y SEGUROS NO SE PRONUNCIA SOBRE LA CALIDAD DE LOS VALORES OFRECIDOS COMO INVERSIÓN. LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE PROSPECTO ES DE RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL EMISOR, Y DEL O DE LOS INTERMEDIARIOS QUE HAN PARTICIPADO EN SU ELABORACIÓN.

LA INFORMACIÓN RELATIVA AL O LOS INTERMEDIARIOS, ES DE RESPONSABILIDAD DEL O DE LOS INTERMEDIARIOS RESPECTIVOS, CUYOS NOMBRES APARECEN IMPRESOS EN ESTA PÁGINA."

1.3 Mercado en que serán transadas las acciones:

Mercado general.

2. IDENTIFICACIÓN DEL EMISOR Y DE LA EMISIÓN.

2.1 Fecha de prospecto:

Junio 2017.

2.2 Nombre o Razón Social:

Empresas Tricot S.A. (en adelante también "Tricot").

Nombre de Fantasía:

No tiene.

R.U.T.:

76.266.594-8.

Dirección:

Avenida Vicuña Mackenna N° 3600, comuna de Macul, Región Metropolitana de Santiago.

Teléfono, Fax, Email y Sitio Web:

Teléfono: (56-2) 23503600
Fax: (56-2) 23503649
E-mail: contactosvs@tricot.cl
Sitio web: www.tricot.cl

2.3 Número y fecha de inscripción de emisión:

En trámite.

3. ANTECEDENTES GENERALES DE LA SOCIEDAD.

3.1 Reseña Histórica:

Los orígenes de las tiendas Tricot se remontan al área de ventas de la fábrica Textiles Pollak Hermanos. Ésta se especializaba en la elaboración de lanas y textiles que comercializaba fundamentalmente a nivel mayorista.

Tras el cambio en la estructura de propiedad, materializado en 2004, se profesionalizó la administración y se efectuó una reorganización comercial destinada a aumentar la comercialización de productos importados, reforzar el programa de marketing, racionalizar el nivel de inventarios y fortalecer la administración del negocio financiero.

Entre los grandes hitos de Tricot, destacan los siguientes:

- 1952, Creación de Textiles Pollak Hnos., empresa dedicada a la venta y fabricación de textiles.
- 1955, Se inaugura la primera sucursal de Tricot, ubicada en Plaza de Armas, Monjitas N° 505, Santiago.
- 1964, Tricot comienza plan de regionalización: inauguración de sucursal Arica.
- 1999, Se crea Tricard S.A., filial financiera, con el objetivo de administrar el negocio crediticio.
- 2001, Tricard S.A. comienza a otorgar avances en efectivo.
- 2004, Reestructuración societaria y cambio de propiedad, separándose totalmente de Ind. Textiles Pollak Hnos.
- 2005, Se abre oficina propia en China para búsqueda de proveedores, control de calidad y desarrollo logístico.
- 2005, Se implementa estrategia “Moda al mejor precio”.
- 2005, Se implementa el cross-docking desde China y se automatiza en un 100% la reposición a sucursales.
- 2006, Se inaugura Coquimbo, primera sucursal con nuevo formato.
- 2007, Se paga anticipadamente convenio con bancos acreedores, producto de la reestructuración de pasivos del año 2003.

- 2008, Se inauguran 9 tiendas, completando 38 sucursales desde Arica a Punta Arenas.
- 2009, Se implementa el control de identidad biométrico para originación y administración, asociado al negocio financiero.
- 2010, Se aumentan las sucursales a 46 y, se inicia la implementación de un nuevo Sistema de Crédito.
- 2011, Se aumentan las sucursales a 51. Se abre la primera sucursal en la zona oriente de Santiago.
- 2011, Se inicia la habilitación del nuevo Centro de Distribución.
- 2011, Se inaugura el formato de negocios de electrónica menor Tricot Connect.
- 2012, Se aumentaron sucursales a 55 puntos de venta.
- 2012, En el último trimestre del año se produce la reorganización de Tricot S.A., dando origen a la matriz del grupo, Empresas Tricot S.A., y sus filiales Tricot Financiero S.A., Tricot SpA y Tricot S.A.

Tricot S.A. fue constituida el año 1975 bajo la razón social de Establecimientos Tricot Limitada, transformándose en Tricot S.A. el año 1993. Por su parte, Tricot SpA fue constituida el año 2012, mientras que Tricot Financiero S.A. nació producto de la división de Tricot S.A., el año 2012.

- 2013, Durante la primera quincena del mes de diciembre, la filial Tricard S.A., inscrita bajo el N° 699 del Registro de Emisores y Operadores de Tarjetas de Crédito de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, comienza a emitir la nueva tarjeta de crédito Tricard Visa, la que podrá ser emitida bajo cualquiera de sus marcas afiliadas.
- 2013, Se inicia la operación del nuevo Centro de Distribución
- 2013, Se aumentaron las sucursales a 63 puntos de venta de vestuario y 33 puntos de venta de electrónica menor (Tricot Connect).
- 2014, Se inauguran 13 nuevas sucursales Tricot y 3 sucursales Tricot Connect.
- 2015, Se inaugura sucursal Irarrázaval, terminando el año con 76 tiendas Tricot y 36 puntos de venta Tricot Connect.
- 2016, Apertura de 3 nuevas tiendas Tricot.
- 2016, Durante el año se desarrolló el canal *e-commerce* lo que implicó la habilitación de un centro de distribución específico para este canal y la plataforma web para su funcionamiento. El canal fue puesto en marcha a comienzos del año 2017.

Reseña Legal:

Tricot fue constituida por escritura pública de fecha 5 de diciembre de 2012, otorgada en la Notaría de Raúl Iván Perry Pefaur bajo el repertorio número 57.122-2012. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 9.787, número 6.700 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2013 y fue publicado en el Diario Oficial de fecha 1° de febrero del mismo año.

Los estatutos de Tricot han sido modificados por acuerdos adoptados en las siguientes juntas extraordinarias de accionistas:

- (a) Junta extraordinaria de accionistas celebrada con fecha 17 de diciembre de 2012 cuya acta fue reducida a escritura pública con esa misma fecha en la Notaría de Santiago de José Musalem Saffie, bajo el repertorio número 17.309-2012. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 13.322, número 8.945 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2013 y fue publicado en el Diario Oficial de fecha 14 de febrero del mismo año.

En dicha junta extraordinaria de accionistas se acordó:

- (i) Aumentar el capital social en la cantidad de \$49.301.014.241, mediante la emisión de 21.138.530 nuevas acciones de pago, de las cuales un 3,509% serán destinadas a planes de compensación de los ejecutivos de la compañía o de sus filiales;
 - (ii) Aprobar el precio de colocación y la forma de pago de las acciones que se emitieron en virtud del referido aumento de capital;
 - (iii) Reemplazar los artículos quinto y primero transitorios de los estatutos sociales, para adaptarlos al aumento de capital acordado;
 - (iv) La renuncia por los accionistas a sus opciones de suscripción preferente; y
 - (v) Los demás acuerdos y medidas que sean necesarias y conducentes para implementar las anteriores proposiciones, en caso que éstas sean aprobadas.
- (b) Junta extraordinaria de accionistas celebrada con fecha 13 de marzo de 2013 cuya acta fue reducida a escritura pública con fecha 15 de marzo del mismo año en la Notaría de Patricio Raby Benavente, bajo el repertorio número 3.432-2013. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 22.877, número 15.094 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2013 y fue publicado en el Diario Oficial de fecha 22 de marzo de 2013.

En dicha junta extraordinaria de accionistas se acordó:

- (i) Aumentar el número de acciones en que se divide el capital de Tricot, de 21.138.539 acciones a 274.801.007 acciones nominativas de igual valor y sin valor nominal.
 - (ii) Aumentar el capital social de Tricot de \$49.331.039.195.- dividido en 274.801.007 acciones nominativas de igual valor y sin valor nominal, considerando el aumento de acciones indicado en el número (i) anterior, a \$62.095.630.266.- dividido en 331.085.550 acciones nominativas de igual valor y sin valor nominal, mediante la emisión de 56.284.543 acciones de pago por parte del directorio de la

compañía, de las cuales un máximo de 5.628.454 acciones, equivalentes al 10% de dicho aumento, serán destinados a planes de compensación de los ejecutivos de la compañía y de sus filiales; así como adoptar cualquier otro acuerdo que sea procedente para llevar a cabo el aumento de capital referido en el numeral precedente.

- (iii) Inscribir a Tricot y sus acciones como una sociedad anónima abierta en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros (“SVS”), como asimismo, inscribir en dicho registro la emisión de las acciones de pago a que se refiere el aumento de capital señalado en el número (ii) precedente, con el objeto de que las acciones sean transadas en los “Mercados para Empresas Emergentes” que regulen las Bolsas de Valores.
 - (iv) Una vez se hayan colocado acciones en el público, no cancelar su inscripción en el Registro de Valores por el plazo de tres años contado desde esa fecha, no obstante reunir los requisitos que establezca la ley para proceder en ese sentido.
 - (v) Modificar los estatutos sociales para ajustarlos a las normas aplicables a las sociedades anónimas abiertas y en general introducir y acordar todas aquellas modificaciones que requieran los estatutos sociales y que digan relación con el aumento de capital señalado y con el registro de Tricot y sus acciones en el Registro de Valores.
 - (vi) Dictar un texto refundido de los estatutos sociales, de manera de efectuar los cambios que sean necesarios con motivo de la pérdida de vigencia y validez de diversos artículos y los ajustes de numeración, orden y redacción que sean necesarios, facilitando la comprensión y lectura de los mismos.
- (c) Junta extraordinaria de accionistas de fecha 2 de septiembre de 2013, reducida a escritura pública de fecha 3 de octubre de 2013, en la Notaría de Santiago de Patricio Raby Benavente, bajo el repertorio número 13.192-2013. Un extracto de dicha escritura fue inscrito fojas 76.986 N° 50.728 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2013, y publicado en el Diario Oficial del día 11 de octubre de 2013.

En dicha junta extraordinaria de accionistas se acordó:

- (i) Complementar al acuerdo adoptado en la junta extraordinaria de accionistas de fecha 13 de marzo de 2013 en relación a las acciones de pago que serán destinadas a planes de compensación de trabajadores de la compañía y sus filiales, y aprobar las modificaciones a los estatutos sociales de que dan cuenta los números 5.1, 5.2 y 5.3 de la sección V de la respectiva acta;
- (ii) Aprobar un nuevo texto refundido de los estatutos sociales, que contienen modificaciones conforme a las observaciones realizadas por la SVS a través del Oficio N° 10.671 de fecha 16 de mayo de 2013, esto es, las introducidas a los artículos primero, segundo y décimo séptimo permanentes y primero transitorio de los estatutos; así como las modificaciones propuestas por el directorio a efectos de fortalecer el gobierno corporativo de la compañía y que corresponden a las modificaciones efectuadas a los artículos séptimo y décimo permanentes de los estatutos, la incorporación de un nuevo Título Cuarto y un nuevo artículo tercero transitorio a los estatutos sociales; y
- (iii) Aprobar los cambios efectuados a los estados financieros de la compañía al 31 de diciembre de 2012, en cumplimiento de lo observado por la SVS en su Oficio N° 10.671 de fecha 16 de mayo

de 2013, así como el nuevo informe de los auditores externo de la Compañía.

- (d) Junta extraordinaria de accionistas de fecha 14 de enero de 2014, reducida a escritura pública de fecha 30 de enero de 2014, en la Notaría de Santiago de Patricio Raby Benavente, bajo el Repertorio número 1.461-2014. Un extracto de esta escritura fue inscrito fojas 11.614 N° 7.249 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2014, y publicado en el Diario Oficial del día 17 de febrero de 2014.

En dicha junta extraordinaria de accionistas se acordó aprobar la modificación del artículo décimo permanente de los estatutos sociales para ajustarlos a los requerimientos de la SVS, conforme a las observaciones realizadas por este organismo a través del Oficio N° 25.491 de fecha 18 de noviembre de 2013

- (e) Junta extraordinaria de accionistas de fecha 25 de abril de 2014, reducida a escritura pública de fecha 16 de junio de 2014, en la Notaría de Santiago de Hernán Cuadra Gazmuri, bajo el Repertorio número 12061/2014, cuyo extracto fue inscrito a fs. 45.979 N° 28.370 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2014, y publicado en el Diario Oficial de fecha 26 de julio de 2014.

En dicha junta extraordinaria de accionistas se acordó aumentar el número de directores que componen el directorio de 7 a 8 miembros.

- (f) Junta extraordinaria de accionistas celebrada con fecha 11 de octubre de 2016 cuya acta fue reducida a escritura pública con fecha 18 de noviembre de 2016 en la Notaría de Santiago de Hernán Cuadra Gazmuri, bajo el repertorio número 16.558-2016. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 94.409, número 51.411 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2016 y fue publicado en el Diario Oficial de fecha 23 de diciembre del mismo año.

En dicha junta extraordinaria de accionistas se acordó:

- (i) Disminuir el capital de la sociedad desde la suma de \$62.095.630.266 dividido en 331.085.550 acciones ordinarias, nominativas, de igual valor y sin valor nominal, y de una sola serie, a la suma de \$47.686.465.833 dividido en 265.158.218 acciones ordinarias nominativas, de igual valor y sin valor nominal, y de una sola serie.
 - (ii) Acoger a la compañía a las normas de las sociedades anónimas cerradas.
 - (iii) Modificar los estatutos sociales para ajustarlos a las normas aplicables a las sociedades anónimas cerradas y en general introducir las modificaciones que requieran los estatutos y que digan relación con este hecho.
 - (iv) Dictar texto refundido de los estatutos sociales.
- (g) Junta extraordinaria de accionistas celebrada con fecha 11 de noviembre de 2016 cuya acta fue reducida a escritura pública con fecha 16 de noviembre de 2016 en la Notaría de Santiago de Francisco Javier Leiva Carvajal, bajo el repertorio número 67.367-2016. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 95.996, número 52.476 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2016 y fue publicado en el Diario Oficial de fecha 15 de diciembre del mismo año.

En dicha junta extraordinaria de accionistas se acordó aumentar el capital social de la suma de \$47.686.465.833 dividido en 265.158.218 acciones ordinarias, nominativas, de igual valor y sin valor nominal, y de una sola serie a la suma de \$80.612.734.018 dividido en 369.952.358 acciones ordinarias, nominativas, de igual valor y sin valor nominal, y de una sola serie.

- (h) Junta extraordinaria de accionistas celebrada con fecha 7 de marzo de 2017 cuya acta fue reducida a escritura pública con fecha 8 de marzo de 2017 en la Notaría de Santiago de Francisco Javier Leiva Carvajal, bajo el repertorio número 15.294-2017. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 22.820, número 12.712 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2017 y fue publicado en el Diario Oficial de fecha 16 de marzo del mismo año.

En dicha junta extraordinaria de accionistas se acordó:

- (i) Dejar sin efecto los acuerdos adoptados en la junta extraordinaria de accionistas señalada en el literal (f) anterior.
 - (ii) Dejar constancia que el capital de Tricot se disminuyó de pleno derecho desde la suma de \$62.095.630.266 dividido en 331.085.550 acciones ordinarias nominativas, de igual valor y sin valor nominal, y de una sola serie, a la suma de \$50.607.498.302.-, dividido en 280.429.461 acciones ordinarias, nominativas, de igual valor y sin valor nominal, y de una sola serie. Lo anterior, dado que con fecha 13 de marzo de 2016 venció el plazo para suscribir y pagar 50.656.089 acciones mediante las cuales se efectuaría el aumento de capital acordado en la junta extraordinaria de accionistas celebrada con fecha 13 de marzo de 2013, cuya acta fue reducida a escritura pública con fecha 15 de marzo del mismo año y cuyo extracto fue inscrito a fojas 22.877 N° 15.094 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2013 y publicado en el Diario Oficial N° 40.516 de fecha 22 de marzo del mismo año.
 - (iii) Rectificar el aumento de capital acordado en la junta extraordinaria de accionistas señalada en el literal (g) anterior.
 - (iv) Dictar un texto refundido de los estatutos sociales.
- (i) Junta extraordinaria de accionistas celebrada con fecha 22 de marzo de 2017 cuya acta fue reducida a escritura pública con fecha 24 de marzo de 2017 en la Notaría de Francisco Javier Leiva Carvajal, bajo el repertorio número 18.559. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 26.219, número 14.547 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2017 y fue publicado en el Diario Oficial de fecha 29 de marzo de 2017.

En dicha junta extraordinaria de accionistas se acordó:

- (i) Aumentar el capital social de Tricot de \$80.612.734.018.- dividido en 369.952.358 acciones nominativas de igual valor y sin valor nominal a \$96.786.452.965 dividido en 435.238.068 acciones nominativas de igual valor y sin valor nominal, mediante la emisión de 65.285.710 acciones de pago por parte del directorio de la compañía, de las cuales un máximo de 6.528.571 acciones, equivalentes al 10% de dicho aumento, serán destinados a planes de compensación de los ejecutivos de la compañía y de sus filiales.
- (ii) Inscribir a Tricot y sus acciones como una sociedad anónima abierta en el Registro de Valores de la SVS, como asimismo, inscribir en

dicho registro la emisión de las acciones de pago a que se refiere el aumento de capital señalado en el número (i) precedente.

- (j) Junta extraordinaria de accionistas de fecha 17 de mayo de 2017, reducida a escritura pública de fecha 18 de mayo de 2017, en la Notaría de Santiago de Francisco Javier Leiva Carvajal. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 40.587, número 22.261 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2017 y fue publicado en el Diario Oficial de fecha 26 de mayo de 2017.

En dicha junta extraordinaria de accionistas se acordó aprobar la modificación del artículo trigésimo séptimo permanente de los estatutos sociales para ajustarlos a los requerimientos de la SVS, conforme a las observaciones realizadas por este organismo a través del Oficio N° 11.408 de fecha 27 de abril de 2017.

- (k) Junta extraordinaria de accionistas de fecha 5 de junio de 2017, reducida a escritura pública de esa misma fecha, en la Notaría de Santiago de Francisco Javier Leiva Carvajal. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 45.074, número 24.583 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2017 y fue publicado en el Diario Oficial de fecha 9 de junio de 2017.

En dicha junta extraordinaria de accionistas se acordó aprobar la modificación del artículo trigésimo séptimo permanente de los estatutos sociales para ajustarlos a los requerimientos de la SVS, conforme a las observaciones realizadas por este organismo a través del Oficio N° 14.642 de fecha 1 de junio de 2017.

3.2 Descripción del Sector Industrial:

Introducción

Las empresas del Grupo Tricot son especialistas en el sector de vestuario y calzado de la industria del retail. El negocio del grupo consiste principalmente en la venta de ropa para hombres, mujeres y niños a través de sus 78 locales Tricot y 36 locales Tricot Connect a lo largo de Chile. El negocio de Tricot no considera la producción de la ropa, pero sí el diseño de ésta donde manufactura la mayoría de sus prendas con fabricantes de China.

Al igual que la mayoría de los operadores de la industria retail en Chile, Tricot, además del negocio de vestuario y calzado participa, a través de su filial Tricot Financiero S.A. del negocio financiero, en el que ofrece el uso de la tarjeta de crédito Visa Tricot, permitiendo a los usuarios utilizarla como medio de pago y para realizar avances en efectivo y compras en otros comercios.

Los últimos años, Tricot ha dedicado parte de sus esfuerzos al desarrollo del canal *e-commerce*, el cual comenzó a funcionar definitivamente a principios del año 2017. Este opera mediante el despacho directo de los productos desde un centro de distribución a los consumidores del canal *e-commerce*.

En menor medida, la compañía también participa en el sector retail de electrónica, modelo de negocio que ha desarrollado en el último tiempo a través de sus tiendas Tricot Connect, donde comercializa telefonía celular y artículos electrónicos portables.

a) NEGOCIO RETAIL

Industria Retail

El retail, denominación que se deriva del francés *retailer*, que significa fraccionar o separar de algo mayor, es la versión moderna del conjunto de actividades desarrolladas por el comercio minorista, las que representan aproximadamente la mitad de las ventas del sector comercio. Hoy en día, el retail es un sector altamente complejo y competitivo que se ha ramificado en esquemas multi-formatos como supermercados, tiendas por departamento, tiendas para mejoramiento del hogar, tiendas especializadas, entre otros.

El crecimiento del PIB, el crecimiento de la población, una mayor renta disponible, y el incremento del gasto de los consumidores se están combinando para impulsar la industria.

Esta industria se caracteriza por tener altas barreras de entrada, como las grandes inversiones requeridas para lograr economías de escala, las ubicaciones de los locales y la lealtad a la marca.

La industria Retail ha tenido una fuerte expansión en mercados emergentes debido a la menor saturación en comparación con los países más desarrollados. Latinoamérica no ha sido la excepción y se ha convertido en uno de los principales focos de crecimiento de la industria. Los principales *retailers* de la región rápidamente se están transformando en actores de clase mundial con un crecimiento anual compuesto (en adelante “CAC”) en las ventas de un 12,2%, muy superior al 5,0% promedio de las 250 compañías top de la industria y con un margen utilidad del 4,0%, por sobre la mayoría de las regiones.

Título: Crecimiento de las ventas y de la utilidad por región/país (%)			
	Crecimiento de las ventas 2010	CAC de las Ventas 2010-2015	Margen Utilidad Neta 2015
Latinoamérica	11,3%	12,2%	4,0%
África y Medio Oriente	19,1%	16,9%	5,8%
Europa	3,7%	3,8%	3,1%
Francia	1,6%	2,9%	3,3%
Top 250	5,2%	5,0%	3,0%
Gran Bretaña	-4,9%	0,0%	1,5%
Alemania	4,2%	3,8%	0,8%
Asia y Pacífico	7,3%	6,7%	1,4%
Norte América	5,2%	4,9%	3,2%
Estados Unidos	5,1%	4,8%	3,4%
Japón	6,9%	4,8%	2,4%
Nota: Los resultados reflejan el Top 250 de empresas retail con la matriz en cada región/país			
Fuente: 20th annual Global Powers of Retailing (2017) por Deloitte en base a información pública y de Planet Retail			

Industria Retail en Chile

Chile tiene uno de los mercados de retail más sofisticados y completos de Latinoamérica. El año 2015, Chile lideró el ranking del “*Global Retail Development Index*”, ranking de los 30 países en vías de desarrollo más atractivos para la inversión en la industria retail. Lo anterior llevó a que Chile dejara de formar parte el año 2016 de este Índice, como consecuencia de haber alcanzado un mercado de retail sofisticado, con niveles de densidad similares a los países desarrollados, con mayor competencia y saturación. A pesar de esto, la superficie de retail en Chile

creció más de un 40% los últimos 5 años, alcanzando una densidad promedio de 248 metros cuadrados por cada mil habitantes.

En la siguiente figura podemos visualizar la evolución en ciertos países emergentes, dentro de ellos Chile, de la industria retail en términos de su ciclo de vida. Aquí se gráfica la etapa en el ciclo de desarrollo de la industria en que se encuentra cada país, en términos de la oportunidad o atractivo para participar de ella. En 1998, el retail en Chile se encontraba en una etapa inicial, lo cual cambió radicalmente en menos de 20 años, habiendo alcanzado densidades semejantes a los países desarrollados, y que es lo que explica que Chile sea considerado un país “desarrollado” en la industria.

Título: The Global Retail Development Index Opportunity



Fuente: The 2015 Global Retail Development Index, ATKearney

El comercio minorista en Chile representa el 43,2%¹ del gasto total de consumo de las familias que es canalizado a través de diferentes formatos de la industria retail. El comportamiento de las ventas minoristas está estrechamente relacionado con el PIB y el consumo privado, que se ha visto beneficiado por el crecimiento del empleo, mejores salarios, confianza de los consumidores y los créditos de consumo.

Reflejo de esto, el sector comercio pasó de representar en el 2010 un 8,8% del PIB a un 9,5% para el 2015 y tuvo un CAC en el mismo período de 5.5% real alcanzando los CLP 11.262 mil millones. A su vez, el consumo privado ha tenido un CAC del 4.9% en los últimos 5 años y representa un 67,1% del PIB total.

Título: Datos macroeconómicos y comercio de Chile (CLP MM)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Población total (N°)	17.094.275	17.248.450	17.402.630	17.556.815	17.819.054	18.006.407
PIB total	98.219.034	103.954.673	109.627.615	113.987.063	116.125.911	118.803.272
Crec. PIB Total	5,75%	5,84%	5,46%	3,98%	1,88%	2,31%
PIB comercio	8.614.056	9.718.326	10.372.220	11.091.397	11.062.930	11.262.246
Crec. PIB Comercio	16,64%	12,82%	6,73%	6,93%	-0,26%	1,80%
PIB comercio/PIB total	8,77%	9,35%	9,46%	9,73%	9,53%	9,48%
Consumo privado	62.763.511	68.319.379	72.465.632	76.429.993	78.245.050	79.724.222
Crec. Consumo	10,82%	8,85%	6,07%	5,47%	2,37%	1,89%

¹ Banco Central de Chile, INE y Cámara de Comercio de Santiago.

privado							
Consumo priv./PIB	63,90%	65,72%	66,10%	67,05%	67,38%	67,11%	
total							

Nota: (1) PIB comercio incluye restaurantes y hoteles. Todos los montos se encuentran referenciados a precios constantes del 2008.
Fuente: Banco Central de Chile e INE a marzo 17

Pese a que el comercio creció solo 1,8% durante el 2015, las líneas de vestuario, calzados y accesorios han tenido un crecimiento muy por sobre del promedio, habiendo experimentado un crecimiento de dos dígitos para los años 2014 y 2015.

En Chile, los operadores más relevantes de la industria retail tienen su negocio diversificado en distintos formatos, como Cencosud, Falabella y SMU, o se especializan en el formato de tiendas por departamento, como Ripley, La Polar, Hites y Corona.

Por otra parte destaca la importante presencia de Walmart en el formato de los supermercados y la de Forus, Dijon2 y Fashion Park en la de tiendas especializadas de vestuario. Es justamente este último formato, el de las tiendas especializadas, el que ha crecido fuertemente los últimos años, empujado por la entrada de conocidas marcas internacionales como H&M y Forever 21 el año 2013, Victoria Secret y Aeropostale el año 2014, y American Eagle Outfitters el año 2015, entre otras.

Cabe destacar que Tricot no opera como una tienda por departamento y, en la actualidad, no compite directamente con los grandes operadores de la industria del Retail en Chile. A diferencia de los otros formatos, el vestuario tiene márgenes EBITDA entorno al 18% muy por encima del 5% - 10% de margen que muestran los operadores de otros formatos.

Título: Números y formatos de las principales tiendas retail inscritas en la SVS

	Tricot	Forus	Hites	La Polar	Ripley	SMU	Falabella	Cencosud
(USD mm)								
Ventas	247	357	447	581	2.362	3.643	12.689	15.269
EBITDA	46	62	53	26	224	203	1.701	1.590
Mg. EBITDA	18,5%	17,4%	11,8%	4,4%	9,5%	5,6%	13,4%	10,4%
Utilidad	27	39	23	2	169	18	900	573
Mg. Utilidad	10,7%	10,9%	5,2%	0,4%	7,2%	0,5%	7,1%	3,8%
Formato								
Vestuario	✓	✓						
Tiendas por Departamento			✓	✓	✓		✓	✓
Supermercados						✓	✓	✓
Mejoramiento del Hogar						✓	✓	✓
Centros Comerciales					✓		✓	✓
Servicios Financieros	✓		✓	✓	✓		✓	✓
Presencia Internacional		✓			✓	✓	✓	✓

Fuente: Información pública disponible de las compañías a diciembre de 2016.
Tipo de cambio utilizado de \$676,83 (promedio 2016)

Se espera que la industria retail en Chile experimente un fuerte crecimiento durante los próximos cinco años, basado en un mayor poder adquisitivo de los segmentos socio-económicos medios. Este mayor consumo se daría principalmente en productos de tipo aspiracional y clasificados bajo la categoría de no esenciales.

2 Adquirida por ABCDin.

6 Tipo de cambio utilizado, promedio 2016: USD/CLP=676,83

La buena atmósfera para realizar negocios y la transparencia de Chile, junto a la apertura a inversionistas extranjeros y a las bajas tasas de impuestos en comparación a otros países, hacen que Chile sea un mercado altamente atractivo para *retailers* internacionales, y se espera que continúe con el mismo dinamismo a través de la entrada de nuevas marcas.

Una de las amenazas de la industria en el país son las tiendas especializadas, que con una propuesta de productos más exclusivos y enfocados a nichos específicos, buscan hacer frente a la competitividad en precios, la variedad de productos y las facilidades crediticias que ofrecen los grandes operadores.

Industria de Vestuario y Calzado

La industria del vestuario, a nivel global, es una de las más competitivas del mercado, donde lideran tanto compañías locales de cada país como grandes cadenas internacionales. Las tendencias hoy en día muestran que la industria está finalmente convirtiéndose en un negocio más internacional, dada la influencia del comercio electrónico, las redes sociales y la logística. Frente a la madurez interna, muchas marcas europeas y estadounidenses se están moviendo hacia el extranjero a través de múltiples canales. Esto son los casos de Inditex (Zara), H&M, GAP, Asos, Primark, Uniqlo, Banana Republic, Forever 21, Victoria Secret, entre otros.

Título: Crecimiento de las ventas totales e internacionales		
Compañías	CAC '10-'15 Ventas Totales (%)	CAC '10-'15 Ventas Internacionales (%)
Urban Outfitters	9%	12%
Inditex	11%	14%
Ralph Lauren	6%	7%
A & F	0%	14%
H&M	11%	11%
GAP	1%	-3%
V.F. Corporation	10%	14%
Fast Retailing	16%	40%
L Brands	5%	12%

Fuente: Reportes de la compañía al cierre del 2015

Los principales *drivers* de la industria especializada del vestuario son la moda y la estacionalidad climática. Las empresas se ven enfrentadas a continuos cambios en las preferencias de los consumidores y tienen dificultad para mantener la lealtad de los clientes. Además, las condiciones climáticas adversas pueden afectar las ventas en ciertas estaciones durante el año. Las empresas del sector incorporan estos factores en sus decisiones de abastecimiento, inventarios y oferta en forma anticipada, con una relativamente baja flexibilidad de reacción ante cambios en la “moda” debido a la larga duración del ciclo de los productos desde su planificación hasta que llegan al punto de venta.

Otra característica importante de la industria, es que existe una correlación positiva entre los ingresos per cápita y prendas de vestir. La ropa es un bien duradero, pero con una vida útil menor a 3 años, por lo que un mayor ingreso de la gente permite seguir las últimas tendencias de la moda e incrementar los ciclos de compras de ropa.

En esta industria, la identificación de la marca es un componente importante en los ciclos económicos. Por lo general, las marcas que se especializan en segmentos socio-económicos más altos, como lo puede ser Gucci o Ralph Lauren, se ven afectados de manera negativa en los ciclos económicos malos, pero no así las marcas más transversales y de precio accesible, como es el caso de Tricot, donde los ciclos económicos no afectan significativamente su consumo. Lo anterior se explica por una sustitución de los consumidores, en donde reemplazan productos de mayor precio por alternativas más económicas.

Una de las últimas tendencias de la industria ha sido el *fast fashion* que es un término contemporáneo para reconocer que los diseños se mueven de la pasarela lo más rápido posible a las tiendas, con la intención de captar las tendencias actuales en el mercado de la moda. Estas tendencias están diseñadas y fabricadas de forma rápida y barata para que el consumidor corriente tome ventaja de estilos de ropa vigente a un precio más bajo. Zara, H&M, Peacocks, Topshop y Tricot a nivel local, son las marcas que han estado en la vanguardia de esta tendencia.

Cabe mencionar como una de las tendencias más importantes de la industria, el boom en el último tiempo del canal internet para llegar al consumidor. Si bien el *e-commerce* sigue siendo una porción menor en el total de ventas del retail, ha mostrado un crecimiento sostenido a medida que los consumidores van aumentando su confianza a realizar transacciones a través de Internet. Esto se suma al cumplimiento de los plazos de entrega de mejor manera y a la homogenización de la oferta entre los canales presenciales y no presenciales.

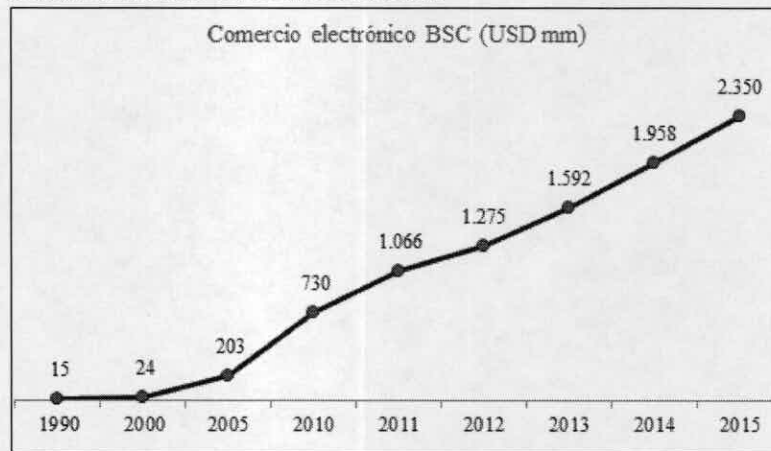
Título: Ventas globales de Retail E-commerce



Fuente: Internet Retailing, Global Trends and their Impact 2016. ATKeamey

En Chile, el *e-commerce* también se ha convertido en una práctica cada vez más común, con un crecimiento importante desde el año 1990 hacia adelante. En el período 2010-2015 el *e-commerce* en Chile tuvo un crecimiento promedio anual de 26,3%, totalizando USD 2.350 millones a diciembre de 2015.

Título: Comercio electrónico en Chile



Fuente: Estimaciones Cámara de Comercio de Santiago

En cuanto a la fabricación del vestuario y del calzado, ésta proviene principalmente de países asiáticos donde los costos de fabricación son más baratos a los costos de los países más desarrollados de Europa o Norteamérica. Esta disminución de costos, más el *fast fashion* y la mayor venta de marca privada, ha afectado que los precios de la ropa se mantengan constante en el último tiempo. No obstante, y después de casi 10 años a la baja, la industria estima que los costos debiesen comenzar a subir por la alta inflación en la mano de obra y en los costos de energía que ha habido en los últimos años y que antiguamente eran amortizados por una mejor eficiencia en la producción y en la logística. Además se debe considerar el fuerte crecimiento que se espera del mercado de consumo de ropa en China, donde se estima que debiese duplicar su tamaño de aquí a 10 años y que lógicamente sería abastecido localmente.

Industria de Vestuario y Calzado en Chile

El consumo del calzado y vestuario en Chile ha percibido un gran aumento en los últimos años, motivado tanto por el crecimiento del PIB per cápita, como por el crecimiento en el poder de compra y la confianza del consumidor. Sumado a esto, la firma de tratados de libre comercio con más de 50 países ha permitido aumentar la importación de estos productos explosivamente. Este sector se encuentra fragmentado con una gran cantidad de marcas tanto internacionales como nacionales, lo que la hace altamente competitiva.

Según información de Euromonitor, las compañías que cuentan con la mayor participación de mercado en la industria del vestuario y calzado en Chile son Falabella y Cencosud, con un 9,0% y 6,0% respectivamente. Tricot, por su parte, a diciembre de 2015 se encuentra novena en el ranking con un 1,7% de participación de mercado.

Título: Participación de Mercado Vestuario y Calzado en Chile

	2011	2012	2013	2014	2015
Falabella	9,4%	8,0%	8,6%	8,7%	9,0%
Cencosud Retail	6,1%	6,9%	6,7%	6,3%	6,0%
Forus	3,3%	3,4%	3,7%	3,9%	3,9%
Wal-Mart Chile	3,2%	3,3%	3,4%	3,5%	3,6%
Ripley Corp	4,6%	4,2%	3,9%	3,8%	3,6%
Nike Chile	2,2%	2,0%	2,1%	2,2%	2,3%
Adidas Chile	2,3%	1,9%	2,1%	2,2%	2,3%
Bata Chile	2,2%	2,3%	2,2%	2,3%	2,3%
Tricot	0,9%	1,3%	1,4%	1,5%	1,7%

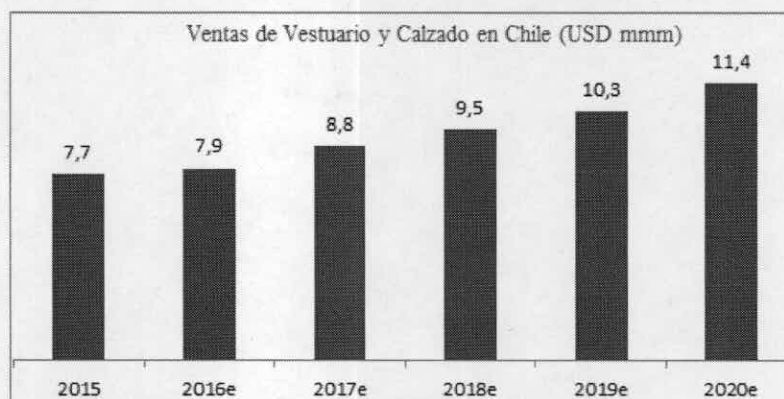
La Polar	1,1%	1,7%	1,6%	1,6%	1,6%
Fashions Park	1,2%	1,4%	1,5%	1,5%	1,5%
Madison	0,9%	1,0%	1,1%	1,2%	1,2%
Zara Chile	1,2%	1,2%	1,1%	1,2%	1,1%
Industria Textil Monarch	1,0%	1,0%	1,1%	1,0%	1,0%
Colloky	1,1%	1,1%	1,0%	1,0%	1,0%
Skechers Chile	0,7%	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%
H&M	-	0,0%	0,5%	0,7%	0,7%
Caffarena	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
Otras	58,0%	57,9%	56,6%	55,9%	55,7%

* Información del año 2016 no se encuentra disponible a la fecha del presente documento.

Fuente: Euromonitor

Se estima que el tamaño de mercado en Chile a diciembre de 2016 de este segmento es de USD 7,9 mil millones según información de BMI Research, y se espera que este llegue a un tamaño de USD 11,4 mil millones a finales de 2020. Lo anterior significaría un crecimiento anual compuesto de 8,2% entre los años 2015 y 2020.

Título: Industria del Vestuario y Calzado en Chile, 2015-2020



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, BMI

Si se analiza el crecimiento de la industria de vestuario y calzado per cápita, el gasto al 2015 alcanzó los USD 428, y se estima que este valor aumentará a USD 605 a finales de 2020, representando un crecimiento anual compuesto de 7,2%. Se espera que el segmento que más aumente el consumo en este segmento sea la población comprendida entre 20 y 39 años, debido al cambio de tendencia que experimentará la industria del retail.

Título: Industria del Vestuario y Calzado per capita en Chile, 2015-2020 (USD)

2015	2016e	2017e	2018e	2019e	2020e
428	437	482	514	550	605

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, BMI

Una tendencia que se ha visto en el mercado chileno es el uso de marcas propias como estrategia de diferenciación, además de que permite mayores márgenes en comparación con las ventas de marcas de terceros. En los últimos años los *retailers* chilenos se han enfocado en realizar una oferta de productos diferenciada de la competencia, de modo de entregar una propuesta de mayor valor a los consumidores y de lograr de manera efectiva reflejar el espíritu de la marca al diseño.

En cuanto a los competidores, los principales actores en Chile son las tiendas por departamento que es el formato de retail más desarrollado del país y que se

encuentra concentrado en pocos actores. A pesar de esto, existe una tendencia en la industria a un mayor consumo de vestuario y calzado a través de supermercados y de tiendas especializadas. También, la entrada al país de cadenas internacionales de vestuario y calzado como Zara, H&M, Forever 21 y Topshop han agregado dinamismo y competencia al mercado chileno.

b) NEGOCIO FINANCIERO

La industria del retail financiero tuvo sus inicios en la forma de un medio de pago *virtual*, a través del cual los dueños de almacenes comenzaron a ofrecer a sus clientes habituales un tipo de crédito informal, permitiéndoles pagar parte de sus compras en sus siguientes visitas a la tienda. A través de esta modalidad los comerciantes lograban incrementar sus ventas y la rotación de inventarios, al tiempo que fidelizaban a una masa creciente de clientes que se adherían a este sistema dada su conveniencia. Como contrapartida, el comerciante asumía el riesgo de no pago o incobrabilidad de parte de las ventas anticipadas lo que derivó finalmente en la costumbre de empezar a cargar un interés financiero por el crédito otorgado a los clientes. La tasa de interés cobrada no era otra cosa que el reflejo del riesgo de no pago que cada comercio asignaba a su cartera.

Hoy en día, el negocio de retail financiero es un negocio altamente desarrollado, competitivo y normado por organismos gubernamentales que velan por el correcto funcionamiento de esta industria y que rigen la relación entre clientes y cadenas de *retailers* cada vez más integrados, los que operan bajo diferentes formatos como supermercados, tiendas por departamento y tiendas para mejoramiento del hogar, entre otros. Es un sector que se ha consolidado y masificado a través del uso de tarjetas de créditos no bancarias emitidas por los mismos *retailers*, las cuales también pueden ser utilizadas en otros comercios asociados y permiten realizar avances en efectivo, expandiendo su uso y tasa de aceptación en la población, arremetiendo con fuerza en un segmento tradicionalmente dominado por bancos.

Una tarjeta de multitienda contiene un componente de “pago diferido” similar al de las tarjetas de crédito bancarias. No obstante, estas tarjetas limitan su uso a compras en tiendas específicas que pertenecen a una misma cadena de retail o a comercios asociados con los que se han celebrado acuerdos que permiten la utilización de este medio de pago en dichos establecimientos.

Las cadenas de retail que han ingresado al sector bancario y que, por lo tanto, también tienen la opción de emitir tarjetas de crédito actuando como institución bancaria, han venido celebrando acuerdos con Visa y Mastercard los cuales les permiten ofrecer un medio de pago a sus clientes que no enfrenta limitaciones en cuanto a su uso.

Retail Financiero en Chile

El incremento que ha venido mostrando Chile en términos de créditos de consumo y balance promedio adeudado por cliente es reflejo del buen desempeño macroeconómico del país y de la recuperación a nivel global de la desaceleración experimentada durante los años 2008 y 2009.

Chile ha mostrado un sólido crecimiento económico en términos de PIB per cápita, lo cual unido a un mercado laboral estable y un ambiente y legislación pro-mercado que promueve la confianza de consumidores y el acceso al crédito ha redundado en una creciente participación del sector consumo sobre el nivel agregado de la economía (9,5%³ sobre PIB a dic. 2015), cuarto a nivel de contribución individual detrás de servicios empresariales, minería y la industria manufacturera.

³ Medido como la razón entre el PIB comercio y el PIB total del país.

Los créditos de consumo orientados a los estratos socioeconómicos de ingresos medios y bajos son promocionados típicamente en términos de simplicidad y flexibilidad. No obstante, estrategias recientes de *retailers* apuntando a estos segmentos han puesto énfasis en la diferenciación de sus ofertas específicas de crédito lo cual da cuenta de un mercado de consumidores cada vez más educado y consciente. En esto último ha jugado un rol preponderante el Estado, a través de sus iniciativas como el SERNAC Financiero (www.sernacfinanciero.cl), Banca Fácil (www.bancafacil.cl) y Cliente Bancario (www.clientebancario.cl), por nombrar algunas.

Este mejor acceso a la información y la mayor facilidad para comparar entre distintas alternativas de financiamiento ha incrementado fuertemente la competencia en este segmento en donde las cadenas de *retailers* tienen una ventaja directa para incrementar su participación dado el detallado conocimiento de sus clientes y de sus hábitos de consumo.

Grandes cadenas de *retailers*, cooperativas y cajas de compensación continuarán con su foco para atraer consumidores de todos los sectores de la población, enfocando gran parte de su esfuerzo en aumentar la base de clientes de ingresos medios y bajos en una apuesta que les permita incrementar y potenciar el valor total de sus operaciones de crédito financiero, las cuales cada vez más representan un mayor porcentaje de sus ingresos. Lograr conformar una buena cartera de clientes se vuelve entonces cada vez más importante y por lo mismo las compañías invierten gran parte de su tiempo y recursos en desarrollar herramientas y tecnología que les permita conocer y evaluar de mejor manera el riesgo de sus nuevos clientes.

Grupos de retail local han extendido el alcance y participación de sus medios de pago a través de alianzas estratégicas con otros *retailers* que operan en segmentos de mercado donde no compiten directamente entre ellos. Múltiples líneas de productos, combinado con políticas tendientes a fidelizar a sus clientes, ha permitido incrementar la participación de *retailers* en créditos de consumo tradicionalmente dominados por bancos.

Título: Número de tarjetas de crédito no bancarias vigentes

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Falabella	5.617.360	5.989.605	6.400.947	3.743.756	3.862.394	N.D.
% Cambio	2,6%	6,6%	6,9%	-41,5%	3,2%	-
Cencosud	2.727.122	2.716.985	2.657.780	2.398.188	1.998.854	1.419.450
% Cambio	5,6%	-0,4%	-2,2%	-9,8%	-16,7%	-29,0%
Ripley	2.687.727	2.738.583	2.902.595	2.317.620	2.113.053	2.118.174
% Cambio	2,2%	1,9%	6,0%	-20,2%	-8,8%	0,2%
ABC DIN	1.212.018	830.405	837.868	882.967	905.026	N.D.
% Cambio	1,3%	-31,5%	0,9%	5,4%	2,5%	-
Presto	1.403.041	1.408.905	1.488.389	1.673.687	1.360.536	N.D.
% Cambio	-3,3%	0,4%	5,6%	12,4%	-18,7%	-
Tricard	794.638	986.395	1.003.767	687.723	631.429	714.943
% Cambio	23,8%	24,1%	1,8%	-31,5%	-8,2%	13,2%
Hites	n.a.	n.a.	n.a.	688.677	696.114	N.D.
% Cambio	-	-	-	-	1,1%	-
La Polar	n.a.	n.a.	1.009.793	981.188	1.067.489	N.D.
% Cambio	-	-	-	-2,8%	8,8%	-
Johnson's	1.017.289	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	N.D.
% Cambio	11,1%	-	-	-	-	-
Consorcio	12.480	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	N.D.
% Cambio	-22,1%	-	-	-	-	-
Total	14.441.906	14.670.878	16.301.139	13.373.806	12.634.895	N.D.

% Cambio	-3,2%	1,6%	11,1%	-18,0%	-5,5%	-
* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento						
Fuente: SBIF, Compañía (Tricard)						

El líder en la industria de las tarjetas de crédito es Falabella con 3.862.394 tarjetas emitidas al cierre 2015, de las cuales solo un 72,0% ó 2.781.139 registraron operaciones durante ese mes. Más atrás se ubican Ripley y Cencosud. Es necesario mencionar que, durante el período transcurrido entre los años 2011 y 2015, los emisores no bancarios realizaron una “limpieza” de sus carteras, cerrando aquellas tarjetas que no tenían uso en determinado tiempo, lo que explica la disminución que sufrieron estos emisores en términos de cantidad de tarjetas vigentes.

Título: Número de tarjetas de crédito totales (bancarias y no bancarias) con operaciones

Emisor	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Visa	2.764.592	3.227.794	3.287.797	3.413.273	3.816.192	3.964.377
% Cambio	18,0%	16,8%	1,9%	3,8%	11,8%	3,9%
Mastercard	2.602.554	2.772.800	2.923.293	3.884.514	4.439.568	5.066.808
% Cambio	14,6%	6,5%	5,4%	32,9%	14,3%	14,1%
American Express	242.155	256.404	254.073	282.498	302.298	325.606
% Cambio	6,6%	5,9%	-0,9%	11,2%	7,0%	7,7%
Diners	28.601	13.067	9.774	3.709	0	0
% Cambio	-25,6%	-54,3%	-25,2%	-62,1%	-100,0%	-
Magna	5.464	4.726	4.094	3.915	3.674	3.711
% Cambio	-13,4%	-13,5%	-13,4%	-4,4%	-6,2%	1,0%
Otras Bancarias	1.462	1.389	1.318	1.269	1.212	1.159
% Cambio	-7,8%	-5,0%	-5,1%	-3,7%	-4,5%	-4,4%
No Bancarias	5.796.335	5.792.506	5.892.759	6.367.568	5.772.947	N.D.
% Cambio	0,8%	-0,1%	1,7%	8,1%	-9,3%	-
Total	11.441.163	12.068.686	12.373.108	13.956.746	14.335.891	N.D.
% Cambio	7,6%	5,5%	2,5%	12,8%	2,7%	-

* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento

Fuente: SBIF, Compañía (Tricard)

El número agregado de tarjetas de crédito de los emisores bancarios y no bancarios tuvo un CAC entre los años 2011 y 2015 de 5,8%.

Título: Participación de tarjetas bancarias v/s no bancarias

Emisor	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tarj. Bancarias	5.644.828	6.276.180	6.480.349	7.589.178	8.562.944	9.361.661
% sobre total	49,3%	52,0%	52,4%	54,4%	59,7%	-
Tarj. No Bancarias	5.796.335	5.792.506	5.892.759	6.367.568	5.772.947	N.D.
% sobre total	50,7%	48,0%	47,6%	45,6%	40,3%	-
Total	11.441.163	12.068.686	12.373.108	13.956.746	14.335.891	N.D.
% Cambio	7,6%	5,5%	2,5%	12,8%	2,7%	-

* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento

Fuente: SBIF

Si analizamos el período comprendido entre el 2011 y 2015, se observa una tendencia decreciente en la participación de tarjetas no bancarias sobre el total de tarjetas en circulación. Lo anterior producto del aumento de competitividad de la banca y el potenciamiento que han efectuado *retailers* de sus filiales bancarias, quienes llegan a representar el 59,7% del total de tarjetas de crédito del mercado, equivalente a 8.562.944 tarjetas a diciembre de 2015.

Título: Número de transacciones asociadas a tarjetas de crédito no bancarias (1)

Emisor	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Falabella	97.074.822	104.467.577	108.025.650	116.979.152	123.033.196	N.D.
% Cambio	12,8%	7,6%	3,4%	8,3%	5,2%	-
Cencosud	34.882.166	36.281.764	49.205.702	45.050.252	27.549.645	16.755.770
% Cambio	5,3%	4,0%	35,6%	-8,4%	-38,8%	-39,2%
Ripley	29.160.035	27.299.305	28.482.686	17.503.883	14.756.511	12.965.984
% Cambio	2,9%	-6,4%	4,3%	-38,5%	-15,7%	-12,1%
ABC DIN	5.049.730	4.960.691	5.537.258	6.167.801	6.308.851	N.D.
% Cambio	8,5%	-1,8%	11,6%	11,4%	2,3%	-
Presto	32.214.670	27.763.709	24.992.420	33.185.887	41.905.005	N.D.
% Cambio	-1,7%	-13,8%	-10,0%	32,8%	26,3%	-
Tricard	2.192.552	2.891.700	3.220.508	4.221.874	4.869.156	4.925.568
% Cambio	26,6%	31,9%	11,4%	31,1%	15,3%	1,2%
Hites	n.a.	n.a.	n.a.	2.268.250	3.964.508	N.D.
% Cambio	-	-	-	-	74,8%	-
La Polar	n.a.	n.a.	13.757.399	13.510.838	9.452.851	N.D.
% Cambio	-	-	-	-1,8%	-30,0%	-
Total	200.573.975	203.664.746	233.221.623	238.887.937	231.839.723	N.D.
% Cambio	-0,2%	1,5%	14,5%	2,4%	-3,0%	-

* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento

Fuente: SBIF, La Compañía (Tricard)

Notas: (1) Las transacciones corresponden a Compras, Cargos por servicios contratados y Avances realizados con la Tarjeta de Crédito en comercios propios y afiliados no relacionados. Las transacciones denominadas pago de cuentas o servicios contratados corresponden a acuerdos tomados por el tarjetahabiente con terceros (ciertas compañías adheridas) que involucran el cargo de la cuenta de servicio a la tarjeta de crédito, en la fecha de vencimiento de la cuenta (tanto bajo la modalidad de cargo automático como de cargos sujetos a autorización transaccional), y el cobro al tarjetahabiente en la fecha de facturación de la tarjeta (con o sin cuotas).

Falabella registra el mayor número de transacciones de la industria con 123.033.196 transacciones los últimos doce meses a diciembre de 2015, lo que representa un 53,1% del total de transacciones informado en el mismo año. Lo anterior influenciado por la gran variedad de formatos que forman parte del grupo y la extensa red de comercios asociados. Le siguen Presto, Cencosud y Ripley.

Título: Monto promedio de transacciones asociadas a tarjetas de crédito no bancarias (Ch\$ nominales)

Emisor	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Falabella	25.454	24.512	29.883	29.651	28.735	N.D.
% Cambio	6,9%	-3,7%	21,9%	-0,8%	-3,1%	-
Cencosud	29.927	29.757	27.612	27.965	32.088	36.044
% Cambio	7,9%	-0,6%	-7,2%	1,3%	14,7%	12,3%
Ripley	20.408	22.852	28.661	31.162	25.519	29.412
% Cambio	2,0%	12,0%	25,4%	8,7%	-18,1%	15,3%
ABC DIN	49.972	51.914	59.525	62.102	56.457	N.D.
% Cambio	11,7%	3,9%	14,7%	4,3%	-9,1%	-
Presto	19.420	19.361	27.495	20.443	18.757	N.D.
% Cambio	14,1%	-0,3%	42,0%	-25,6%	-8,2%	-
Tricard	39.108	39.035	33.575	27.845	27.276	28.393
% Cambio	4,5%	-0,2%	-14,0%	-17,1%	-2,0%	4,1%
Hites	-	-	-	51.957	55.117	N.D.
% Cambio	-	-	-	-	6,1%	-
La Polar	-	-	29.232	23.856	22.623	N.D.
% Cambio	-	-	-	-18,4%	-5,2%	-
Total	25.296	25.395	25.719	26.181	28.051	N.D.
% Cambio	-7,6%	0,4%	1,3%	1,8%	7,1%	-

* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento

Fuente: SBIF, La Compañía (Tricard)

Considerando los últimos doce meses a diciembre del 2015, la tarjeta con mayor monto promedio por transacción corresponde a ABC DIN con un monto de \$56.457 por ser un especialista en bienes durables. El monto promedio por transacción a diciembre de 2015 es de \$ 28.051 para el total de tarjetas no bancarias, se encuentra aproximadamente un 48% por debajo del monto promedio por transacción de las tarjetas de crédito bancarias a igual fecha.

El monto total de las transacciones de tarjetas de crédito no bancarias alcanzó durante el año 2015 los MM\$ 6.503.280 mientras que el total de transacciones de tarjetas bancarias alcanzó 231.839.723 durante igual período.

Título: Deuda total asociada a tarjetas de crédito no bancarias (MM\$ nominales)										
Emisor		2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	
Falabella		al día	1.023.254	93%	1.188.734	94%	1.337.232	94%	-	-
		en mora	72.724	7%	72.453	6%	85.652	6%	-	-
		Total Cartera	1.095.979	100%	1.261.187	100%	1.422.884	100%	N.D.	-
	% cambio									
Cencosud		al día	437.616	94%	414.260	94%	501.567	91%	641.907	92%
		en mora	27.199	6%	24.432	6%	48.913	9%	53.748	8%
		Total Cartera	464.815	100%	438.692	100%	550.480	100%	695.655	100%
	% cambio									
Ripley		al día	410.300	96%	482.853	95%	477.144	95%	504.873	95%
		en mora	17.696	4%	26.313	5%	26.270	5%	28.206	5%
		Total Cartera	427.996	100%	509.166	100%	503.414	100%	533.079	100%
	% cambio									
ABC DIN		al día	189.653	89%	184.077	89%	157.862	82%	-	-
		en mora	22.892	11%	23.872	11%	33.931	18%	-	-
		Total Cartera	212.545	100%	207.949	100%	191.793	100%	N.D.	-
	% cambio									
Presto		al día	274.368	95%	338.416	95%	408.908	87%	-	-
		en mora	14.595	5%	17.651	5%	58.840	13%	-	-
		Total Cartera	288.963	100%	356.068	100%	467.747	100%	N.D.	-
	% cambio									
Tricard		al día	-	-	60.572	87%	57.421	82%	59.879	91%
		en mora	-	-	8.827	13%	12.201	18%	5.809	9%
		Total Cartera	-	-	69.399	100%	69.622	100%	65.688	100%
	% cambio									
Hites		al día	-	-	116.868	85%	123.279	87%	-	-
		en mora	-	-	19.842	15%	19.005	13%	-	-
		Total Cartera	-	-	136.710	100%	142.285	100%	N.D.	-
	% cambio									
La Polar		al día	165.846	93%	85.088	75%	138.609	86%	-	-
		en mora	12.477	7%	27.700	25%	22.951	14%	-	-
		Total Cartera	178.323	100%	112.788	100%	161.560	100%	N.D.	-
	% Cambio									
Total		al día	2.335.191	94%	2.785.781	94%	3.063.413	91%	-	-
		en mora	155.106	6%	193.390	6%	284.812	9%	-	-
		Total Cartera	2.490.297	100%	2.979.171	100%	3.348.225	100%	N.D.	-
	% Cambio									

* N.D.: Información de emisores no bancarios no se encuentra disponible a la fecha del presente documento

Fuente: SBIF

Las carteras con mayores incrementos durante el 2014 y 2015 fueron Presto, Falabella y Cencosud. A diciembre de 2015, el total de la cartera a nivel agregado que se encontraba al día alcanzó un 91%, lo cual representa un nivel en mora de tan solo 9%.

Tasa Máxima Convencional

En diciembre 2013 comenzó a regir la nueva ley que reduce la Tasa Máxima Convencional ("TMC"). Esta tasa, que rige el máximo interés que puede ser cobrado por una institución financiera a sus clientes es muy relevante para el negocio financiero que desarrollan las compañías del sector debido a que determinan los ingresos de esta área del negocio.

Para tal efecto, la ley faculta a la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras para determinar varios segmentos para las operaciones de crédito de dinero, según monto, moneda y plazo. En el uso de esta facultad, la Superintendencia estableció hace años, y mantiene en la actualidad, once categorías o agrupaciones de operaciones. Cada una de ellas tiene su propia tasa de interés corriente promedio (TIC), y su propia Tasa de Interés Máxima Convencional (TMC).

Título: Tasas de Interés Corriente y Máxima Convencional al 15/02/2017

Moneda y Reajustabilidad	Plazo	Monto	Interés Corriente	Tasa Máxima Convencional
Operaciones no reajustables en moneda nacional	Menores a 90 días	Menor o igual a 5.000 UF	22,92%	34,38%
		Mayor a 5.000 UF	5,36% (1)	8,04% (2)
	De 90 días o más	Menor o igual a 50 UF	34,16% (3)	37,12%
		Mayor a 50 UF y menor o igual a 200 UF	26,01% (3)	30,12%
		Mayor a 200 UF y menor o igual a 5.000 UF	16,12%	24,18%
		Mayor a 5.000 UF	6,36%	9,54%
Operaciones reajustables en moneda nacional	Menores a 1 año	Cualquier monto	3,33% (4)	5,33% (5)
	De 1 año o más	Menor o igual a 2.000 UF	3,96%	5,96%
		Mayor a 2.000 UF	3,42%	5,42%
Operaciones expresadas en moneda extranjera	Cualquier plazo	Menor o igual a 2.000 UF	6,04%	9,06%
		Mayor a 2.000 UF	2,88%	4,88%

Fuente: SBIF

Notas:

(1) Esta tasa rige para los efectos del artículo 16 de la Ley 18.010 y otras leyes que se remiten a la tasa de interés corriente para operaciones no reajustables.

(2) Esta tasa rige para las leyes que se remiten a la tasa de interés máxima convencional para operaciones no reajustables.

(3) El interés corriente para las operaciones de crédito de dinero no reajustables en moneda nacional de 90 días o más, inferiores o iguales al equivalente de 200 unidades de fomento correspondiente al conjunto de estos segmentos es 28,47% anual.

(4) Esta tasa rige para los efectos del artículo 16 de la Ley 18.010 y otras leyes que se remiten a la tasa de interés corriente para operaciones reajustables.

(5) Esta tasa rige para las leyes que se remiten a la tasa de interés máxima convencional para operaciones reajustables.

Adicionalmente, la modificación más relevante respecto a este punto consistió en reemplazar el sistema de determinación de la TMC respecto de los créditos inferiores a 200 UF, estableciendo un mecanismo de determinación diferenciado respecto de créditos iguales o superiores a 50 UF pero inferiores a 200 UF; y aquellos inferiores a 50 UF. Este cambio, implicó una rebaja inmediata de 6 y 8 puntos porcentuales anuales a la TMC determinada a la fecha de publicación de la

ley respecto de los tramos ya indicados, contemplando a su vez una rebaja progresiva de, al menos, 2 puntos porcentuales anuales aplicada de forma trimestral hasta que la TMC determinada bajo este sistema gradual se iguale a aquella que deba determinarse bajo la actual normativa, lo que se espera ocurra en un plazo de 18 meses contados desde la publicación de la Ley.

Marco Normativo Emisores de Tarjetas de Crédito

1. Ley General de Bancos en las materias aplicables a empresas emisoras de tarjetas de crédito.

Esta ley entrega a la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), la fiscalización de las empresas cuyo giro consista en la emisión u operación de tarjetas de crédito, siempre que éstos importen que el emisor u operador contraiga habitualmente obligaciones de dinero para con el público en general o ciertos sectores o grupos específicos de él.

Asimismo, establece que estas sociedades deberán constituirse en el país como sociedades anónimas especiales de conformidad con el Título XIII de la ley N° 18.046, sobre Sociedades Anónimas, y se sujetarán a las disposiciones aplicables a las sociedades anónimas abiertas, en todo lo que no se oponga a las normas especiales que éstas deban observar de conformidad con la regulación que las rige y deberán asimismo sujetarse a las normas que dicte el Banco Central de Chile de conformidad con el número 7 del artículo 35 de la ley N° 18.840 y quedarán sujetas a las disposiciones contenidas en los artículos 8, 9, 12, 13, 14, incisos primero, segundo y final, 15, 16, 17, 18, 18 bis, 19, 21, 22, 23, 26 y 26 bis de este Título, 154 y 155 del Título XVI, y 157 y siguientes del Título XVII de esta ley.

En la actualidad se encuentran pendientes, la dictación tanto por parte del Banco Central, como de la SBIF las normas que regulen la constitución de estas sociedades como anónimas especiales. De acuerdo con el artículo transitorio, el plazo para que los emisores se constituyan como anónima especial vence en octubre de este año.

2. Capítulo III.J.1 del Compendio de Normas Financieras del Banco Central de Chile, para Emisores y Operadores de Tarjetas de Crédito.

Esta norma regula a los emisores y operadores de tarjetas de crédito. Establece quienes pueden emitir y operar tarjetas, las condiciones para emitir una tarjeta (capital mínimo, reserva de liquidez, entre otros), y las causales de suspensión y revocación para emitir u operar una tarjeta. Este capítulo otorga las facultades fiscalizadoras a la SBIF, quien regula el mercado de manera específica, a través de la Circular N° 40.

3. Circular N° 40 emitida por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), para Emisores y Operadores de Tarjetas de Crédito de la SBIF.

Esta circular regula en detalle a los emisores y operadores de tarjetas de crédito, según mandado de la Ley General de Bancos y el Capítulo III.J.1. Señala los tipos de emisores y operadores, los requisitos básicos para emitir y operar, establece los requisitos de capital, la reserva de liquidez, regula la gestión y control de riesgos, establece las normas sobre contabilidad financiera, la información que debe disponer a la SBIF, sanciones aplicables por incumplimiento.

Tanto el Capítulo II.J.1 como la Circular N°40 tienen como objetivo resguardar la cadena de pago con los comercios asociados.

4. **Ley N° 18.010 que establece normas para las Operaciones de Crédito de Dinero.**

Esta ley establece que se entiende por operaciones de crédito en dinero y regula la tasa de interés aplicable a los proveedores de crédito regulados por la norma.

5. **Circular N° 1 de la SBIF para Instituciones Colocadoras de Créditos Masivos.**

Regula en detalle la tasa máxima convencional y establece obligaciones para las instituciones reguladas.

6. **Ley N°19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.**

Regula la relación entre los proveedores de servicios financieros y los consumidores (Sernac Financiero). Especialmente se refiere al contenido mínimo de los contratos de adhesión que suscriben los consumidores, establece cuales son las cláusulas prohibidas (cláusulas abusivas), regula la información mínima que deben entregar los proveedores y la publicidad que estos emiten, entre otros. Asimismo, la ley facultó al Ministerio de Economía para dictar reglamentos que regularan en detalle lo establecido en ella, para lo cual este último emitió el Reglamento sobre Información al Consumidor de Tarjetas de Crédito Bancarias y No Bancarias.

7. **Ley N°19.628 sobre Protección de la Vida Privada.**

Regula el tratamiento de los datos de los titulares de las tarjetas. El tratamiento sólo debe efectuarse con el consentimiento del titular de los datos, salvo que estos hayan sido adquiridos de fuentes públicas o una ley lo autorice. Asimismo, regula el tratamiento de las obligaciones de carácter económico, financiero, bancario o comercial (deuda morosa).

8. **Ley N°20.575 sobre el Principio de Finalidad en el Tratamiento de Datos Personales**

Esta norma establece que respecto de los datos de carácter económico, financiero, bancario o comercial a que se refiere el Título III de la ley N° 19.628, debe respetarse el principio de finalidad en el tratamiento de datos personales, el que es exclusivamente la evaluación de riesgo comercial y para el proceso de crédito, es decir, sólo puede efectuarse al comercio establecido, para el proceso de crédito, y a las entidades que participen de la evaluación de riesgo comercial y para ese solo fin. Asimismo, regula la los administradores de estas bases de datos.

9. **Ley N°19.913 que crea la Unidad de Análisis Financiero (UAF) y modifica diversas disposiciones en materia de lavado y blanqueo de activos.**

Esta ley crea la UAF y establece quienes son los sujetos obligados de reportar a ésta la operaciones sospechosas de lavado de activos y financiamiento del terrorismo que se advierten en el ejercicio de sus funciones, dentro de los cuales se encuentran los emisores de tarjetas de crédito. Esta y otras obligaciones son reguladas por la Circular N° 49 de la UAF, que da instrucciones de carácter general.

10. **Decreto Ley N°211 sobre Promoción y defensa de la Libre Competencia.**

Esta ley tiene por objeto evitar prácticas de colusión entre empresas y abusos de posición monopólica y concentraciones empresariales que afecten o puedan afectar el funcionamiento eficiente de los mercados y el bienestar del consumidor.

3.3 **Descripción de los Negocios:**

Tricot participa en dos segmentos de negocios:

1. Retail, que corresponde a la comercialización de vestuario, calzado, accesorios y electrónica menor a través de la cadena de tiendas Tricot y Tricot Connect, de la subsidiaria Tricot S.A., además de la comercialización que se realiza en el canal *e-commerce*.

Este negocio aportó, en el ejercicio comercial 2016, el 74,3% de los Ingresos Ordinarios (72,5% en el ejercicio 2015) y el 71,6% del margen (73,2% en el ejercicio 2015)

2. Financiero, el cual es desarrollado por medio de la subsidiaria indirecta Tricard S.A., actividad complementaria al negocio comercial, que otorga además avances en efectivo y permite compras en comercios asociados.

Este negocio aportó, en el ejercicio comercial 2016, el 25,7% de los Ingresos Ordinarios (27,5% en el ejercicio 2015) y el 28,4% del margen (26,8% en el ejercicio 2015)

NEGOCIO RETAIL

A Diciembre de 2016, la cadena de tiendas Tricot cuenta con 78 tiendas y 36 locales de venta de electrónica menor (Tricot Connect), destacando su amplia cobertura geográfica en regiones desde Arica a Punta Arenas, siendo su segmento objetivo las mujeres buscadoras de moda en precios promocionales y calidad. Este segmento es transversal a las clásicas segmentaciones etarias, culturales y socio económicas.

La Logística de la empresa cuenta con un moderno Centro de Distribución que inició sus operaciones durante el tercer trimestre de 2013 (con una inversión que supera los M\$ 6.500), con una superficie total de 22.000 m² y que permite cubrir el plan de crecimiento. Para el transporte de la mercadería a los puntos de venta, se cuenta con un operador logístico externo.

Para el proceso de compra de mercadería importada se cuenta con una oficina en China que apoya la búsqueda de nuevos proveedores, control de calidad, logística de transporte, entre otras materias.

La mercadería proviene mayoritariamente de importación directa, con marcas propias, principalmente desde China.

Para el caso de los proveedores nacionales, los más importantes son: Nike, Adidas y Puma.

Los proveedores de China están atomizados, por lo cual no hay posiciones dominantes de parte de estos.

La gama de productos que comercializa Tricot, van desde vestuario (Jeans, Poleras, Pantalones, Lanas, Casacas, Blusas, Corsetería, Camisería, etc.), Zapatos, Zapatillas, accesorios para vestir (carteras, cinturones, collares), y artículos electrónicos “portables” (telefonía celular, tablets, notebooks, entre otros).

En el siguiente cuadro resumen se visualiza la evolución de ciertos indicadores operacionales del negocio de retail:

Título: Indicadores operacionales de retail			
	2014	2015	2016
Ventas totales (MM\$)	115.474	116.824	124.138
Tricot (MM\$)	110.820	111.552	118.717
Tricot Connect (MM\$)	4.654	5.272	5.421
Permanencia de inventario (días)*	90	81	65
Número de tiendas	112	112	114
Tricot	76	76	78
Tricot Connect	36	36	36
Superficie de tiendas (m2)	61.460	62.376	64.454
Tricot (m2)	59.792	60.708	62.786
Tricot Connect (m2)	1.668	1.668	1.668
* Inventario utilizado considera: Inventario Total - Mercadería en tránsito importada			
Fuente: Empresas Tricot S.A.			

NEGOCIO FINANCIERO

Tricot cuenta con una tarjeta “abierta”, que corresponde a la tarjeta Tricard Visa. El emisor es la sociedad Tricard S.A., subsidiaria de Tricot Financiero S.A.

La tarjeta Tricard Visa permite a sus clientes:

- Realizar compras de vestuario en las 78 tiendas Tricot.
- Realizar compras de electrónica menor en 36 puntos de venta Tricot Connect.
- Realizar avances en efectivo en 114 puntos propios (tiendas Tricot y Tricot Connect).
- Realizar compras en los comercios afiliados no relacionados en todo Chile.

Al cierre del año 2016, hay más de 450.000 clientes activos de la tarjeta Tricard Visa.

Las principales características de esta tarjeta, son las siguientes:

- La tarjeta contempla tecnología EMV (chip). Asimismo, en forma conjunta a esta tecnología, como medida de seguridad adicional, se incluye la modalidad de PIN para la realización de operaciones. El PIN es personalmente habilitado y determinado por el respectivo tarjetahabiente.
- La tarjeta Tricard Visa es emitida en las sucursales del emisor al momento de su solicitud, quedando habilitada en ese instante.
- El procesamiento de la tarjeta Tricard Visa es efectuado directamente por el emisor.
- Por el momento, la tarjeta sólo permite la realización de operaciones presenciales dentro del territorio nacional.
- La operación de la tarjeta es efectuada por medio de Transbank, por lo que puede ser utilizada en la red de comercios afiliados a dicho operador.

Las colocaciones brutas del negocio financiero han tenido un crecimiento anual compuesto de 7,2% los últimos dos años. Al clasificarlas por tipo de colocaciones, tenemos que un 36% corresponden a venta de mercadería, 30% a avances en efectivo y 35% a multicomercio.

Título: Colocaciones brutas trimestrales del Negocio Financiero (MM\$)					
	1T-2014	2T-2014	3T-2014	4T-2014	2014
Venta Mercadería	10.947	13.202	11.611	16.268	52.029
Avance en Efectivo	11.605	9.021	10.582	11.405	42.614
Multicomercio	2.468	5.145	8.821	11.042	27.476
Total	25,021	27,368	31,015	38,715	122,119
	1T-2015	2T-2015	3T-2015	4T-2015	2015
Venta Mercadería	10.251	13.785	11.336	16.022	51.394
Avance en Efectivo	9.645	9.625	10.845	11.491	41.605
Multicomercio	7.958	8.766	10.160	12.650	39.533
Total	27,854	32,175	32,340	40,163	132,532
	1T-2016	2T-2016	3T-2016	4T-2016	2016
Venta Mercadería	10.280	13.451	11.392	14.670	49.793
Avance en Efectivo	9.186	9.909	10.934	11.837	41.867
Multicomercio	10.612	11.776	12.286	13.872	48.546
Total	30,078	35,136	34,613	40,379	140,207

Por su parte, al analizar las provisiones de incobrables por stock de cartera de colocaciones, tenemos que a diciembre de 2016 estas alcanzan un 13,2%, levemente inferior a los niveles de provisiones mantenidos en los trimestres previos.

Título: Cartera de colocaciones Negocio Financiero

	1T-2014	2T-2014	3T-2014	4T-2014	2014
Cartera vigente (MM\$)	59.559	60.183	62.777	69.399	69.399
Stock provisiones por incobrables (MM\$)	10.318	10.504	10.671	10.986	10.986
Provisiones por incobrables (%)	17,3%	17,5%	17,0%	15,8%	15,8%
	1T-2015	2T-2015	3T-2015	4T-2015	2015
Cartera vigente (MM\$)	64.779	63.486	63.380	69.622	69.622
Stock provisiones por incobrables (MM\$)	11.575	10.756	10.957	11.110	11.110
Provisiones por incobrables (%)	17,9%	16,9%	17,3%	16,0%	16,0%
	1T-2016	2T-2016	3T-2016	4T-2016	2016
Cartera vigente (MM\$)	64.726	63.995	62.130	65.688	65.688
Stock provisiones por incobrables (MM\$)	10.909	10.108	9.020	8.685	8.685
Provisiones por incobrables (%)	16,9%	15,8%	14,5%	13,2%	13,2%

Fuente: Empresas Tricot S.A.

3.4 Factores de Riesgo:

a) Riesgo de Entorno económico

La empresa está sujeta a los ciclos de desempeño de la economía nacional e internacional.

El alza en la tasa de desempleo a nivel nacional, podría disminuir el consumo, así como producir un alza en la tasa de riesgo asociado a la cartera de préstamos a nuestros clientes.

Para minimizar los efectos del entorno económico, principalmente en ciclos recesivos, la empresa evalúa constantemente el comportamiento individual de cada sucursal y de la economía local (actividad económica, empleo, etc.). Se considera también los ajustes internos que fueran necesarios de realizar: Restricciones en otorgamiento de créditos, ajustes de gastos, renegociaciones con proveedores, etc., procurando en todo tiempo no afectar al personal ni cerrar sucursales.

b) Riesgo de tipo de cambio

La deuda en moneda extranjera que presenta la empresa es generada por la compra de productos importados en dólares estadounidenses. Dado que el peso chileno está sujeto a variaciones respecto del dólar estadounidense, durante el período en que las operaciones de importación están pendientes de pago, existe una exposición a la fluctuación cambiaria, lo que podría hacer variar los costos de adquisición de los productos. Es política de la empresa, usar instrumentos de cobertura que minimicen los efectos de estas fluctuaciones (Forwards y depósitos en dólares).

c) Riesgo de tasa de interés

La empresa regularmente toma préstamos en pesos de los bancos locales a mediano y largo plazo (en promedio entre 36 y 48 meses), a tasas acorde al mercado, bajo condiciones crediticias razonables, por tanto, aumentos en la tasa afectarán el costo de financiamiento; sin embargo, el mercado entrega alternativa de financiamiento y la empresa también dispone de herramientas que permiten mitigar eventuales alzas.

d) Riesgo de inflación

Debido a la indexación a la inflación del mercado de capitales chileno, una parte de los activos y pasivos de Empresas Tricot S.A. y Afiliadas está denominada en UF. La exposición a este riesgo es baja debido a que la deuda en UF es cercana al 5,5% para el 2016 (4,4% para el 2015).

e) Riesgo de liquidez

Si bien la liquidez presente y pasada de Tricot ha permitido el normal cumplimiento de sus compromisos ante acreedores y propietarios (pago de dividendos), siempre está presente el riesgo de la liquidez.

Para minimizar la exposición a este riesgo, Tricot dispone de políticas expresadas en su planificación financiera y herramientas para el monitoreo permanente de la liquidez de la empresa.

La política financiera considera:

- Mantener efectivos mínimos.
- Financiamiento de las inversiones con deuda acordes con la madurez de dichas inversiones, en moneda local y cuotas fijas.

El plan financiero considera:

- Mantener inventarios no superiores a 3 meses.
- Cuentas por cobrar que roten no menos de 2 veces por año.
- Planes de pagos a proveedores nacionales y negociación de las importaciones que permitan calzar pagos con el ciclo de recuperación de las ventas.

b) Riesgo de activos financieros

Corresponde a los saldos en cuentas corrientes bancarias, depósitos a plazo y valores negociables que la empresa mantiene en cada momento del tiempo. La capacidad de la sociedad de recuperar estos fondos a su vencimiento depende de la solvencia de la contraparte en que se encuentren depositados.

La sociedad tiene establecida una política de diversificación entre instituciones financieras que pueden recibir cualquiera de estos depósitos de efectivo y

equivalentes, los que limitan su concentración y por tanto este riesgo con colocaciones de corto plazo, que normalmente, no superan los 60 días.

c) **Riesgo de incobrabilidad de las colocaciones en tarjeta de crédito**

Los clientes de la empresa son de una variada dispersión geográfica, de edad, de estrato socio-económico, etc., y ninguno de ellos tiene una incidencia importante en la venta o en stock de colocación, es decir, nuestra cartera está atomizada cuya deuda promedio es relativamente baja en relación a la industria.

El riesgo crediticio es monitoreado permanentemente mediante el seguimiento de diferentes indicadores a través de un conjunto de herramientas tecnológicas y que ha permitido que nuestra cartera de clientes obtenga buenas calificaciones de las Clasificadoras de riesgo.

d) **Riesgo Regulatorio**

Regulación a emisores de tarjetas de crédito

El Banco Central y la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de manera conjunta, emitieron un nuevo marco regulatorio para emisores de tarjetas de crédito (Circular 40). Esta circular, ha tenido efectos en la política de provisiones y castigos al imponer exigencias de solvencia y liquidez. La empresa actúa estrictamente dentro del marco regulatorio, haciendo los ajustes que sean pertinentes dentro del marco legal.

Tasa máxima convencional, SBIF.

Si bien la normativa que rebajó paulatinamente la tasa máxima convencional ya se encuentra vigente, entendemos que su principal efecto se vio reflejado en una baja de ingresos por intereses del negocio tradicional de crédito, entre los años 2014 y 2015. Sin embargo, al 31 de diciembre de 2016, la tasa máxima convencional ha logrado una estabilidad, lo que genera un menor riesgo.

Reforma Laboral

Actualmente se encuentra aprobada la ley 20.940 “Reforma Laboral”, la que entrará en vigencia con fecha 1 de abril de 2017. Dicha ley establece una serie de modificaciones legales destinada a fortalecer la función sindical, dentro de las cuales se contienen cambios asociados al proceso de negociación colectiva y huelga, así como la incorporación de nuevos conceptos tales como titularidad sindical, servicios mínimos que deben ser prestados por los trabajadores en caso de huelga, piso mínimo de negociación y otros. La Sociedad se encuentra evaluando los potenciales impactos que ésta pudiese originar, y de esta forma, efectuar las adecuaciones necesarias para mitigar los riesgos asociados.

Proyecto SERNAC

Con fecha 19 de mayo de 2015, la Cámara de Diputados aprobó el proyecto de ley que fortalece la institucionalidad del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac). Éste pasó a la cámara alta y se encuentra en su segunda etapa de tramitación en el Senado.

En términos generales, este proyecto modifica la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores, dotando de mayores facultades de fiscalización, regulación, mediación, sanción e interpretación al Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC). Adicionalmente, el proyecto establece una serie de modificaciones

asociadas a las funciones fiscalizadoras de este organismo, así como a los procedimientos judiciales que puedan ser iniciados a instancia de los consumidores o bien por uso de las facultades del SERNAC, estableciéndose además mayores multas en caso de incumplimiento de las empresas fiscalizadas.

Respecto al efecto que este proyecto pudiese tener para la Compañía, se está a la espera de la finalización de los trámites legislativos a efectos de poder evaluar su impacto y de esta forma, tomar las medidas pertinentes destinadas a mitigar los riesgos que sobre el particular se determinen.

Uso de datos personales

Actualmente se encuentra en su primera etapa de tramitación ante el Senado el Proyecto de Ley que modifica diversos cuerpos legales para prohibir el uso de registros históricos de datos comerciales caducos, el cual tiene por finalidad prohibir el uso de cualquier clase de dato comercial que posea una antigüedad superior a 5 años o se encuentre caduco, sea que el dato se encuentre en una base de carácter público o bien en los registros históricos de una entidad, lo que podría generar impactos en la evaluación crediticia de una persona que esté solicitando el acceso a un producto o servicio financiero.

Sin perjuicio de lo anterior, dada la etapa de discusión legislativa en la cual se encuentra este proyecto, se está a la espera de una etapa más avanzada a efectos de evaluar el impacto que éste podría tener para la Compañía y así tomar las medidas que se estimen pertinentes a efectos de mitigar los riesgos que sobre el particular puedan estimarse.

4. ANTECEDENTES FINANCIEROS.

4.10 Estados Financieros:

4.11 Balance:

ACTIVOS	31.03.2017	31.03.2016	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
	MS	MS	MS	MS	MS
ACTIVOS CORRIENTES					
Efectivo y equivalente de efectivo	26.694.629	32.208.108	36.817.472	27.037.699	22.245.057
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar (neto)	53.633.430	54.399.415	57.745.691	59.193.908	58.998.907
Inventarios (neto)	20.761.643	21.062.731	19.913.514	21.664.574	22.685.757
Otros activos financieros, corrientes	465.911	501.063	553.787	1.764.643	907.970
Activos por impuestos corrientes	2.118.198	-	1.991.163	-	1.831.147
Otros activos no financieros, corrientes	2.028.845	2.133.104	580.604	516.212	1.072.864
Total activo corriente	105.702.656	110.304.421	117.602.231	110.177.036	107.741.702
Activo no Corriente					
Otros activos no financieros, no corrientes	564.912	581.663	547.945	564.788	631.019
Activos intangibles distintos de la plusvalía	1.015.942	1.221.560	1.077.524	1.230.360	1.122.856
Propiedades, planta y equipo, neto	34.159.977	34.505.831	34.154.410	34.825.964	37.450.251
Activos por impuestos diferidos	5.510.200	8.492.130	5.149.128	8.415.773	6.845.700
Total activo, no corriente	41.251.031	44.801.184	40.929.007	45.036.885	46.049.826
Total Activos	146.953.687	155.105.605	158.531.238	155.213.921	153.791.528
PASIVOS Y PATRIMONIO	31.03.2017	31.03.2016	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
	MS	MS	MS	MS	MS
Pasivo Corrientes					
Otros pasivos financieros, corrientes	28.508.820	31.996.461	21.126.439	25.046.637	29.436.464

Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	14.218.049	11.740.528	19.503.789	16.776.057	13.400.534
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	1.134.516	3.769.850	-	3.037.992	3.106.968
Otras provisiones a corto plazo	161.946	120.942	355.696	49.873	1.245.306
Pasivos por impuestos corrientes, corrientes	-	88.707	-	465.025	-
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	5.134.084	2.859.080	4.793.597	3.329.512	2.638.152
Otros pasivos no financieros corrientes	359.522	1.082.121	3.329.003	3.069.333	2.862.733
Total pasivos, corrientes	49.516.937	51.657.689	49.108.524	51.774.429	52.690.157
Pasivo no Corrientes					
Otros pasivos financieros, no corrientes	6.774.354	15.701.427	8.456.821	16.847.278	22.796.848
Pasivo por impuestos diferidos	3.948.866	3.973.992	4.086.635	3.994.664	4.543.213
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	5.634.942	5.085.360	5.228.184	4.731.670	3.857.893
Total pasivos, no corrientes	16.358.162	24.760.779	17.771.640	25.573.612	31.197.954
Total pasivos	65.875.099	76.418.468	66.880.164	77.348.041	83.888.111
Patrimonio					
Capital emitido	80.612.734	47.686.466	80.612.734	47.686.466	47.686.466
Otras reservas	-2.854.753	-2.711.068	-2.580.494	-2.434.539	-2.114.805
Ganancias (pérdidas) acumuladas	3.320.607	33.711.739	13.618.834	32.613.953	24.331.756
Patrimonio Atribuible a los propietarios de la Controladora	81.078.588	78.687.137	91.651.074	77.865.880	69.903.417
Participaciones no controladoras	0	0	0	0	0
Total patrimonio	81.078.588	78.687.137	91.651.074	77.865.880	69.903.417
Total Pasivos y Patrimonio	146.953.687	155.105.605	158.531.238	155.213.921	153.791.528

4.12 Estados de Resultados por función Consolidados:

Estados de Resultados por Función Consolidados

	31.03.2017	31.03.2016	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	36.549.779	37.223.419	167.075.431	161.032.522	-
Costo de ventas	-23.646.518	-25.637.036	-105.039.393	-109.887.679	-
Margen bruto	12.903.261	11.586.383	62.036.038	51.144.843	-
Costos de distribución	-736.093	-662.764	-2.824.425	-2.627.987	-
Gastos de administración	-8.169.660	-7.740.581	-32.618.460	-29.417.507	-
Otras ganancias (pérdidas)	-46.220	-34.930	-207.757	-235.417	-
Ingresos Financieros	198.255	139.772	640.710	1.776.395	-
Costos financieros	-660.906	-1.494.308	-3.438.029	-2.847.417	-
Diferencias de cambio	27.697	392.069	807.338	-1.264.931	-
Resultados por unidades de reajuste	-1.652	-4.929	12.795	11.241	-
Ganancia antes de impuesto	3.514.682	2.180.712	24.408.210	16.539.220	-
Gasto por impuesto a las ganancias	-678.393	-351.068	-6.469.422	-2.743.306	-
Ganancia del ejercicio	2.836.289	1.829.644	17.938.788	13.795.914	-

	31.03.2017	31.03.2016	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
	MS	MS	MS	MS	MS
Ganancia del ejercicio	2.836.289	1.829.644	17.938.788	13.795.914	11.550.864
Componentes de otro resultado integral, antes de impuestos:					
Otro resultado integral, antes de impuestos, ganancias (pérdidas) actuariales por beneficios a los empleados	-368.133	-363.854	-192.117	-422.479	-649.129
Otro resultado integral, que no se reclasificará al resultado del período, antes de impuestos	-	-	-	-	-
Impuestos a las ganancias relacionado con ganancias (pérdidas) actuariales por beneficios a los empleados	93.874	87.325	46.162	102.745	146.054
Impuesto a las ganancias relacionado con componentes de otro resultado integral que no se reclasificará a resultado del ejercicio	93.874	87.325	46.162	102.745	146.054
Otro resultado Integral	-274.259	-276.529	-145.955	-319.734	-503.075
Total resultado Integral	-274.259	-276.529	-145.955	-319.734	-503.075
Resultado integral atribuible a:					
Total resultado Integral	2.562.030	1.553.115	17.792.833	13.476.180	11.047.789
Utilidad por acción					
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	7,67	6,90	63,47	52,03	43,56

4.13 Estado de Flujo Efectivo:

31.03.2017	31.03.2016	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
------------	------------	------------	------------	------------

	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Flujo Originado por Actividades de la Operación					
Recaudación de deudores por venta	55.657.669	55.643.475	230.168.125	202.456.080	
Ingresos (gastos) financieros	-48.395	131.800	-892.210	1.544.700	
Otros ingresos percibidos					
Pago a proveedores y personal (menos)	-43.152.589	-42.773.712	-176.095.219	-166.055.077	
Intereses pagados (menos)	-278.965	-467.489	-1.610.164	-2.140.524	
Otros egresos financieros pagados					
Devolución (pago) impuesto renta			1.412.362	960.000	
Otros gastos pagados (menos)	-94.251	-72.810	-1.258.472	-582.938	
IVA y otros similares pagados (menos)	-6.398.755	-5.287.846	-21.575.957	-16.679.699	
Flujo neto positivo originado por actividades de la operación	5.684.714	7.173.418	30.148.465	19.502.542	
Flujo Originado por Actividades de Financiamiento					
Obtención de préstamos	-	2.000.000	2.000.000	6.300.000	
Pago de préstamos (menos)	-2.719.398	-3.128.882	-12.116.988	-13.290.881	
Aumento de capital	-	-	32.926.268	-	
Pago de dividendos (menos)	-12.000.000	-	-39.971.899	-5.581.070	
Flujo neto negativo originado por actividades de financiamiento	-14.719.398	-1.128.882	-17.162.619	-12.571.951	
Flujo Originado por Actividades de Inversión					
Incorporación de activo fijo (menos)	-1.088.159	-866.166	-3.206.073	-2.137.949	
Flujo neto negativo originado por actividades de inversión	-1.088.159	-866.166	-3.206.073	-2.137.949	
Flujo Neto Total del Ejercicio	-10.122.843	5.178.370	9.779.773	4.792.642	
Variación Neta del Efectivo y Efectivo Equivalente	-10.122.843	5.178.370	9.779.773	4.792.642	
Saldo Inicial de Efectivo y efectivo Equivalente	36.817.472	27.037.699	27.037.699	22.245.057	
Saldo Final de Efectivo y efectivo Equivalente	26.694.629	32.216.069	36.817.472	27.037.699	

4.20 Razones Financieras:

	31.03.2017	31.03.2016	31.12.2016	31.12.2015	31.12.201
4.21 Liquidez Corriente[1]	2,13	2,14	2,39	2,13	2,0
4.22 Razón Ácida[2]	0,54	0,62	0,75	0,52	0,4
4.23 Razón de Endeudamiento[3]	0,81	0,97	0,73	0,99	1,2
4.24 Proporción deuda corto plazo/deuda total[4]	0,75	0,68	0,73	0,67	0,6
4.25 Proporción deuda largo plazo/deuda total[5]	0,25	0,32	0,27	0,33	0,2
4.26 Rentabilidad Patrimonio[6]	0,03	0,02	0,23	0,20	0,1
4.27 Rendimiento Activos Operacionales[7]	0,03	0,02	0,17	0,12	0,1

[1] Liquidez Corriente: Total Activo Corriente / Total Pasivos Corriente

[2] Razón Ácida: Efectivo y Equivalentes al Efectivo / Total Pasivos Corrientes

[3] Razón de Endeudamiento: Total Pasivos / Total Patrimonio

[4] Proporción Deuda de Corto Plazo: Total Pasivos Corrientes / Total Pasivos

[5] Proporción Deuda de Largo Plazo: Total Pasivos No Corrientes / Total Pasivos

[6] Rentabilidad del Patrimonio: Ganancia del Ejercicio / Total Patrimonio del año anterior

[7] Rendimiento Activos Operacionales: Resultado Operacional / Total Activos año anterior

[7] Resultado Operacional: Ganancia bruta - Costos de Distribución - Gastos de Administración y Ventas

5. PROPIEDAD Y CONTROL.

5.1 Identificación de los Controladores:

Tricot es controlada por un grupo compuesto por las sociedades Inversiones Retail Chile S.A., Sociedad de Inversiones Heads Corp SpA, Inversiones Imagin Limitada, Inversiones Ofek Limitada, Inversiones DyS Limitada e Inversiones APP Limitada.

Las principales personas naturales que directa o indirectamente son socios de los accionistas Inversiones Retail Chile S.A. y Sociedad de Inversiones Heads Corp SpA, son las siguientes:

- Pollak Ben- David, Eduardo.
- Pollak Ben- David, Henry.
- Pollak Ben- David, Andrés.
- Pollak Ben- David, Dalia.

La principal persona natural que directa o indirectamente es socio de Inversiones Imagin Limitada, es Eduardo Pollak Ben- David.

La principal persona natural que directa o indirectamente es socio de Inversiones Ofek Limitada, es Henry Pollak Ben- David.

La principal persona natural que directa o indirectamente es socio de Inversiones APP Limitada, es Andrés Pollak Ben- David.

La principal persona natural que directa o indirectamente es socio de Inversiones DyS Limitada, es Dalia Pollak Ben- David.

Personas naturales controladoras	% participación indirecta
Pollak Ben- David, Eduardo	22,99075%
Pollak Ben- David, Henry	22,14568%
Pollak Ben- David, Andrés	24,01424%
Pollak Ben- David, Dalia	23,07773%

La suma de los porcentajes incluidos en el cuadro anterior es 92,22840%.

En el siguiente cuadro se visualiza la participación de las personas naturales en las seis sociedades accionistas de Empresas Tricot S.A.

Empresas Tricot S.A.						
Sociedades Accionistas	Inversiones Retail Chile S.A.	Sociedad de Inversiones Heads Corp S.A.	Inversiones Imagin Limitada	Inversiones Ofek Limitada	Inversiones APP Limitada	Inversiones D y S Limitada
N° de acciones suscritas y pagadas	321.043.607	48.908.607	36	36	36	36
Personas naturales accionistas (%)	Eduardo Pollak Ben-David	23%	23%	92%		
	Carolina Lanis Pollak	2%	2%	8%		
	Henry Pollak Ben-David	22%	22%	89%		
	Nancy Goldstein Avdaloff	2%	2%	7%		
	Daniel Pollak Goldstein	1%	1%	2%		
	Nathalie Pollak Goldstein	1%	1%	2%		
	Andrés Pollak Ben-David	24%	24%		96%	
	Karina Pollak Colodro	0%	0%		2%	
	Nicolás Pollak Colodro	0%	0%		2%	
	Dalia Pollak Ben-David	23%	23%			92%
	Salomón Minzer Muchnik	1%	1%			6%
	Valentina Minzer Pollak					
		0%	0%			2%
Total						
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Entre los miembros del grupo controlador no existe un pacto de actuación conjunta.

5.2 Accionistas Mayoritarios.

Aparte de los accionistas controladores Inversiones Retail Chile S.A. y Sociedad de Inversiones Heads Corp SpA, con la participación que se indica en la sección 5.3 siguiente, no existen otros accionistas mayoritarios.

5.3 Nombre doce mayores accionistas y su respectivo porcentaje de participación.

Nombre Accionista	N° de acciones suscritas	% de participación
Inversiones Retail Chile S.A.	321.043.607	86,77972%

Sociedad de Inversiones Heads Corp SpA	48.908.607	13,22024%
Inversiones Imagin Limitada	36	0,00001%
Inversiones Ofek Limitada	36	0,00001%
Inversiones DyS Limitada	36	0,00001%
Inversiones APP Limitada	36	0,00001%

5.4 Número total de accionistas.

6

Nombre Accionista	N° de acciones suscritas	% de participación
Inversiones Retail Chile S.A.	321.043.607	86,77972%
Sociedad de Inversiones Heads Corp SpA	48.908.607	13,22024%
Inversiones Imagin Limitada	36	0,00001%
Inversiones Ofek Limitada	36	0,00001%
Inversiones DyS Limitada	36	0,00001%
Inversiones APP Limitada	36	0,00001%

6. ADMINISTRACIÓN.

6.1 Directorio:

- (a) Pollak Ben-David, Eduardo
R.U.T.: 5.711.411-8
- (b) Pollak Ben-David, Henry
R.U.T.: 5.711.410-k
- (c) Pollak Ben-David, Andrés
R.U.T.: 5.711.412-6
- (d) Minzer Muchnick, Salomón
R.U.T.: 6.229.742-5
- (e) Ureta Prieto, Juan Pablo
R.U.T.: 6.441.505-0
- (f) Reich Toloza, Patricio
R.U.T.: 4.945.681-6
- (g) Reyes Miguel, Alejandro Andrés
R.U.T.: 10.047.634-7
- (h) Carey Claro, María Susana
R.U.T.: 6.238.707-1

6.2 Comité de directores:

- (a) Carey Claro, María Susana
R.U.T.: 6.238.707-1

- (b) Minzer Muchnick, Salomón
R.U.T.: 6.229.742-5
- (c) Ureta Prieto, Juan Pablo
R.U.T.: 6.441.505-0

6.3 **Ejecutivos principales:**

- (a) Egidio Fontana, Antonio
R.U.T. 6.615.541-2
Gerente General
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile.
Desempeño de cargo desde 2004.
- (b) Gajardo Ramírez, Fernando
R.U.T. 8.449.391-0
Gerente de Marketing
Ingeniero en Sonido
Universidad Vicente Perez Rosales
Desempeño de cargo desde 2004.
- (c) Picón Bernier, Rodrigo
R.U.T.: 13.028.205-9
Gerente de Negocios Retail
Ingeniero Civil Industrial
Universidad Diego Portales
MBA IE Madrid, España
Desempeño de cargo desde 2011.

R.U.T. 10.032.002-9
Gerente General Tricard S.A.
Ingeniero Comercial
Universidad de Chile
Desempeño de cargo desde 2007.
- (e) Torres Mondaca, Guillermo
R.U.T. 7.373.687-0
Gerente de Administración y Finanzas
Ingeniero Comercial
Universidad Católica del Norte
MBA IEDE – Universidad de Lleida, España.
Desempeño de cargo desde 2001.
- (f) Fuenzalida Novoa, María Cecilia
R.U.T. 10.256.383 -2
Gerente de Recursos Humanos
Ingeniero Comercial
Universidad de Chile
Desempeño de cargo desde 2007.
- (g) Apablaza Valenzuela, Francisco
R.U.T 13.302.389-5
Gerente de Logística
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile.
Desempeño de cargo desde 2014.

- (h) González Sánchez, Miguel
R.U.T. 10.974.898-6
Gerente de Informática.
Ingeniero Informático
Universidad de Las Américas
Desempeño de cargo desde 2016.
- (i) Bravo Lagos, Sergio
R.U.T. 10.056.265-0
Gerente de Ventas
Ingeniero Civil Industrial
Pontificia Universidad Católica de Chile.
Desempeño de cargo desde 2015.
- (j) Pelayo González, Laura
R.U.T. 8.588.336-4
Gerente Contralor
Abogado
Pontificia Universidad Católica de Chile.
Desempeño de cargo desde 2017.

6.4 Planes de Incentivo:

Dentro de su planificación anual, la compañía contempla el pago de una compensación variable para sus gerentes, subgerentes y ejecutivos principales, cuyo monto se determina al final de cada año, en consideración a la evaluación que el directorio y el Gerente General realizan respecto del desempeño de cada ejecutivo, teniendo en consideración los resultados de la compañía en el año correspondiente.

Asimismo, el directorio de Tricot acordó en sesiones de fecha 23 de marzo de 2017 y 17 de mayo de 2017 las características principales del plan de compensación que se ofrecerá a trabajadores y ejecutivos de la compañía y sus filiales, a saber:

- a) Podrán participar en el plan aquellos ejecutivos o empleados de la compañía o de sus filiales, que ejerzan cargos de gerente en la gestión de éstas.
- b) Los participantes del plan podrán adquirir acciones de la compañía destinadas al plan, en los términos y condiciones que defina oportunamente el Directorio.
- c) La cantidad de acciones que tendrá derecho a suscribir cada participante será determinada por el comité que se designe al efecto por el directorio.
- d) El precio por cada acción será aquel que defina la junta de accionistas al momento de implementar el plan.
- e) El precio de la acción ofrecida a cada participante no guardará relación con el precio de colocación de las acciones a terceros.
- f) Cada participante deberá suscribir un contrato que establezca los términos y condiciones bajo los cuales se ofrecerán las acciones a los participantes del Plan.

7. INFORMACIÓN RELATIVA A LAS ACCIONES Y A LOS DERECHOS QUE ELLAS CONFIEREN.

7.1 Monto capital suscrito y pagado:

El monto del capital aprobado en la junta extraordinaria de accionistas de Tricot celebrada con fecha 22 de marzo de 2017 es de \$96.786.452.965.-, dividido en 435.238.068 acciones nominativas, de una misma serie, de igual valor y sin valor nominal.

El capital suscrito y pagado es de \$80.612.734.018.- correspondiente a 369.952.358 acciones nominativas, de una misma serie, de igual valor y sin valor nominal.

El aumento de capital por la suma de \$16.173.718.947, acordado en la señalada junta extraordinaria de accionistas se suscribirá y pagará mediante la emisión de 65.285.710 nuevas acciones de pago, nominativas, de una misma serie, de igual valor y sin valor nominal, que deberán encontrarse íntegramente suscritas y pagadas dentro del plazo de 3 años contado desde el 22 de marzo de 2017, exceptuando un máximo de 6.528.571 acciones que serán destinadas a los planes de compensación de ejecutivos de la compañía y sus filiales, las que deberán quedar suscritas y pagadas dentro del plazo de 5 años contados desde el 22 de marzo de 2017.

7.2 Clase y Serie de acciones:

Una sola clase y serie.

7.3 Derechos y obligaciones de accionistas que tienen acciones suscritas y no pagadas y relación entre los derechos de accionista y acreedores y de otros tenedores de valores de la sociedad.

Derechos y Obligaciones de Acciones Suscritas y No Pagadas:

No existen acciones suscritas y no pagadas.

Relación entre Derechos de Accionistas y de los Acreedores:

No existe.

Relación entre Derechos de Accionistas y de otros tenedores de valores de la sociedad:

No existe.

7.4 Clasificación de Riesgo de acciones que se inscriben.

No existe.

8. ANTECEDENTES LEGALES DE LA EMISIÓN DE ACCIONES.

8.1 Junta de accionistas que aprobó aumento de capital (“Junta Marzo”):

- Fecha de celebración: 22 de marzo de 2017.

- Fecha escritura: 24 de marzo de 2017.

- Notaría: 2° Notaría de Santiago de Francisco J. Leiva Carvajal.

- Domicilio Notaría: Amunátegui N°73, Santiago de Chile.

Dicha junta de accionistas fue complementada por junta extraordinaria de accionistas de fecha 17 de mayo de 2017, cuya fue reducida a escritura pública con fecha 18 de mayo de 2017 (“Junta Mayo”) y por junta extraordinaria de accionistas de fecha 5 de junio de 2017, cuya acta fue reducida a escritura pública con esa misma fecha (“Junta Junio”), ambas otorgadas en la 2° Notaría de Santiago de Francisco J. Leiva Carvajal.

8.2 Legalización:

- Fecha de publicación en Diario Oficial:

- Junta Marzo: 29 de marzo de 2017.
- Junta Mayo: 26 de mayo de 2017.
- Junta Junio: 9 de junio de 2017.

- Ciudad, fecha, número y fojas de inscripción Registro de Comercio:

- Junta Marzo: Extracto inscrito a fojas 26.219 N° 14.547 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2017.
- Junta Mayo: Extracto inscrito a fojas 40.587 N° 22.261 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2017.
- Junta Junio: Extracto inscrito a fojas 45.074 N° 24.583 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2017.

9. CARACTERÍSTICAS DE LA EMISIÓN.

9.1 Monto Máximo:

El monto máximo de la emisión será de \$16.173.718.947, no obstante que el precio de colocación será fijado a través de procedimientos de mercado de acuerdo a lo descrito en la sección 10.3 siguiente.

(i) Con cargo al aumento de capital, se emitirán 65.285.710 acciones ordinarias, nominativas de igual valor sin valor nominal y de una única serie de acciones, de las cuales 6.528.571 acciones serán destinadas a plan de compensación.

(ii) El porcentaje esperado que representarán las acciones de primera emisión, en relación al total de las acciones suscritas al término de la colocación, es de hasta un 15%.

(iii) El porcentaje esperado de dispersión que alcanzará la sociedad una vez terminada la colocación, será de hasta 29,2% aproximadamente del total de las acciones suscritas al término de la colocación calculado como $(N^{\circ} \text{ de acciones que se colocarán} / (N^{\circ} \text{ de acciones suscritas} + N^{\circ} \text{ de acciones de pago que se colocarán}))$ donde:

- El N° de acciones que se colocarán corresponden hasta 126.944.436 acciones, que corresponde a la suma de 65.285.710 acciones de pago y 61.658.726 acciones que actualmente detentan los accionistas; y

- El N° de acciones suscritas corresponden a 369.952.358 acciones.

9.2 Valor nominal acciones:

Sin valor nominal.

9.3 Precio de Colocación:

El precio de colocación a terceros de las 58.757.139 acciones, será fijado a través de procedimientos de mercado de acuerdo al procedimiento descrito en la sección 10.3 siguiente y el precio por cada acción del plan de compensación será aquel que defina la junta de accionistas al momento de implementar el plan.

En junta extraordinaria de accionistas de Tricot de fecha 5 de junio de 2017, se complementó el acuerdo adoptado junta extraordinaria de accionistas celebrada el 22 de marzo de 2017, en el sentido de ofrecer a los accionistas, en forma preferente,

la suscripción de las acciones emitidas con cargo al aumento de capital acordado en la junta de accionistas celebrada el 22 de marzo de 2017, a un precio por acción equivalente al valor libro de las acciones de Tricot ascendente a \$247,737,505.61. Con fecha 5 de junio de 2016 en la referida junta extraordinaria de accionistas, los accionistas renunciaron a su derecho de suscribir y pagar preferentemente las proporciones que les correspondían de las nuevas acciones de pago, aceptando que todas las acciones emitidas que no serán destinadas al plan de compensación, como hasta 61.658.726 de las acciones de la sociedad que actualmente detentan los accionistas, sean colocadas para ser ofrecidas a terceros.

9.4 Plazo de Colocación y forma de pago:

Tres años contados desde el 22 de marzo de 2017, para un total de 58.757.139 acciones de pago, y cinco años contados desde el 22 de marzo de 2017 para las 6.528.571 acciones de pago destinadas al plan de compensación.

El pago deberá ser al contado en el mismo acto de suscripción de las acciones, en dinero efectivo, vale vista bancario, transferencia electrónica de fondos o cualquier otro instrumento representativo de dinero pagadero a la vista.

9.5 Uso de los Fondos:

Los fondos recaudados serán destinados en un 100% a un plan de crecimiento orgánico de la compañía. No se considera utilizar estos fondos para prepagar deudas. Estos serán los únicos fondos destinados a financiar el plan de crecimiento de Tricot.

Este crecimiento orgánico de Tricot destinará los fondos obtenidos de la siguiente manera:

(i) Aproximadamente un 30% a fortalecer el plan de desarrollo y crecimiento del negocio retail de la compañía, a través de un plan de expansión geográfico en los mismos formatos actuales en que opera Tricot (Tricot y Tricot Connect).

(ii) Aproximadamente un 70% al desarrollo del negocio financiero a través de un aumento en las colocaciones y del número de tarjetas activas, para así nivelar la brecha existente en la deuda promedio respecto del resto de la industria.

10. DESCRIPCION DE LA COLOCACION

10.1 Número de acciones de pago de primera emisión y acciones en circulación que se pretende colocar.

Número de Acciones:

- (i) Hasta 65.285.710 acciones de pago de primera emisión, de las cuales:
 - (a) 58.757.139 acciones serán ofrecidas preferentemente a los accionistas de Tricot a prorrata de las acciones que posean inscritas a su nombre en el Registro de Accionistas de la sociedad al 5º día hábil anterior al inicio del período de opción preferente.
 - (b) 6.528.571 acciones serán destinadas al plan de compensación.
- (ii) Hasta 61.658.726 acciones en circulación.

10.2 Tipo de Colocación:

Las acciones se colocarán a través de intermediarios. Las acciones destinadas al plan de compensación serán colocadas directamente por esta última.

Colocadores: BTG Pactual S.A. Corredores de Bolsa y Larraín Vial S.A. Corredora de Bolsa, como agentes colocadores. No existe relación significativa entre la compañía y los colocadores, distinta de la originada por el contrato de colocación.

10.3 Describir el procedimiento que empleará el emisor y/o el intermediario en la colocación de las acciones tales como al “mejor esfuerzo”, “a firme”, u otro, si correspondiere.

Sistema de Colocación:

Las acciones podrán ser ofrecidas a los accionistas y/o terceros⁴, en la forma que establece la Ley sobre Sociedades Anónimas, su Reglamento y la normativa impartida al efecto por la Superintendencia de Valores y Seguros.

El Precio de Colocación será determinado a través de una Subasta de un Libro de Órdenes, de acuerdo con lo dispuesto en la Sección 2.4A del Manual de Operaciones en Acciones de la Bolsa de Comercio de Santiago (en adelante, el “Manual”), Bolsa de Valores (en adelante la “Bolsa de Comercio”).

Conforme a las prácticas habituales de mercado para colocaciones de acciones en Chile, la determinación del Precio de Colocación considerará la demanda que manifiesten los inversionistas, de acuerdo al siguiente procedimiento:

- (a) La sociedad hará presentaciones a los eventuales inversionistas;
- (b) La sociedad informará a los agentes colocadores de la intención o decisión de cualquier accionista de renunciar a la opción preferente de suscripción de acciones, tan pronto llegue a su conocimiento;
- (c) Los interesados en adquirir las acciones irán registrando sus pedidos con el agente colocador o con otros corredores de bolsa autorizados;
- (d) Los agentes colocadores y los corredores de bolsa autorizados incluirán las órdenes recibidas en el sistema de Subasta de un Libro de Órdenes que administrará la Bolsa de Comercio;
- (e) El directorio determinará libremente, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley Chilena, en el Manual y las facultades otorgadas al efecto por la junta extraordinaria de accionistas que aprobó el aumento de capital correspondiente, el Precio de Colocación y el porcentaje de asignación a cada segmento de mercado, en función de los parámetros ingresados previamente en la oferta. El directorio podrá definir una asignación o prorrata diferenciada dentro de cada segmento, de acuerdo con lo establecido en el Manual; y
- (f) El número de acciones que se asigne a cada inversionista se determinará en la forma y en los términos indicados en el Manual.

Las características y plazos de la Subasta de un Libro de Órdenes se publicitarán en

⁴ Conforme a lo indicado en número 9.3 de este prospecto, en junta extraordinaria de accionistas de Tricot de fecha 5 de junio de 2017, se complementó el acuerdo adoptado junta extraordinaria de accionistas celebrada el 22 de marzo de 2017, en el sentido de ofrecer a los accionistas, en forma preferente, la suscripción de las acciones emitidas con cargo al aumento de capital acordado en la junta de accionistas celebrada el 22 de marzo de 2017, a un precio por acción equivalente al valor libro de las acciones de Tricot ascendente a \$247,737,505,61. Con fecha 5 de junio de 2016 en la referida junta extraordinaria de accionistas, los accionistas renunciaron a su derecho de suscribir y pagar preferentemente las proporciones que les correspondían de las nuevas acciones de pago, aceptando que todas las acciones emitidas que no serán destinadas al plan de compensación, como hasta 61.658.726 de las acciones de la sociedad que actualmente detentan los accionistas, sean colocadas para ser ofrecidas a terceros.

la forma y los plazos establecidos en el Manual. De acuerdo con el mismo procedimiento, las ofertas de adquisición de acciones podrán ser canalizadas a través de los agentes colocadores y también a través de las demás corredoras de bolsa autorizadas. En este último caso, se informará en su oportunidad si se pagarán comisiones y su monto por aquellas órdenes que sean ingresadas a través de otros corredores de bolsa autorizados distintos a los colocadores.

El Precio de Colocación será fijado por el directorio el día del cierre del Libro de Órdenes en la Bolsa de Comercio.

Planes de Compensación

Hasta un 10% del monto total de la emisión, esto es, hasta la cantidad de 6.528.571 acciones, serán destinadas a planes de compensación que se ofrecerá al precio por cada acción que defina la junta de accionistas al momento de implementar el plan.

Respecto de esta parte de la emisión, los accionistas no gozarán de derecho de opción preferente, conforme lo dispone el inciso tercero del artículo 24 de la Ley sobre Sociedades Anónimas.

10.4 Plazo de Colocación:

El plazo de colocación será de tres años contado desde la fecha de celebración de la junta de extraordinaria de accionistas que acordó la emisión, esto es, desde el 22 de marzo de 2017. Respecto de las acciones destinadas al plan de compensación, el plazo de colocación será de cinco años contado desde la fecha de celebración de la junta de extraordinaria de accionistas que acordó la emisión, esto es, desde el 22 de marzo de 2017.

10.5 Porcentaje de acciones que se ofrecerán públicamente y procedimientos que adoptará la sociedad en caso que una vez terminada la colocación de las acciones no se alcance dicho porcentaje.

La junta extraordinaria de accionistas de Tricot, celebrada el 22 de marzo de 2017, no acordó ofrecer públicamente un porcentaje mínimo del total de sus acciones.

10.6 Procedimiento que se seguirá con las acciones no suscritas, una vez finalizado el plazo de colocación:

Vencidos los plazos para la suscripción y pago de las acciones a ser colocadas y aquellas destinadas a planes de compensación de los ejecutivos de Tricot y de sus filiales, sin que se haya enterado el total del aumento del capital aprobado por la junta extraordinaria de accionistas celebrada el 22 de marzo de 2017, el capital social quedará reducido a la cantidad efectivamente suscrita y pagada. Se realizarán las acciones de cobro correspondiente respecto de las acciones que a esa fecha estuvieren suscritas y no pagadas.