











#NEWSFALABELLA

En esta edición podrás informarte de:

-  Resultados 4Q23 >
-  Comentarios de nuestro Gerente General (I) >
-  Cambios Organizacionales >
-  Evolución de nuestra plataforma de e-commerce >
-  Proyecto Maestrizo >
-  #LoúltimoPrimeroenFalabella >
-  Trabajando en nuestro compromiso ESG con la comunidad >
-  Especial Resultados Merco Perú >
-  Mejoramos la experiencia de los clientes disminuyendo los reclamos en la región >
-  Cuidamos el futuro de los afectados por incendios en Chile >
- ¡Avances en sostenibilidad! >



35 millones
Clientes en la región

US\$ 3.559 MM
Ingresos

US\$ 333 MM
EBITDA (+9,4%)

US\$ 80 MM
Utilidad neta (9,2% a/a)

8%
Disminución de gastos a/a



Abrimos +312 mil tarjetas de crédito y +388 mil cuentas transaccionales en la región.



Abrimos una nueva tienda de 4.321 m2 en Iquitos, Perú.



Cerramos el año con una ocupación de 95,8% a nivel regional, la más alta de los últimos 4 años.

Clientes al centro de nuestra propuesta de valor



El Círculo de Especialistas (programa de beneficios para segmento profesional) alcanzó 1,9MM clientes.



Redujimos en 3pp la proporción de ventas non-food en Chile (foco hacia categorías de mayor rentabilidad y rotación).



+45% de entregas realizadas por Click & Collect y alcanzamos +20 mil Sellers con ventas +7% a/a

“ En el cuarto trimestre de 2023 tuvimos mejores resultados gracias a la solidez de nuestro plan estratégico, cuyo principal foco es el cliente, y que nos ha permitido mejorar significativamente los márgenes, cumplir nuestro plan de eficiencias y ser selectivos en nuestras inversiones, a pesar del entorno de consumo desafiante. ”



Alejandro González, Gerente General (I)
Falabella S.A.

Comentarios de nuestro Gerente General (i)

- En el último trimestre generamos un **incremento en EBITDA de 30%** en comparación al año anterior (a/a) y logramos **multiplicar la utilidad en 9,2 veces**, todo esto en un entorno de consumo desafiante con caídas de 6% en los ingresos a/a. Estos positivos resultados se explican por una correcta implementación del plan estratégico con foco en el cliente, lo que nos permitió reducir significativamente el nivel de inventarios, incrementar los márgenes y contener los niveles de riesgo en el negocio financiero, y todo esto con un estricto cumplimiento de nuestro plan de eficiencias.
- El **nivel de endeudamiento**, medido como deuda financiera neta sobre EBITDA no bancario, **lo redujimos a 6,5x** (vs el peak de 8,6x en 2Q23), gracias al importante incremento en EBITDA y a nuestra mejorada **posición de caja, la que alcanzó los US\$1.229 MM** (+73% vs 4Q22), que permitió bajar la deuda financiera neta en 12% a/a.
- **Para el 2024 nuestro plan de inversiones alcanza US\$508 MM**, que incorpora la expansión selectiva de los formatos de retail (10 tiendas nuevas), profundiza la experiencia y oferta de valor omnicanal, y mejora nuestra propuesta de valor en los malls como centros urbanos.

ALEJANDRO GONZÁLEZ DALE

Gerente General (I) Falabella

- En el negocio bancario seguimos potenciando la experiencia digital y creciendo en apertura de cuentas y tarjetas de crédito, **alcanzando 700 mil aperturas durante el trimestre.**
- En el e-commerce, contamos con +20 mil sellers con ventas en la región, que representan el 28% del total GMV (valor de los productos en el e-commerce). La **venta de sellers en Chile, Perú y Colombia crece 15% a/a**, con un Click & Collect que en último trimestre supera el 45% de las órdenes despachadas.
- **Falabella alcanzó su mejor puntaje en el Dow Jones Sustainability Index**, situándonos en el top 5 de la categoría Retailing a nivel global.
- Este positivo último trimestre nos deja en un buen pie para enfrentar el 2024 que, si bien anticipamos será desafiante, estamos convencidos que nuestro plan estratégico enfocado en el cliente, apalancado en nuestras potentes marcas, nuestra red de tiendas y en las capacidades ya construidas del ecosistema, nos permitirá recuperar de manera importante la rentabilidad de Falabella.

CAMBIOS ORGANIZACIONALES

Se conforma la nueva Gerencia de Transformación liderada por **Beniot de Greve**, como Chief Transformation Officer, quien reportará directamente al Gerente General Falabella.

Esta nueva Gerencia tiene como objetivo conducir y liderar los procesos de evolución del Grupo, necesarios para fortalecer nuestra estrategia de Ecosistema y de ella dependerán 3 Gerencias:

- Producto, Customer Experience y Agencia de Marketing Digital, lideradas por Jaime Ramírez.
- Home Delivery, lideradas por Rodrigo Albarrán
- Proyectos de Transformación, liderados por Lucas Landesman



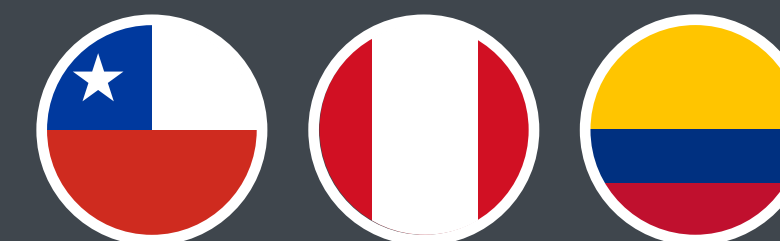


Los equipos de falabella.com y Falabella retail conformarán un solo equipo de ecommerce liderados por Francisco Irarrázaval, como Gerente General Corporativo de Falabella Retail, quien reportará al Gerente General de Falabella. Su equipo de reportes quedará conformado por:

- Sell Out Regional: **Pablo San Martín***
- Sell In Regional: **Andrés Robatel***
- Planning y Logística: **Juan Cristobal López**
- Negocios: **Miguel Arrau**
- Marketing: **Juan Diego Valdés**
- Comercial: **Karim Hodali***
- Personas: **Cristián Carvajal***
- Finanzas: **Ricardo Mebus**

- Gerencia General Falabella Retail Chile: **Tomás Platovsky**
- Gerencia General Falabella Retail Perú: **Alex Zimmermann**
- Gerencia General Falabella Retail Colombia: **Rodrigo Fajardo**

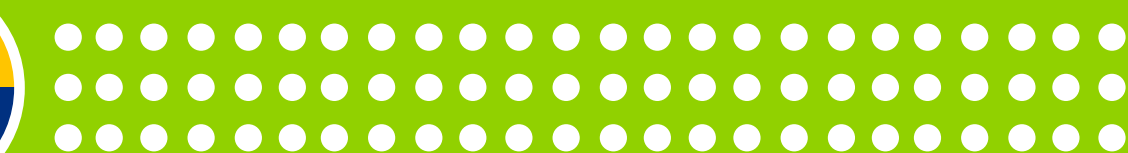
**Personas que a su rol regional suman también un rol local en un país. Información que en detalle entregaremos en los próximos días.*



EVOLUCIÓN DE NUESTRA PLATAFORMA DE E-COMMERCE

La marca **falabella.com** adoptó el color “**verde Falabella**”, manteniendo su tipografía actual, con el fin de avanzar hacia una identidad que unifique y rescate lo mejor, tanto del mundo físico como del mundo digital, para consolidar nuestra propuesta de valor omnicanal hacia nuestros clientes.

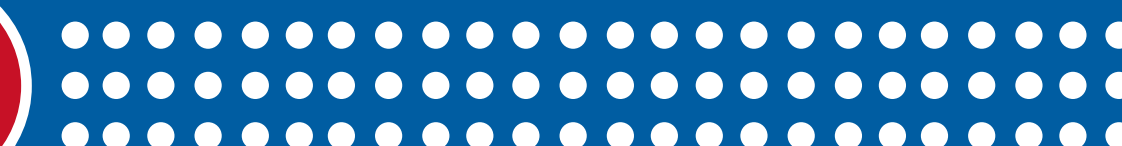
A su vez, seguiremos trabajando junto con los sellers activos que tenemos para ampliar nuestro catálogo y para seguir impulsando las nuevas categorías, asegurando la calidad, con una sólida y única propuesta de valor que nos permita sorprender a nuestros clientes, con los mejores productos y el mejor nivel de servicio para que puedan Simplificar y Disfrutar más la Vida.



PROYECTO MAESTRAZO

El proyecto **Maestrazo**, implementado en **90 tiendas de la región**, busca brindar una atención exclusiva para nuestros clientes PRO (clientes que compran productos para su trabajo), mediante un vendedor en tiendas especializadas, quienes centralizan todos los servicios en un mismo lugar, optimizando los tiempos de atención y cuidando en todo momento la calidad de servicio y cercanía con el cliente.

Para asegurar una atención diferenciadora, ágil y personalizada, el espacio de atención del Maestrazo **cuenta con una caja preferencial asistida y Self Check Out; zonas de promoción CES, work café, zona de acopio de productos terminados y pickeado, entre otros.**



f.

#LoúltimoPrimeroenFalabella

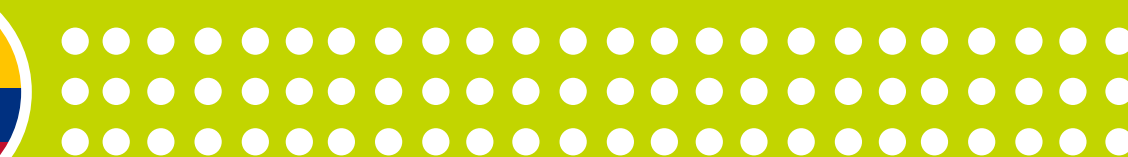
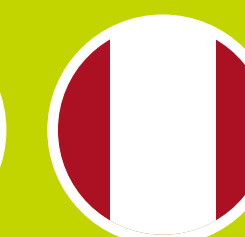
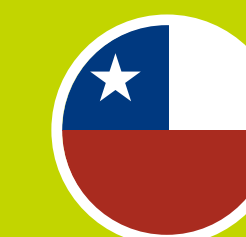
Pensando siempre en nuestros clientes, en Falabella buscamos diferenciarnos con una sólida propuesta para ser los primeros en tener los productos de última tendencia. Si está de moda cierta zapatilla, debemos tenerla en todas sus versiones, primeros. En tecnología debemos llegar con el último modelo de la marca top en ventas, primero.

Este **desafío impulsa a cada persona de nuestro negocio a estar muy atentos y alertas a las últimas tendencias en productos, marcas, tiendas, experiencias, innovación, ecommerce, comunicación**, entre muchos otros, lo que nos motiva a estar actualizándonos continuamente y a ser flexibles frente a los cambios que está teniendo el consumidor. Si antes pensábamos 100% en nuestro cliente, ahora lo hacemos en un 200%.

Por ello, hoy nuestros clientes de Chile, Perú y Colombia ya encuentran lo último en camisas, slimdress y calados, para que puedan disfrutar de la última tendencia en moda, primero, en Falabella.

lo.último
PRIMERO EN FALABELLA

#NewsFalabella



TRABAJANDO EN NUESTRO COMPROMISO ESG CON LA COMUNIDAD

En línea con nuestra estrategia **ESG (ambiental, social y de gobernanza, por sus siglas en inglés)** en Mallplaza buscamos generar conciencia sobre la emergencia climática y el cuidado del medio ambiente. Por ello, en alianza con Corporación Cultiva, expertos en regeneración de bosques nativos y mejoramiento de espacios públicos, hemos realizado tres proyectos comunitarios a través de viveros municipales de producción de especies nativas con fines educativos y de reforestación de espacios en las **comunas de Cerrillos, Puente Alto y La Florida**; y el desarrollo de dos bosques urbanos al interior de nuestros centros urbanos: Mallplaza Oeste y Mallplaza Trébol.



¡Somos parte
de las empresas
más sostenibles
de Perú!



ESPECIAL RESULTADOS MERCOS PERÚ

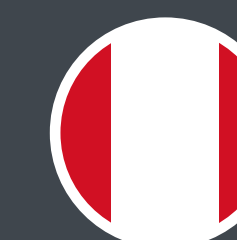
Estamos orgullosos por los resultados obtenidos por el Ranking Merco Perú, el cual **reconoce a las empresas con mejor gestión, tanto ambiental, social y buen gobierno corporativo** (ESG en sus siglas en inglés), en nuestros 3 negocios que se miden por éste:

Sodimac, por segundo año consecutivo, obtuvo el puesto 1 en el sector Retail Especializado, y se posicionó en el puesto 16 del ranking general, ascendiendo 6 posiciones respecto del 2022.

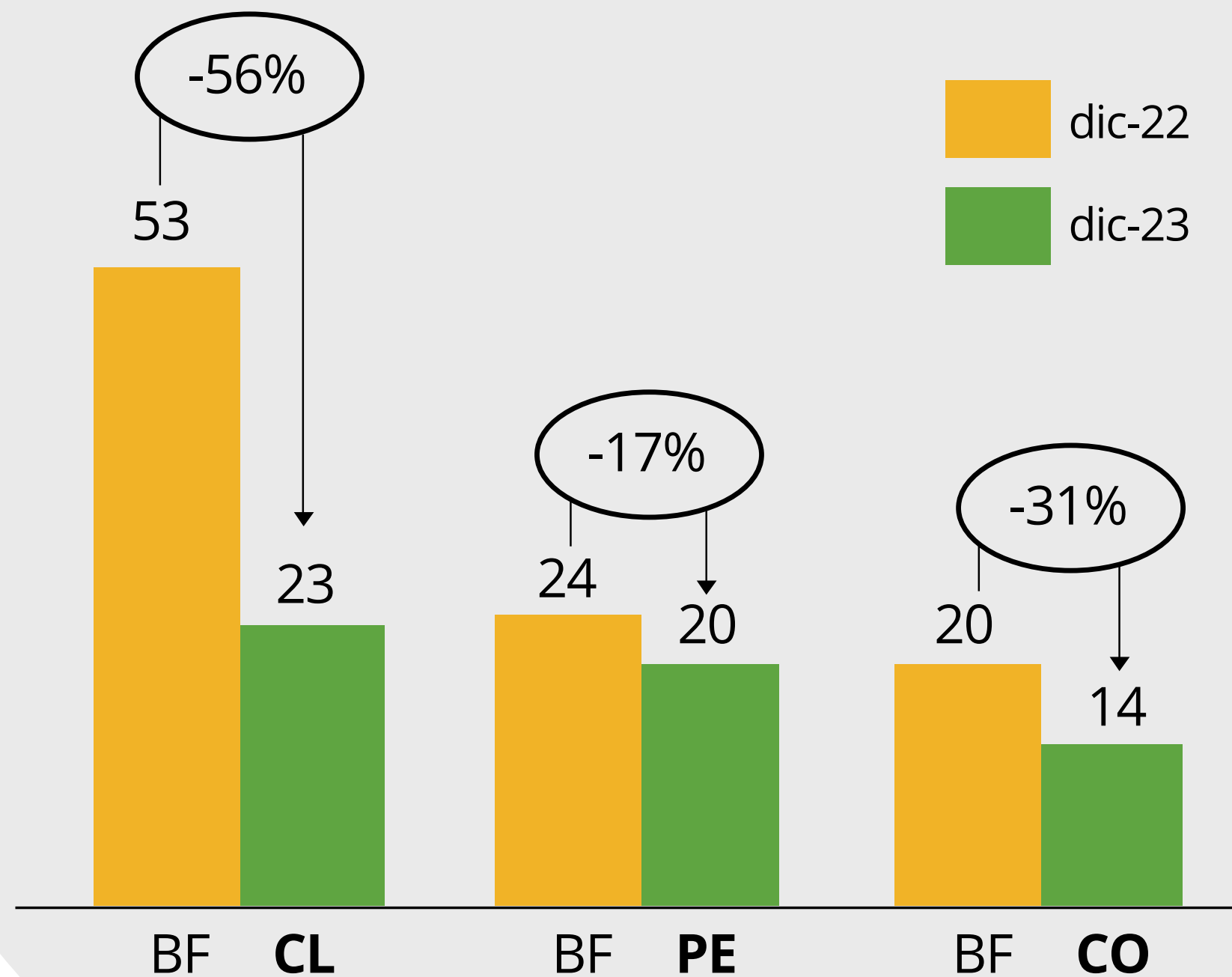
Mientras que en **Tottus** se posicionó en el 2do lugar en el sector de autoservicio y en el puesto 52 del Ranking General Merco Responsabilidad ESG.

Por su parte, **SAGA Falabella** se mantuvo en el puesto 38 respecto de 2022 y logró posicionarse en 2do lugar en las empresas de retail especializado.

Un reconocimiento que reafirma el compromiso de cuidar el futuro de nuestros colaboradores/as, la sociedad y el medio ambiente, gracias al trabajo colaborativo de todos los equipos que conforman la compañía, y de nuestro firme compromiso con el desarrollo sostenible.



RECLAMOS / 10K CLIENTES



MEJORAMOS LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES DISMINUYENDO LOS RECLAMOS EN LA REGIÓN

El 2023, en Banco Falabella, tuvimos grandes logros a nivel regional en cuanto al número de reclamos recibidos, en comparación al año anterior.

En Chile: Obtuvo el mejor resultado disminuyendo a más de la mitad los reclamos. Esto se debió a que entregamos herramientas y mayores atribuciones a los ejecutivos lo que aumentó la resolución en un primer contacto, pasando de +19 mil en 2022 a +8mil en 2023.

En Perú: Se trabajó en la corrección de incidencias y en la revisión de la gestión de reclamos, capacitación y herramientas para los canales. Esto generó mejor asesoría y resolución al cliente en la punta, mejorando el modelo de incidencias interno.

En Colombia: Se automatizaron los procesos para reducir las incidencias, fortaleciendo la contención para reclamos de fraude e implementando modelos de atención en línea.

¡Seguimos trabajando para entregar una experiencia única a todos nuestros clientes!

CUIDAMOS EL FUTURO DE LOS AFECTADOS POR INCENDIOS EN CHILE

En el marco de la catástrofe generada en la región de Valparaíso en Chile, a raíz de los incendios, **Falabella implementó una serie de medidas para ir en apoyo de los colaboradores internos y comunidades afectadas.** Se realizaron donaciones inmediatas de kits de aseo, remoción de escombros y alimentos, apoyo psicológico, se congelaron precios de productos en Sodimac y Tottus, y se otorgó flexibilidad de pagos a clientes directamente afectados en Banco Falabella. Además, se dispusieron centros comerciales y tiendas como puntos de acopio, donde colaboradores apoyaron como voluntarios en la recolección y, en el evento **#JuntosChileSeLevanta** de Anatel, se realizó una donación de dinero y productos por \$500 millones como Grupo Falabella.



¡Gracias a todos quienes hicieron posible esta ayuda a todas las familias afectadas!

¡AVANCES EN SOSTENIBILIDAD!

Falabella avanzó **seis posiciones** – de F a B – en la **evaluación de Cambio Climático de carbón Disclosure Project (CDP)**, uno de los marcos de divulgación más completos y exigentes en gestión ambiental a nivel mundial.

Asimismo, por **séptimo año consecutivo**, Falabella fue **incorporada en el Sustainability Yearbook 2024** y, por primera vez, reconocida en el top 10% de las empresas más sostenibles a nivel global. Esta publicación destaca el desempeño ESG de las compañías, en base a la evaluación de S&P y los resultados de Dow Jones Sustainability Index.

