# **ACTUALIZACIÓN N° 03 DEL PROSPECTO MARCO**

Según lo establecido en el Reglamento de Oferta Pública Primara y Venta de Valores Mobiliarios, el presente documento (la "Actualización N° 03 del Prospecto Marco"), cumple con actualizar el Prospecto Marco del Primer Programa de Bonos Corporativos Falabella Perú S.A.A. (el "Prospecto Marco"), de fecha 14 de julio de 2015, de modo tal que refleje las variaciones en la información contenida en dicho documento luego de su registro.

# FALABELLA PERU S.A.A. (ANTES INVERSIONES Y SERVICIOS FALABELLA PERU S.A.)

Primer Programa de Bonos Corporativos Falabella Perú S.A.A.

HASTA POR UN MONTO MÁXIMO EN CIRCULACIÓN DE S/. 300,000,000.00 O SU EQUIVALENTE EN DÓLARES

FALABELLA PERU S.A.A. (ANTES INVERSIONES Y SERVICIOS FALABELLA PERU S.A.) ("Emisor"), sociedad constituída bajo las leyes de PERU, ha convenido en emitir Bonos Corporativos, ("Valores") a través de un programa de emisión denominado "Primer Programa de Bonos Corporativos Falabella Perú S.A.A.", ("Programa"), hasta por un monto máximo en circulación de S/ 300,000,000.00 (TRESCIENTOS MILLONES y 00/100 SOLES) o su equivalente en Dólares. El Primer Programa de Bonos Corporativos Falabella Perú S.A.A. tendrá una vigencia de 6 años a partir de su inscripción en el Registro Público del Mercado de Valores de la Superintendencia del Mercado de Valores ("SMV").

El Programa comprenderá una o más Emisiones de Bonos Corporativos, cuyos términos y condiciones serán definidos por las personas designadas para tal efecto por el Emisor. Los términos y condiciones de las emisiones serán informados a la SMV y a los inversionistas a través de los Contratos Complementarios de Emisión, los Prospectos Complementarios y los Avisos de Oferta correspondientes. Asimismo, cada emisión podrá constar de una o más Series a ser definidas por las personas designadas para tal efecto por el Emisor e informadas a la SMV y a los inversionistas a través del Aviso de Oferta.

La tasa de interés de los Bonos Corporativos será determinada con arreglo al mecanismo de colocación que se indique en el correspondiente Prospecto Complementario de cada Emisión.

Los Bonos Corporativos serán nominativos, indivisibles, libremente negociables, inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores de la SMV, estarán inscritos en la Rueda de Bolsa de la Bolsa de Valores de Lima y estarán representados por anotaciones en cuenta en Cavali S.A. ICLV ("CAVALI") u otra entidad, según se defina en cada Contrato Complementario, Prospecto Complementario y Aviso de Oferta.

Todas las emisiones del Programa estarán respaldadas genéricamente por el patrimonio del Emisor.

La presente Actualización N° 03 del Prospecto Marco no constituye una oferta ni una invitación a ofertar ni autoriza a tales ventas o invitaciones en los lugares donde tales ofertas o invitaciones sean contrarias a las respectivas Leyes Aplicables. La Actualización N° 03 del Prospecto Marco debe leerse conjuntamente con el Prospecto Complementario correspondiente y con los estados financieros que forman o formen parte integrante de los mismos.

Véase el Anexo N° 1: Factores de Riesgo, el cual contiene una discusión de ciertos factores que deberían ser considerados por los potenciales adquirentes de los Valores ofrecidos.

ESTA ACTUALIZACIÓN Nº 03 DEL PROSPECTO MARCO HA SIDO REGISTRADO EN EL REGISTRO PÚBLICO DEL MERCADO DE VALORES DE LA SUPERINTENDENCIA DEL MERCADO DE VALORES, LO QUE NO IMPLICA QUE ELLA RECOMIENDE LA INVERSIÓN EN LOS VALORES QUE SERAN OFERTADOS EN VIRTUD DEL MISMO, U OPINE FAVORABLEMENTE SOBRE LAS PERSPECTIVAS DEL NEGOCIO O CERTIFIQUE LA VERACIDAD O SUFICIENCIA DE LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN EL PRESENTE DOCUMENTO".

SCOTIA SOCIEDAD AGENTE DE BOLSA S.A.

SCOTIABANK PERU S.A.A.

BANCO DE CREDITO DEL PERU

Agente Colocador

Entidad Estructuradora

Representante de los Obligacionistas

La fecha de elaboración de la Actualización N° 03 de este Prospecto Marco es el 14 julio 2016

# DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Esta Actualización Nº 03 del Prospecto Marco debe ser leída conjuntamente con el Prospecto Marco, sus posteriores actualizaciones, los estados financieros individuales de Falabella Perú S.A.A. (antes Inversiones y Servicios Falabella Perú S.A.),que forman o formen parte integrantes de los mismos y con el correspondiente Prospecto Complementario de los Valores a ser emitido, perteneciente al Programa.

Los firmantes declaran haber realizado una investigación, dentro del ámbito de su competencia y en el modo que resulta apropiado de acuerdo con las circunstancias, que los lleva a considerar que la información proporcionada por el Emisor, o en su caso incorporada por referencia, cumple de manera razonable con lo exigido en las normas vigentes, es decir, que es revelada en forma veraz, suficiente, oportuna y clara; y, con respecto a las ocasiones en que dicha información es objeto del pronunciamiento de un experto en la materia, o se deriva de dicho pronunciamiento, que carecen de motivos para considerar que el referido pronunciamiento contraviene las exigencias mencionadas anteriormente, o que dicha información se encuentra en discordancia con lo aquí

La responsabilidad por el contenido de esta Actualización N° 03 del Prospecto Marco se rige por las disposiciones contempladas en la Ley del Mercado de Valores y en el Reglamento de Oferta Pública Primaria y de Venta de Valores

Quien desee adquirir los Bonos Corporativos del Primer Programa de Bonos Corporativos Falabella Perú S.A.A. deberá basarse en su propia evaluación de la información presentada en el presente documento y en el Prospecto Complementario correspondiente, respecto al valor y a la transacción propuesta. La adquisición de los Valores presupone la aceptación por el suscriptor o comprador de todos los términos y condiciones de la oferta pública tal como aparecen en el presente Prospecto Marco y en el Prospecto Complementario correspondiente.

FALABELLA PERU S.A.A. (ANTES INVERSIONES Y SERVICIOS FALABELLA PERU S.A.) se encuentra sujeto a las obligaciones de informar estipuladas en la Ley del Mercado de Valores, así como en otras disposiciones pertinentes. Los documentos e información necesarios para una evaluación complementaria están a disposición de los interesados en el Registro Público del Mercado de Valores, en el local de la SMV, Avenida Santa Cruz 315, Miraflores, donde podrá ser revisada y reproducida. Asimismo, dicha información estará disponible para su revisión en la página Web de la Bolsa de Valores de Lima vía el sistema Bolsa News en la dirección de internet: www.bvl.com.pe., luego de su inscripción en el Registro Público del Mercado de Valores.

FALABELLA PERU S.A.A. (ANTES INVERSIONES Y SERVICIOS FALABELLA PERU S.A.), declara haber cumplido con lo dispuesto por la normatividad aplicable para efectos de la validez, y, en los casos que corresponda, oponibilidad de los derechos que confieren los valores en virtud del presente Prospecto Marco.

Lima, 14 de julio de 2016

Juan Xavier Roca Mendenhali Gerente General

FALABELLA PERU S.A.A. (ANTES INVERSIONES Y SERVICIOS FALABELLA PERU S.A.)

Juan Xavier Roca Mendenhall

Representante Legal FALABELLA PERU S.A.A. (ANTES INVERSIONES Y SERVICIOS PALABELLA PERU S.A.)

Julio José Alcalde Alcalde Gerente Corporativo de Finanzas FALABELLA PERU S.A.A. (ANTES INVERSIONES Y

SERVICIOS FALABELLA PERU S.A.)

Nancy Samalyides Meza

Gerente Corporativo de Contabilidad ABELLA PERUS.A.A. (ANTES INVERSIONES Y

SERVICIOS FALABELLA PERU S.A.)

Gonzalo Gil Plano Vicepresidente de Finanzas Corporativas

SCOTIABANK PERU S.A.A.

Lorenzo Martini Director Debt Capital Markets

SCOTIABANK PERU S.A.A.

### Información Disponible

El Emisor, como consecuencia del registro de los Valores, está sujeto a las obligaciones de informar estipuladas en la Ley del Mercado de Valores, así como otras disposiciones pertinentes. Dicha información se encontrará a disposición del público en el Registro Público del Mercado de Valores de la SMV sito en Av. Santa Cruz 315, Miraflores, donde podrá ser revisada y copiada. Asimismo, dicha información está disponible para su revisión en el sistema de BolsaNews de la Bolsa de Valores de Lima (www.bvl.com.pe).

Esta Actualización N° 03 del Prospecto Marco, conjuntamente con el Prospecto Marco, sus posteriores actualizaciones y el correspondiente Prospecto Complementario, contiene, a la fecha de su elaboración, en forma veraz y suficiente, toda aquella información que sea relevante a efectos de entender las implicancias positivas y negativas de la transacción propuesta con la finalidad de que los potenciales inversionistas en los Valores se encuentren en condiciones de adoptar decisiones libres e informadas respecto de la misma.

La presente Actualización N° 03 del Prospecto Marco se entrega únicamente con el fin de permitir a los potenciales inversionistas en los Valores evaluar los términos del Programa y no deberá ser considerado como una evaluación crediticia o una recomendación de comprar los Valores por parte del Emisor, de la Entidad Estructuradora (tal como se define más adelante) o del Agente Colocador (tal como se define más adelante).

Las obligaciones de las partes involucradas en la transacción descriptivas en el Prospecto Marco tal como éste sea actualizado, han sido establecidas y serán gobernadas por aquellos documentos mencionadas en la presente Actualización N° 03 del Prospecto Marco, el Prospecto Marco, sus posteriores actualizaciones o en el respectivo Prospecto Complementario y será sometidas, en su integridad y por referencia, a dichos documentos. Para una descripción más detallada de los derechos y obligaciones de las partes involucradas en cada Emisión, el potencial inversionista en los Valores podrá revisar el Contrato Marco (el "Contrato Marco"), el Prospecto Complementario y el Contrato Complementario de la Emisión (el "Contrato Complementario"), una copia de los cuales estará disponible en el Registro Público del Mercado de Valores.

La distribución de esta Actualización N° 03 del Prospecto Marco, del Prospecto Marco y de cualquier Prospecto Complementario, así como la oferta y venta de los Valores en ciertas jurisdicciones, puede estar restringida por las Leyes Aplicables de tales jurisdicciones. El Agente Colocador y el Emisor instan a las personas que tengan esta Actualización N° 03 del Prospecto Marco, el Prospecto Marco, sus posteriores actualizaciones o cualquier Prospecto Complementario o a cualquier tipo de documentación referente a los Valores, a informarse sobre tales restricciones y respetarlas.

El Emisor declara haber cumplido con lo dispuesto por la normativa aplicable para efectos de la validez, y, según sea el caso, oponibilidad de los derechos que confieran los Valores a ser emitidos en virtud del Programa. A continuación se describen las variaciones fundamentales y no fundamentales ocurridas desde la fecha de elaboración del Prospecto Marco, debiendo considerarse que la información contenida en el mencionado documento que no se indique expresamente, en esta Actualización N° 03 del Prospecto Marco, se mantiene vigente de acuerdo con el contenido originalmente consignado en el Prospecto Marco. Los numerales, incisos y anexos contenidos en esta Actualización N° 03 del Prospecto Marco hacen referencia a los respectivos numerales e incisos del Prospecto Marco.

### Anexo 01: Factores de Riesgo (Prospecto Marco, reemplazar el Anexo 01)

### Anexo 01: Factores de Riesgo

Antes de tomar la decisión de invertir, los posibles inversionistas en los Bonos Corporativos deberán considerar cuidadosamente la información presentada en este Prospecto Marco sobre la base de su propia situación financiera y sus objetivos de inversión. La inversión en los Bonos Corporativos conlleva ciertos riesgos relacionados a factores internos o externos al Emisor que podrían afectar el nivel de riesgo asociado a la inversión.

Lo que sigue no pretende ser un listado comprensivo de todos los riesgos asociados a una inversión en los Bonos Corporativos, sino enunciar los más relevantes. Se recomienda que éstos sean discutidos detalladamente con los asesores profesionales de inversión de cada inversionista antes de adquirir los Bonos Corporativos.

# 1) Factores de Riesgo Relativos al Perú

### a) Riesgo País o Riesgo Estructural

Corresponde a aquellos riesgos derivados, entre otros, de: (a) cambios en el entorno general, tanto a nivel macroeconómico como microeconómico, legal y político, incluyendo expropiaciones, nacionalizaciones, cambios en la legislación aplicable o en la política económica, restricciones para operaciones bursátiles, entre otros; y, (b) eventos no previstos relacionados con los temas mencionados anteriormente. En tal sentido, aun cuando en el Perú se han realizado una serie de reformas económicas con el objetivo de reestructurar el Estado Peruano, fomentar la inversión privada nacional y extranjera y contribuir al desarrollo de una economía de libre mercado, no existe garantía de que esta orientación se mantenga en el futuro.

El riesgo para quien invierta en los Bonos Corporatívos está constituido por la posibilidad de cambio en alguna de las condiciones señaladas anteriormente, así como por la posibilidad de que el Gobierno dé una orientación distinta a las reformas en curso, lo que podría afectar negativamente las condiciones de operación y/o gestión del Emisor y/o sus subsidiarias, al igual que a otras empresas del país.

Asimismo, los clientes del Emisor y de sus subsidiarias son personas naturales y jurídicas peruanas (en su mayoría), en consecuencia dichos clientes también están sujetos a los eventos y cambios políticos, sociales y económicos del Perú. Así, el riesgo al que están expuestos los clientes del Emisor y/o de las subsidiarias debe ser también contemplado para determinar los efectos que pueda tener sobre las ventas del Emisor.

### b) Riesgo Macroeconómico

Debido a la naturaleza del negocio de las subsidiaras del Emisor (tiendas por departamentos, cadenas de supermercados, mejoramiento del hogar, centros comerciales y servicios financieros), los ingresos del Emisor están correlacionados con el nivel de actividad económica del país. En condiciones de restricción de la demanda, debiera verse reducida la tasa de crecimiento de sus ingresos y utilidades, y en situaciones expansivas, lo contrario.

Modificaciones en indicadores económicos tales como la inflación, el producto bruto interno, la balanza de pagos, la depreciación de la moneda nacional, las tasas de interés, la inversión y el ahorro, el consumo, el gasto y el ingreso fiscal entre otras variables podrían afectar el desarrollo de la economía peruana y, por lo tanto, influir en los resultados del Emisor.

# c) Riesgo de Devaluación o Depreciación de la Moneda y Control Cambiario

Si bien no existen controles de la tasa de cambio aplicable a las monedas extranjeras en el Perú y las transacciones de compra y venta de moneda extranjera se realizan al tipo de cambio de libre mercado; en el pasado el Estado peruano adoptó políticas controlistas para la negociación de moneda extranjera imponiendo restricciones sobre los participantes del mercado cambiario y sobre las operaciones cambiarias.

Durante las décadas previas, la moneda peruana experimentó un número significativo de fuertes devaluaciones; sin embargo, cabe resaltar que durante los últimos años ha ocurrido una apreciación de la misma. No se puede asegurar que el ritmo de depreciación/apreciación de la moneda nacional no varíe en el futuro.

Asimismo, resulta pertinente precisar que la mayoría de los ingresos de las subsidiarias del Emisor se encuentran denominados en Soles y que parte de la mercadería puesta a la venta es adquirida en Dólares de los Estados Unidos de América por tratarse de mercadería importada, y por lo tanto podría encontrarse expuesta a las diferencias entre los tipos de cambio. Sin embargo, este riesgo es reducido en la medida que la proporción de mercadería importada es menor a la adquirida en Soles y las subsidiarias del Emisor llevan a cabo operaciones de cobertura de moneda a fin de mitigar dicho riesgo.

# d) Riesgo internacional

Una parte significativa de las operaciones del Emisor y sus subsidiarias está, en mayor o menor grado, relacionada con los mercados internacionales, en los que la economía peruana se encuentra inserta. Las tasas de interés, los tipos de cambio, los volúmenes de comercio exterior, la inflación y otras importantes variables macroeconómicas están influenciadas por la evolución de los mercados internacionales. Los potenciales inversionistas deberán considerar que mayor volatilidad, así como cambios en los mercados de capitales y financiero internacional, podrán influenciar negativamente en los resultados del Emisor.

### e) Riesgo del sistema financiero peruano

Durante el 2015, los depósitos crecieron 9.3%. Los depósitos de ahorros (14.8%) fueron los que tuvieron un mayor crecimiento en el 2015. El ritmo de la actividad crediticia del sistema bancario durante el 2015 se desaceleró en línea con el comportamiento de la economía. En el 2015, las colocaciones crecieron 10.6%, mientras que el 2014 lo hicieron 9.8%. Por otro lado, respecto a marzo 2016 los depósitos crecieron en 10.0% respecto al mismo periodo durante el 2015, mientras que el ritmo de la actividad crediticia del sistema para el primer trimestre del año se desaceleró a un ritmo de 8.4%.

La calidad de la cartera de la Banca se deterioró marginalmente al subir el ratio de morosidad de 2.47% en el 2014 a 2.54% en el 2015, aunque se mantiene bajo tanto en términos históricos como con respecto a otras economías de la región. A marzo de 2016 el ratio de morosidad fue 2.7%. Por otro lado, el índice de cobertura fue de 160% y la rentabilidad anual del sistema fue de 21.1% según el ROE a marzo de 2016.

Sin perjuicio de lo señalado anteriormente, las subsidiarias del Emisor relacionadas con el sistema financiero y/o el Emisor están sujetas al riesgo del sistema financiero peruano en general, el que podría enfrentar problemas de liquidez o solvencia ocasionados por eventos domésticos o externos. Aunque este riesgo es atenuado por los adecuados estándares y exigencias contemplados en la regulación por parte de la SBS, así como por la participación del Banco Central de Reserva en el mercado monetario a fin de regular la liquidez del sistema, esto no garantiza la permanente estabilidad del sistema financiero. Este riesgo está vinculado también a eventos políticos que pudieran afectar la autonomía y eficacia de la SBS y del Banco Central de Reserva, o generar una mayor intervención del Estado en el funcionamiento del Sistema Financiero peruano.

# f) Riesgo de Terrorismo o Vandalismo

En el pasado, el Perú experimentó niveles significativos de actividad terrorista con acciones de violencia contra el gobierno y el sector privado. A pesar del éxito obtenido en la disminución de las actividades terroristas, no se puede garantizar que no vaya a producirse un rebrote terrorista en el futuro, ni que dichas actividades no impacten negativamente en los ingresos y/o inmuebles del Emisor y sus subsidiarias.

Asimismo, en el pasado, se han realizado reclamos por reivindicaciones sociales, económicas o de otra índole por parte de algunos sectores de la sociedad peruana que han llevado a brotes de violencia y vandalismo contra la propiedad pública y privada, por lo que no puede garantizarse que ello no vuelva a ocurrir, y de ser el caso, la manera como pudieran afectar las operaciones y resultados del Emisor no se puede predecir.

Sin embargo, los activos fijos del Emisor (tales como edificios, infraestructura, instalaciones, equipamiento, entre otros) se encuentran ampliamente cubiertos de todo riesgo mediante las pólizas de seguros pertinentes. Asimismo, la empresa cuenta con cobertura por lucro cesante.

# g) Riesgo de Variación de Tasa de Interés

El inversionista deberá tomar en cuenta la volatilidad en las tasas de interés y su impacto sobre el valor de negociación de los Bonos Corporativos que se van a adquirir. La posibilidad de incertidumbre en los mercados podría hacer que el nivel de las tasas de interés se incremente lo que originaría una reducción en el valor de negociación de los Bonos adquiridos.

#### h) Riesgos Tributarios

Durante los últimos años el número de tributos a los cuales está sujeto el Emisor y sus subsidiarias se ha mantenido relativamente constante y aunque han experimentado algunos cambios, principalmente dirigidos a la reducción progresiva de la tasa nominal del impuesto que afecta las rentas de la empresa y al aumento progresivo de la tasa nominal que afecta la distribución de utilidades, éstos no afectan las operaciones del Emisor y sus subsidiarias. No puede garantizarse que las normas tributarias que resulten aplicables al Emisor y sus subsidiarias, o la forma cómo éstas sean interpretadas por la autoridad competente, no experimenten modificaciones en el futuro, ni que dichas modificaciones no tengan efectos adversos en sus operaciones.

# 2) Factores de Riesgo Relativos al Emisor

#### a) Riesgo Comercial

Las ventas y resultados operacionales dependen de la habilidad del Emisor y de sus subsidiarias para predecir o responder a cambios en las preferencias de sus clientes de una manera eficaz. Cualquier falla en identificar y responder sobre estas tendencias emergentes en el estilo de vida y preferencia de consumo pueden tener un efecto material adverso sobre el negocio, condiciones financieras y resultado operacionales, y en la capacidad para repagar los Bonos Corporativos.

Si la lealtad a la marca y fidelidad del cliente se viesen perjudicados, se podría perder clientes o dejar de aumentar la base de los mismos. Dado el enfoque del consumidor y del mercado, mantener y perfeccionar la marca es un factor crítico para el éxito y rentabilidad del Emisor y de sus subsidiarias. Se planea continuar invirtiendo recursos en promover y fortalecer las marcas, pero no existe una garantía de que dichas estrategias vayan a posicionarlas con un reconocimiento sustancial. Cualquier falla en fortalecer la marca o manejar de una forma correcta los comentarios negativos de los clientes puede ocasionar una pérdida de reputación y perder la fidelidad de los clientes; lo cual conllevaría a unas menores ventas en los locales de las diversas subsidiarias.

Asimismo, las subsidiarias del Emisor vinculadas al funcionamiento de centros comerciales se enfrentan la competencia de otros centros comerciales en las mismas localidades, lo cual podría mermar sus ingresos y utilidades. Durante los últimos años, la industria de los centros comerciales en el Perú ha mostrado un alto nivel de desarrollo, lo cual se refleja en una mayor competencia entre los distintos operadores. Sin embargo, factores como la experiencia en el manejo del negocio retail, el conocimiento del mercado, de las preferencias del consumidor, su modelo de negocio, junto con las políticas de marketing y ofertas permitirían mitigar dichos efectos.

### b) Riesgo por Factores Estacionales

Aspectos externos como el clima y la estacionalidad de la demanda pueden producir efectos en el consumo de los clientes.

El negocio de tiendas por departamento se caracteriza por tener temporadas claramente identificadas, las cuales están relacionadas con las estaciones climáticas. Es así que parte de la mercadería, básicamente de vestuario, es estacional, lo que genera el riesgo de realización del inventario de una temporada a otra. Pese a ello, la composición de la clase de productos y la capacidad del Emisor y sus subsidiarias destinadas a actividades *retail* para poder diluir

inventarios de temporada y adaptarse rápidamente a las necesidades de sus clientes en sus diferentes tiendas, le permite reducir el riesgo de realización del inventario por factores estacionales, así como un control estricto de mercadería que pudiera quedar obsoleta. El Emisor así como sus subsidiarias cuentan con departamentos de control de mercadería que es independiente del de compras, el cual monitorea los niveles de rotación y de obsolescencia de los mismos.

En el Perú, aproximadamente cada 10 a 15 años, se produce el Fenómeno El Niño donde se prolonga el verano y por ende afecta seriamente la demanda de productos de invierno. El último Fenómeno El Niño fue en 2015 y por lo tanto, no se puede asegurar que éste no vuelva a ocurrir durante la vida del programa.

#### c) Riesgo de Inventarios

El Emisor y sus subsidiarias dedicadas al retail deben mantener niveles de inventario suficientes para operar su negocio de forma eficiente; se trata de minimizar el exceso de inventarios al igual que el déficit del mismo. Una porción significativa del inventario se debe ordenar con anticipación, motivo por el cual se realiza la negociación tanto del precio como de la cantidad de la mercadería con varios meses de anticipación con respecto a su venta al público. Como resultado, dichas empresas pueden experimentar dificultad en responder al entorno cambiante de *retail*, lo cual la hace vulnerable al cambio de precio.

### d) Riesgo de Subordinación

Los flujos dinerarios del Emisor con los que se pagarán los intereses y principal de los Bonos Corporativos pueden provenir de los dividendos repartidos por sus subsidiarias, en tal sentido, podría existir un riesgo de subordinación al que el inversionista estaría expuesto en caso estos dividendos no sean canalizados al Emisor.

# e) Riesgo de Infraestructura y Seguros

Las ventas del Emisor así como sus subsidiarias y, consecuentemente, los flujos necesarios para cumplir con las obligaciones derivadas de los Bonos Corporativos que se emitan en el marco del Programa se encuentran directamente relacionados con la existencia y funcionamiento de sus establecimientos comerciales, por lo que un eventual siniestro en tales establecimientos o la pérdida de sus correspondientes licencias de funcionamiento podrían generar una disminución en los ingresos del Emisor y/o subsidiarias. Sin embargo, dicho riesgo es minimizado a través de un monitoreo constante para mantener las licencias de funcionamiento plenamente vigentes. Asimismo, todos esos establecimientos comerciales del Grupo Falabella, así como los productos ofrecidos en ellos, se encuentran debidamente cubiertos a través de una póliza de seguro multiriesgo por daños materiales y lucro cesante. Así, en el caso de las subsidiarias que dependen principalmente de la existencia y del funcionamiento de las construcciones en las que operan, la ocurrencia de siniestros, sean estos originados por eventos de la naturaleza o por eventos de carácter humano, pueden afectar su normal funcionamiento de forma materialmente adversa, En particular, cabe resaltar que tales activos se encuentran ubicados en un país de alto riesgo sísmico, donde existe el riesgo que, como consecuencia de un movimiento sísmico de alta intensidad, la existencia o el funcionamiento de dichos activos puedan verse materialmente afectados.

### f) Contingencias legales

A efectos de evaluar las contingencias legales correspondientes al Emisor y sus "Subsidiarias Principales", se ha considerado información relacionada a posibles contingencias (i) por un monto igual o mayor al 1.00% (uno por ciento) del patrimonio del Emisor, y/o (ii) que puedan conllevar un impacto que pueda afectar sustancialmente el cumplimiento de las obligaciones asumidas por el Emisor en el marco del Programa.

Para los efectos del presente documento, se consideran "Subsidiarias Principales" del Emisor a las siguientes compañías: (i) Open Plaza S.A.; (ii) Saga Falabella S.A.; (iii) Sodimac Perú S.A.; (iv) Hipermercados Tottus S.A.; (v) Banco Falabella S.A.

De conformidad a lo anteriormente indicado, a la fecha, no existen contingencias legales adicionales a las que se indican en el Anexo 10 del presente Prospecto.

# 3) Factores de Riesgo Relativos a los Bonos Corporativos

# a) Mercado Secundario para Bonos Corporativos

De formarse un mercado secundario para los Bonos Corporativos, no se puede asegurar que éste brinde a los titulares de los Bonos Corporativos un nivel de liquidez adecuado a sus necesidades particulares ni que tal mercado subsistirá en el tiempo.

# b) Rentabilidad de los Bonos Corporativos

Debido a la volatilidad de ciertos factores del mercado, ajenos al control del Emisor, tales como cambios en las tasas de interés, inflación, entre otros, no se puede asegurar que la cotización de los Bonos Corporativos en el mercado secundario no se reduzca por dichos factores a niveles que puedan afectar la rentabilidad de los Bonos Corporativos ofrecidos. El inversionista deberá, en cada emisión de los Bonos Corporativos, tomar en consideración estos factores en su evaluación de inversión.

#### c) Clasificación de Riesgo

Las clasificaciones de riesgo representan la opinión de las Clasificadoras acerca del nivel de riesgo asociado con cada Emisión de los Bonos Corporativos a ser emitidos en el marco del Programa. No se puede garantizar que tales clasificaciones de riesgo se mantengan en el mismo nivel de clasificación inicial, o que ésta no se reduzca.

# d) Riesgo Tributario Derivado de los Bonos Corporativos

#### Impuesto a la Renta

Ganancia de Capital: La ganancia de capital proveniente de la enajenación de valores mobiliarios está gravada con el Impuesto a la Renta con la tasa de: (i) 5%¹ en el caso de personas naturales² domiciliadas; (ii) 5% en el caso de personas naturales y personas jurídicas no domiciliadas, siempre que la enajenación se realice en el país³, y, (iii) 30% en el caso de personas naturales y personas jurídicas no domiciliadas, cuando la enajenación se realice fuera del país<sup>4</sup>. Cabe indicar que, para el caso de las personas jurídicas domiciliadas, la ganancia de capital en la venta de valores mobiliarios incrementará su renta neta gravada con la tasa del 28% sin que tenga relevancia el lugar de la enajenación.

En los casos en que sea la Institución de Compensación y Liquidación de Valores (ICLV)5, la cual liquide las enajenaciones efectuadas personas naturales, o por sujetos no domiciliados, el impuesto será retenido por la ICLV, para lo cual esta última tomará en cuenta el respectivo costo computable que haya sido asentado en sus registros.

Intereses: Los intereses provenientes de valores mobiliarios se encuentran gravados con el Impuesto a la Renta con la tasa de: (i) 5% en el caso de personas naturales domiciliadas<sup>6</sup>; (ii) 28% en el caso de las personas jurídicas domiciliadas; (iii) 4.99% en el caso de personas jurídicas no domiciliadas, sujeto al cumplimiento de los requisitos establecidos en la LIR y en su Reglamento, y siempre que el crédito no haya sido otorgado por una empresa del exterior con la cual existe vinculación económica o que la intervención del acreedor haya tenido como propósito encubrir una operación de crédito entre partes vinculadas, en cuyo caso la tasa será de 30%, y, (iv) 4.99% en el caso de personas naturales no domiciliadas, cuando los intereses sean pagados o acreditados por un generador de rentas de tercera categoría que se encuentre domiciliado o constituido o

<sup>1</sup> Corresponde a la tasa efectiva. En estricto, la tasa del impuesto es del 6.25% sobre la renta neta, siendo que esta última se determina luego de aplicar una deducción del 20% sobre la renta bruta.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> El término "personas naturales" comprende sucesiones indivisas y/o sociedades conyugales que opten por tributar como tales en el

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Una enajenación se entiende realizada en el país cuando los valores mobiliarios (i) están inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores y (ii) son negociados a través de un mecanismo centralizado de negociación del Perú.

4 Una enajenación se entiende realizada fuera del país cuando el valor no esté inscrito en el Registro Público del Mercado de Valores

y/o no sean negociados a través de un mecanismo centralizado de negociación del Perú. En Perú, CAVALI.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Corresponde a la tasa efectiva. En estricto, la tasa del impuesto es del 6.25% sobre la renta neta, siendo que esta última se determina luego de aplicar una deducción del 20% sobre la renta bruta.

establecido en el país, siempre que entre el inversionista y el emisor no exista vinculación y que el inversionista no sea residente en un paraíso fiscal, en cuyo caso se aplicará la tasa de 30%.

Tratándose de personas naturales y de sujetos no domiciliados, el impuesto debe ser retenido por la ICLV, de ser el caso, cuando se efectúe la liquidación en efectivo de la operación. Respecto de estos últimos, en todos los casos la retención se efectuará con la tasa del 4.99%, quedando de cargo del sujeto no domiciliado el pago del mayor impuesto que pudiese resultar aplicable.

#### Impuesto General a las Ventas

De conformidad con lo dispuesto en los literales t) y u) del artículo 2 del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por el Decreto Supremo N.º 055-99-EF (en adelante, el "TUO de la Ley del Impuesto General a las Ventas"), no están gravados con dicho impuesto los intereses generados por valores mobiliarios emitidos mediante oferta pública o privada por personas jurídicas constituidas o establecidas en el país. Dicha inafectación resulta igualmente aplicable a los intereses generados por títulos valores no colocados por oferta pública, cuando hayan sido adquiridos a través de algún mecanismo centralizado de negociación a los que se refiere la Ley del Mercado de Valores.

Asimismo, la enajenación de los valores mobiliarios que emita el Emisor se encuentra inafecta del Impuesto General a las Ventas.

# Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF)

De conformidad con lo dispuesto en la Ley para la Lucha contra la Evasión y para la Formalización de la Economía, Ley N.° 28194, cuyo Texto Único Ordenado fue aprobado por Decreto Supremo N.° 150-2007-EF, y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N.° 047-2004-EF, en el caso de la emisión de obligaciones - como es el caso de los Instrumentos de Corto Plazo -, los pagos por concepto de principal e intereses que se realicen a favor de los tenedores de tales valores, mediante su acreditación en cuentas abiertas en las empresas del Sistema Financiero peruano, se encontrarán sujetos al Impuesto a las Transacciones Financieras. Igualmente, resultará aplicable el tributo al posterior débito que realicen tales tenedores de las sumas abonadas en sus cuentas, salvo los casos exceptuados por la Ley N.° 28194. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley N.° 29667, a partir del 1 de abril del 2011 la tasa del impuesto es de 0.005%.

Teniendo en cuenta lo anterior, cada inversionista, en función a su situación particular, deberá consultar con sus asesores tributarios sobre los alcances y consecuencias tributarias que resultan aplicables a su caso y tomar su propia decisión respecto de la suscripción y adquisición de los Bonos.

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Para dichos efectos, se entenderá que los intereses derivan de operaciones realizadas desde o a través de países o territorios de baja o nula imposición, cuando éstos se paguen o acrediten como consecuencia de financiamientos efectuados desde o a través de países o territorios de baja o nula imposición.

# Anexo 04: Reporte de Valores Emitidos Previamente (Prospecto Marco, reemplazar el Anexo 04)

# Anexo 04: Reporte de Valores Emitidos Previamente

A la fecha de inscripción de las Emisiones de los Bonos Corporativos correspondientes al "Primer Programa de Bonos Corporativos de Falabella Perú S.A.A.", el Emisor tiene acciones con derecho a voto representativas del capital social inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores de la Superintendencia de Mercados de Valores y la Primera Emisión Bonos Corporativos. El detalle de los valores inscritos es el siguiente:

Emisor	Valor	Clase	
Falabella Perú S.A.A.	FALABEC1	Acciones de capital	
Falabella Perú S.A.A.	FALAB1BC1A	Bonos Corporativos	
Falabella Perú S.A.A.	FALAB1BC3A	Bonos Corporativos	

### Anexo 07: Descripción del Grupo Económico del Emisor Grupo Económico

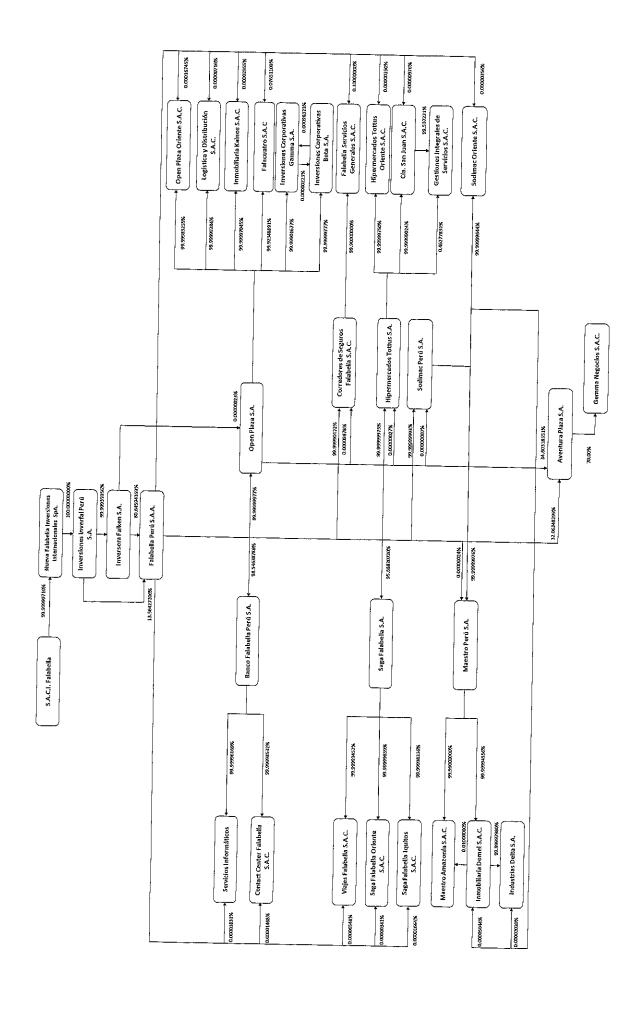
(Prospecto Marco, reemplazar el Anexo 07)

# Anexo 07: Descripción del Grupo Económico del Emisor Grupo Económico

El Emisor es parte del Grupo Económico Falabella, el cual opera en Perú, Argentina, Colombia, Brasil, Uruguay y Chile, en los sectores de Tiendas por Departamentos, Mejoramiento del Hogar, Hipermercados, Inmobiliario y Financiero.

#### Descripción del Emisor

El Emisor es una subsidiaria de Inversora Falken S.A., una empresa constituida en Uruguay, y que, a su vez, forma parte del Grupo Falabella. La actividad principal del Emisor es dedicarse a la participación, directa o indirecta, en forma individual o separada, en el capital de empresas existentes o por crearse y en cualquier forma asociativa que permita la ley. Asimismo, el Emisor podrá dedicarse a la inversión y colocación de capitales y bienes en cualquier de las modalidades permitidas por ley; e igualmente, dedicarse a la inversión y explotación en actividades inmobiliarias y comerciales en todas sus formas.



Se deja constancia que la información del Grupo Económico Falabella ha sido presentada al Registro Público del Mercado de Valores, conforme lo establecido en el Reglamento de Propiedad Indirecta, Vinculación y Grupos Económicos, aprobado mediante Resolución CONASEV Nº 90-2005-EF/94.10. En tal sentido, dicha información se encuentra à disposición de los inversionistas en el Registro Público del Mercado de Valores (<a href="www.smv.gob.pe">www.smv.gob.pe</a>), donde podrá ser revisada, incorporándose por referencia al presente Prospecto Marco, conforme lo dispuesto por el artículo 18 de la Resolución CONASEV No. 141-98-EF/94.10. Asimismo, dicha información también está disponible para su revisión en la Bolsa de Valores de Lima, a través del sistema "Bolsa News" (<a href="www.bvl.com.pe">www.bvl.com.pe</a>).

#### Historia

Los orígenes del Grupo Falabella se remontan a 1889, año en que Salvatore Falabella abrió la primera gran sastrería en Chile, ubicada en la calle Ahumada, Santiago de Chile. Es durante los años 30 que a través de la incorporación de nuevos productos y artículos de moda para la familia, SACI Falabella se transforma en una importante tienda de vestuario. A fines de los años 50, en base al éxito y posicionamiento alcanzado por SACI Falabella en el mercado, se incorporó una gran variedad de productos para el hogar transformándose en una tienda por departamentos.

Como resultado del crecimiento del grupo, en 1980 se implementa el Crédito Multi-Rotativo (CMR) a través de su propia tarjeta de crédito con el objetivo de satisfacer la creciente demanda de crédito de sus clientes y financiar las compras que se realizan en sus tiendas por departamentos.

Continuando con su crecimiento, SACI Falabella ingresa al negocio de los centros comerciales en el año 1990 a través de Malls Plaza, centrando sus objetivos en sectores de alto potencial en crecimiento de ingresos. El Open Plaza La Marina fue el primero Centro Comercial que se inaguró en Perú en el año 2004

En 1993 Falabella inicia su estrategia de internacionalización, incursionando en Argentina y en 1995 en Perú, tras la adquisición de Saga (con 2 locales estratégicamente ubicados).

Durante el año 1997, el grupo ingresa a una nueva área de negocio, al asociarse con The Home Depot, líder mundial en el rubro de mejoramiento del hogar. Es durante este mismo año que amplía su oferta de servicios creando la agencia de viajes, Viajes Falabella, y la Corredora de Seguros Falabella.

En 1998 SACI Falabella compra la licencia del ING Bank en Chile y crea el Banco Falabella y en 1999 compra el 20% de Farmacias Ahumada (FASA) de Chile.

Comenzando con la expansión en el Perú (luego de la adquisición de Saga en el año 1995) se ejecutan las inversiones en la tienda del Jockey Plaza (1997), Lima Centro (1998) y la ampliación y remodelación de la tienda de San Miguel. Asimismo, en el año 2001 se inicia la expansión a provincias a través de la apertura de 3 locales de menor dimensión en las ciudades más importantes del norte del país y durante el año 2002, se inauguró la tienda por departamentos de Arequipa, la primera en provincias, que además incluye 10 tiendas menores, patio de comidas con los principales operadores, 8 salas de cine y un supermercado. Durante el mismo año el grupo ingresa al rubro de los hipermercados, con la apertura de la primera tienda de Hipermercados Tottus en Lima Norte.

Posteriormente, durante el 2003 se inauguró la segunda tienda de Hipermercados Tottus en San Isidro y en el 2004 la tercera tienda en el distrito de San Miguel, junto con la primera tienda de Sodimac. Esto implico el ingreso al mercado peruano en el negocio de mejoramiento del hogar. En mayo del 2005 se inauguró su segunda tienda en Lima Norte.

En Octubre del 2005 se produjo la apertura de las tienda de Saga en Miraflores y en Chiclayo siendo la primera tienda por departamentos de la ciudad.

Continuando con el crecimiento del grupo, en el año 2005, SACI Falabella concreta la compra del 88% de Supermercados San Francisco, alineando de esta manera las áreas de negocio tanto en Perú como en Chile.

Debido al crecimiento de la economía peruana, es durante el ejercicio 2007 que se inició una importante expansión en provincias con las aperturas de las tiendas Saga Falabella de Ica, Cajamarca la segunda tienda en Trujillo, mientras que Tottus y Sodimac iniciaron sus actividades en provincia con su ingreso a las ciudades de Trujillo y Chiclayo, adicionalmente Sodimac inauguró una tienda de formato Constructor en Ica.

Asimismo, durante el ejercicio 2007 se consolidó la sociedad entre Malls Perú, Ripley y Mall Plaza de Chile para crear Aventura Plaza, empresa cuyo fin es desarrollar centros comerciales de gran formato. Así, se inauguró el centro comercial de Trujillo en diciembre 2007 y en diciembre 2008 abrió sus puertas el centro comercial de Bellavista, en el Callao.

Por otro lado, en junio 2007 se obtuvo la autorización por parte de la Superintendencia de Banca y Seguro para convertir Financiera CMR S.A. en Banco Falabella Perú S.A, ampliando de esta manera las posibilidades de negocios financieros para el grupo dentro del país

Asimismo, durante el ejercicio 2008 se caracterizó por un gran crecimiento en ventas y número de tiendas de todos los negocios, así Saga Falabella inauguró en diciembre las tiendas de Bellavista y Atocongo, mientras que Tottus realizó 9 aperturas a lo largo del ejercicio (Saenz Peña, Crillón, La Pólvora, Puente Piedra, Bellavista, Trujillo Los Jardines, Pachacutec, Ica y Canta Callao) consolidando una importante presencia. Por su lado Sodimac también incrementó de manera importante su número de tiendas, al abrir con 5 nuevos locales (Lima Centro, Trujillo Los Jardines, Bellavista, Ica y Canta Callao).

Por el lado de los centros comerciales, Malis Perú inauguró 2 "power center" (Open Plaza Canta Callao en Lima y Open Plaza Trujillo Los Jardines), ambos con Tottus y Sodimac como tiendas ancla. Asimismo realizó una importante ampliación del power center Open Plaza Atocongo, incluyendo una tienda de Saga Falabella un patio de comidas y un importante galería de negocios menores.

Durante el ejercicio 2009 y debido a la crisis mundial que ocurrió durante el año en mención sólo se realizó una apertura, la que correspondió a Sodimac con una tienda en la ciudad de Chincha.

En el 2010 Malls Perú cambia de razón social para llamarse Open Plaza S.A. y frente al buen desempeño de la economía peruana frente a la crisis se realizan la apertura de los Centro Comerciales Open Plaza Piura y Open Plaza Angamos, teniendo ambos como "Tiendas Anclas" a Saga, Tottus y Sodimac en ambas. Asimismo se realizó la apertura de en total tres Saga (Angamos y Piura en Open Plaza y Arequipa Porongoche en Aventura Plaza), la apertura de tres Sodimac (Piura y Angamos Open Plaza y Arequipa Porongoche en Aventura Plaza) y la apertura de siete Tottus (Piura y Angamos Open Plaza, Arequipa Porongoche en Aventura Plaza, La Fontana, Zorritos, Tusilagos y Arequipa Cayma).

Durante el 2013, SACI Falabella entró al mercado brasilero mediante la adquisición del 50.1% en Construdecor, que opera una cadena de 57 tiendas de mejoramiento del hogar mediante la marca Dicico

En septiembre 2014, la sociedad filial Sodimac Perú S.A. adquirió a través de la Bolsa de Valores de Lima el 100% de las acciones representativas del capital social de Maestro Perú S.A. obteniendo el control de la misma. Dicha compañía fue adquirida como parte de la estrategia de desarrollo y crecimiento del Grupo en el Perú, específicamente en el negocio de mejoramiento del hogar. Maestro Perú S.A. cuenta en la actualidad con 30 tiendas ubicadas en Lima y en distintas provincias, y su actividad económica principal es la comercialización de artículos de ferretería y del hogar, bajo el formato de tiendas de mejoramiento del hogar.

En el 2014, se realizaron las aperturas de 9 tiendas Tottus, 2 de las cuales son el nuevo formato de Hiperbodega Precio Uno (San Luis, Miraflores, Ica Centro, Chepén, Puente Pledra, Huánuco, Huaycán, Cajamarca y San Hilarión), y dos tiendas Sodimac (Villa el Salvador y Cajamarca). En el caso de Saga Falabella, se inauguró tres tiendas (Iquitos, Salaverry y Huánuco). Asimismo, se realizó la apertura de 2 centros comerciales en el mes de Diciembre (OP Huánuco y OP Cajamarca). Durante el primer trimestre del 2015, se realizó la apertura de una tienda de Sodimac en Chiclayo.

En el 2015, se inauguró 4 tiendas de Hipermercados Tottus (Molicentro, Huaral, Lima Sur y Huacho), y 2 tiendas de Sodimac (Open Cajamarca y Chiclayo). Por otro lado, Saga Falabella inauguró 5 tiendas (en Open Plaza Huánuco, Centro Cívico, Lima Centro y La Merced). Adicionalmente, se abrió en octubre 2015 la primera tienda de Crate & Barrel dentro del Jockey Plaza. Finalmente, en el último trimestre del 2015 se generó una ampliación de Open Plaza Piura.

En lo que va del primer trimestre 2016, se inauguró Saga Falabella e Hipermercados Tottus en Lima Sur. Además, Tottus abrió otras dos tiendas en Guardia Civil y Chincha Alta.

Con fecha 06 de julio 2016, en Junta General de Accionistas de Aventura Plaza S.A., se acordó la escisión de un bloque patrimonial equivalente al 40% del patrimonio total de la Empresa, el mismo que recibirá como sociedad beneficiaria Ripley Aventura S.A., con lo cual se reducirá el capital social de la Empresa proporcionalmente. Con ello, la participación de Falabella Perú en la Empresa, que mantendrá entre sus activos los centros comerciales Bellavista, Trujillo y Cayma, se incrementará a partir de la entrada en vigencia del acuerdo al 66.7%, correspondiendo el saldo de las acciones a la sociedad de Desarrollos e Inversiones Internacionales S.A., filial de Plaza S.A. <u>Posicionamiento</u>

SACI Falabella se define como una empresa de retail integrado al cubrir un importante porcentaje de las necesidades de compra del consumidor en los principales mercados en que opera. Tiendas por departamento; Mejoramiento del Hogar; Hipermercados; Retail Financiero; Banco; y Área Inmobiliaria.

#### **Fortalezas**

La posición de claro liderazgo que ha logrado conseguir SACI Falabella dentro de la industria de retail en cada uno de los países en que está presente se debe principalmente a las siguientes características, que se convierten en claras fortalezas comerciales frente a la competencia:

- Excelente posición competitiva en sus principales líneas de negocio complementado con una sólida base de clientes y una sana cartera de créditos.
- Gran potencial de expansión en la región donde la penetración de cadenas y competencia es b) menor.
- Positivas proyecciones para el consumo favorecen los distintos negocios del grupo, los cuales se complementan en un portafolio con altas sinergias.
- Excelente posición financiera, solidez y capacidad de generar flujos de caja.
- Equipo humano de primer nivel.
- Cultura altamente focalizada en satisfacer las necesidades de sus clientes.

#### Infraestructura

Superficie de Ventas	Marzo 2015		Marzo 2016		
Chile	Superficie (m´)	Locales	Superficie (m²)	Locales	
Tiendas por Dpto.	307,932	45	310,000	45	
Mejoramiento del Hogar	684,754	83	711,839	85	
Supermercados Perú	182,892	52	195,812	57	
Tiendas por Depto.	155,226	25	172,740	00	
Mejoramiento del Hogar	372,890	57	•	28	
Supermercados	181.561	49	368,258	56	
Colombia	707,001	49	198,959	54	
Tiendas por Depto.	114,025	18	400.00=		
Mejoramiento del Hogar	331,441		128,385	20	
Argentina	55 f, <del>44</del> f	34	341,114	35	
Tiendas por Depto.	57,415	11	57 F44		
Mejoramiento del Hogar	83.736	= =	57,511	11	
Brasil	03,730	8	83,352	8	
Mejoramiento del Hogar Uruguay	120,931	57	141,203	58	
Mejoramiento del Hogar			19,211	2	
Total Tiendas Chile	2,595,852	439	2,728,384	458	
Mall Plaza	1,184,000	15	1.204.000	15	

Mall Plaza Total Inmobiliario	26,000 <b>1,951,000</b>	1 38	26,000 <b>2,009,000</b>	1 <b>40</b>
Aventura Plaza Open Plaza Colombia	274,000 234,000	4 8	276.000 271.000	4 10
Open Plaza <b>Perú</b>	233,000	10	232.000	10

Paises	Cuentas Abiertas (Con Saldo) Diciembre 2014	Cuentas Abiertas (Con Saldo) Diciembre 2015	Cuentas Abiertas (Con
Chile Perú Colombia Argentina <b>Total Tarjeras</b>	2,247,183 1,017,653 803,984 504,244 <b>4,573,064</b>	2,377,164 1,057,033 934,648 518,875	Saldo) Marzo 2016 2,357,932 1,027,854 915,148 517,948
Activas		4,887,720	4,818,882

# Información Financiera

SACI Falabella obtuvo un upgrade a BBB+ por Standard & Poor's en Mayo 2014 para las emisiones de deuda internacionales. Asimismo Feller Rate Clasificadora de Riesgo como Fitch Chile han otorgado la clasificación AA a las emisiones de deuda locales de SACI Falabella. Asimismo, la clasificación de sus títulos accionarios es de Primera Clase Nivel 1.

Durante el primer trimestre de 2016, los ingresos consolidados ascendieron a MMUS\$ 3.066, lo que representa un crecimiento de 4,9% con respecto al mismo periodo del año pasado. Los mayores ingresos se explican, principalmente, por Falabella y Sodimac en Chile, que alcanzaron SSS de 13,1% y 5,9%, respectivamente; por Plaza, que logró un alza de 10,7% en los ingresos; por el negocio bancario y CMR Chile, que reportaron un crecimiento de ingresos de 17,6% y 13,5%, respectivamente; y por un 5,2% de incremento en la superficie de venta a nivel regional. Este crecimiento, sin embargo, fue contrarrestado, en parte, por el impacto que tuvo la depreciación de las monedas de Argentina, Colombia, Brasil y Perú contra el peso Chileno.

# SACI Falabella: Resultados consolidados al 31 de marzo 2016

# Consolidado en millones de US\$

	1015	% Ing.	1016	% Ing.	Vai %
Ingresos de Negocios no Bancarios	2,714		2,821		4.00
Ingresos de Negocios Bancarios	208		245		4.0%
Total Ingresos	2.922	100.0%	3,066	100.00	17.6%
Costo de Ventas no Bancarios	(1,826)	-67.3%		100.0%	4.9%
Costo de Ventas Bancarios	(81)	-38.9%	(1,888)	-66.9%	3.4%
Ganancia Bruta	1,015		(111)	-45.1%	36.6%
GAV		34.7%	1,067	34.8%	5.2%
Resultado Operacional	(739)	-25.3%	(779)	-25.4%	5.5%
······································	276	9.5%	288	9.4%	4.2%
Depreciación + Amortización	87	3.0%	91	3.0%	4.7%
EBITDA	364	12.4%	380	12.4%	4.3%
Otras Ganancias (Pérdidas)	(7)		2		-126.0%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(42)		(85)		102.0%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	10		9		
Diferencias de Cambio	(14)		0		-16.0%
Resultado No Operacional	(53)	-1.8%	•		-100.2%
Resultado Antes de Impuestos	224		(74)	-2.4%	41.4%
impuesto a la Renta		7.7%	214	7.0%	-4.5%
Interés Minoritario	(53)		(43)		-18.0%
	(13)		(15)		15.1%
Ganancia / (Pérdida) Neta	158	5.4%	155	5.1%	-1.7%