



# 2010

MEMORIA ANUAL

*f*....

02	PRESENCIA REGIONAL
04	INDICADORES DE INTERÉS
06	HITOS 2010
08	HISTORIA
10	CARTA DEL PRESIDENTE
12	DIRECTORIO Y ADMINISTRACIÓN
14	S.A.C.I. FALABELLA
20	ÁREAS DE NEGOCIOS
38	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
42	INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD
52	ESTADOS FINANCIEROS
62	EMPRESAS FILIALES Y COLIGADAS



# 2010

ÍNDICE



*f*....

# chile



49 TIENDAS POR DEPARTAMENTO  
67 TIENDAS MEJORAMIENTO DEL HOGAR  
31 SUPERMERCADOS  
11 MALLS  
4 POWER CENTERS RENTAS FALABELLA  
2 SHOPPING CENTERS RENTAS FALABELLA  
2,2 MILLONES DE CUENTAS CMR ACTIVAS  
+48.000 EMPLEADOS  
6.593 USD MILLONES DE INGRESOS DE EXPLOTACIÓN  
3.458 USD MILLONES DE COLOCACIONES BRUTAS

# perú



17 TIENDAS POR DEPARTAMENTO  
16 TIENDAS MEJORAMIENTO DEL HOGAR  
24 SUPERMERCADOS  
3 MALLS  
4 POWER CENTERS OPEN PLAZA  
3 SHOPPING CENTERS OPEN PLAZA  
1 MILLÓN DE CUENTAS CMR ACTIVAS  
+19.000 EMPLEADOS  
1.773 USD MILLONES DE INGRESOS DE EXPLOTACIÓN  
512 USD MILLONES DE COLOCACIONES BRUTAS

# 2010

PRESENCIA REGIONAL

# argentina



11 TIENDAS POR DEPARTAMENTO  
6 TIENDAS MEJORAMIENTO DEL HOGAR  
591.000 CUENTAS CMR ACTIVAS  
+5.000 EMPLEADOS  
661 USD MILLONES INGRESOS DE EXPLOTACIÓN  
188 USD MILLONES COLOCACIONES BRUTAS

# colombia\*



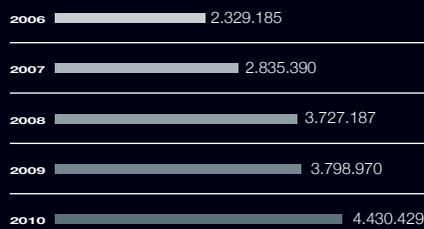
11 TIENDAS POR DEPARTAMENTO  
20 TIENDAS MEJORAMIENTO DEL HOGAR  
715.000 CUENTAS CMR ACTIVAS  
+8.000 EMPLEADOS  
1.361 USD MILLONES INGRESOS DE EXPLOTACIÓN  
272 USD MILLONES COLOCACIONES BRUTAS

\* COLOMBIA INCLUYE VENTAS SODIMAC



### ingresos

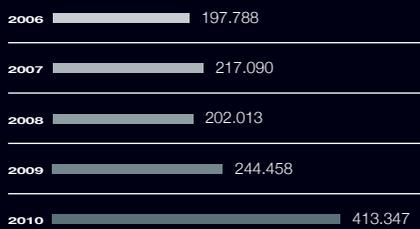
NOMINAL EN MILLONES \$



DATOS DE 2006 A 2008 SE PRESENTAN EN CHGAAP Y 2009 Y 2010 EN IFRS

### utilidad neta

NOMINAL EN MILLONES \$



DATOS DE 2006 A 2008 SE PRESENTAN EN CHGAAP Y 2009 Y 2010 EN IFRS

### colocaciones brutas consolidadas

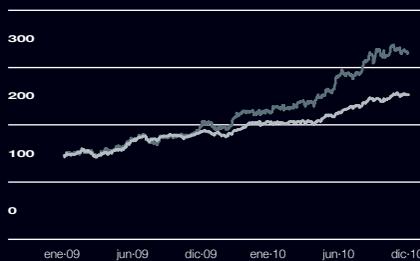
MMU\$S



COLOCACIONES EN MONEDA LOCAL A TIPO DE CAMBIO DICIEMBRE 2010

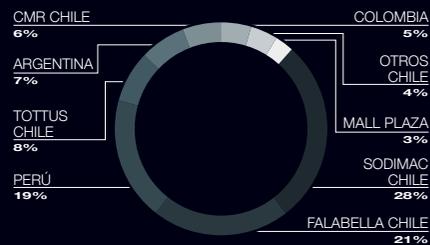
### falabella v/s IPSA

MILES DE PESOS DE DICIEMBRE 2010



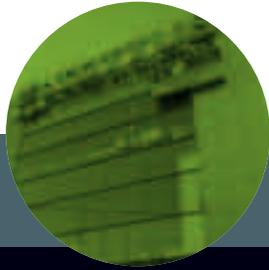
### composición de ingresos

DICIEMBRE 2010



# 2010

## INDICADORES DE INTERÉS



## superficies de venta

DICIEMBRE 2010

	m2	LOCALES
<b>CHILE</b>		
tiendas por departamento	234.984	36
expos falabella retail	5.444	4
mejoramiento del hogar	553.183	67
supermercados	111.910	31
<b>PERÚ</b>		
tiendas por departamento	111.078	17
mejoramiento del hogar	123.805	16
hipermercados	107.597	24
<b>ARGENTINA</b>		
tiendas por departamento	66.337	11
mejoramiento del hogar	65.185	6
<b>COLOMBIA</b>		
tiendas por departamento	73.530	11
mejoramiento del hogar	202.475	20
<b>TOTAL TIENDAS</b>	<b>1.655.528</b>	<b>243</b>
<b>INMOBILIARIO</b>		
mall plaza	854.962	11
sociedad de rentas falabella	134.076	6
aventura plaza	165.888	3
open plaza	191.378	7
<b>TOTAL INMOBILIARIO</b>	<b>1.346.303</b>	<b>27</b>

## estados de resultados

EN MILLONES DE PESOS

	2009	%INGRESOS	2010	%INGRESOS	VAR 10/09
Ingresos de Negocios no bancarios	3.575.153		4.179.424		16,9%
Ingresos por Servicios bancarios	223.817		251.005		12,1%
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>3.798.970</b>		<b>4.430.429</b>		<b>16,6%</b>
Costo de ventas no bancarios	(2.383.579)	-67%	(2.725.727)	-65%	14,4%
Costo de ventas bancarios	(99.299)	-44%	(91.938)	-37%	-7,4%
<b>GANANCIA BRUTA</b>	<b>1.316.092</b>	<b>34,6%</b>	<b>1.612.764</b>	<b>36,4%</b>	<b>22,5%</b>
Gasto de Administración y ventas	(901.061)	-23,7%	(1.017.822)	-23,0%	13,0%
<b>RESULTADO OPERACIONAL</b>	<b>415.031</b>	<b>10,9%</b>	<b>594.942</b>	<b>13,4%</b>	<b>43,3%</b>
Otras ganancias (pérdidas)	6.546		21.460		227,8%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(114.140)		(61.627)		-46,0%
Ganancia / (pérdida en asociadas)	7.583		14.620		92,8%
Diferencias de cambio	12.188		1.019		-91,6%
Resultado por unidades de reajuste	21.506		(23.653)		
<b>RESULTADO NO OPERACIONAL</b>	<b>(66.318)</b>	<b>-1,7%</b>	<b>(48.181)</b>	<b>-1,1%</b>	<b>-27,3%</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>348.713</b>	<b>9,2%</b>	<b>546.761</b>	<b>12,3%</b>	<b>56,8%</b>
Impuesto a la renta	(72.307)		(93.482)		29,3%
Interés minoritario	(31.949)		(39.931)		25,0%
<b>GANANCIA / (PÉRDIDA) NETA</b>	<b>244.458</b>	<b>6,4%</b>	<b>413.347</b>	<b>9,3%</b>	<b>69,1%</b>



883 ...

US\$ MILLONES DE UTILIDAD  
CONSOLIDADA

+27 ...

NUEVAS TIENDAS EN LA REGIÓN

+35,8% ...

EBITDA EN COMPARACIÓN A 2009

+24,5% ...

COLOCACIONES CONSOLIDADAS,  
ALCANZANDO LOS US\$ 4.429  
MILLONES AL CIERRE DE 2010

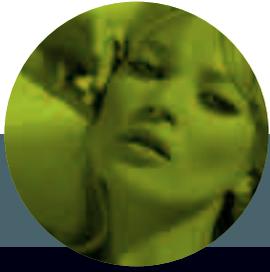
9.467 ...

US\$ MILLONES EN INGRESOS  
DE EXPLOTACIÓN

+80.000 ...

COLABORADORES EN LA REGIÓN

2010  
HITOS DEL AÑO



1<sup>o</sup> .....

LUGAR EN GREAT PLACE TO WORK  
OBTENIDO POR SODIMAC EN PERÚ

.....

FALABELLA ES ELEGIDA COMO LA  
EMPRESA MEJOR ADMINISTRADA DE  
CHILE SEGÚN LA REVISTA EUROMONEY  
POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO

+3 .....

NUEVOS CENTROS COMERCIALES  
EN PERÚ

.....

SODIMAC OBTIENE LA MÁXIMA  
CALIFICACIÓN EN SU REPORTE DE  
SOSTENIBILIDAD SEGÚN GLOBAL  
REPORTING INITIATIVE.

CMR .....

LANZAMIENTO DE CMR VISA  
EN CHILE Y PERÚ

.....

FALABELLA, SODIMAC Y MALL PLAZA  
ENTRE LAS 11 EMPRESAS MÁS  
SOCIALMENTE RESPONSABLES DE CHILE  
SEGÚN PROHUMANA Y REVISTA QUE PASA

f.....

1889

Salvatore Falabella abre la primera sastrería del país

1937

Alberto Solari se une a la Compañía

1958

Falabella se transforma en una tienda por departamentos

1980

Falabella implementa CMR, su propia tarjeta de crédito. Apertura tienda Falabella Parque Arauco

1990

Falabella ingresa al negocio de centros comerciales, con un 50% de participación en Mall Plaza

2001

Compra del 100% de Home Depot Chile, convirtiéndose en Home Store

2002

Ingreso a la industria de hipermercados con el primer Tottus en Perú

2003

Falabella se fusiona con Sodimac

2005

Falabella adquiere el 88% de la cadena de supermercados San Francisco

2006

Tiendas Falabella y Retail Financiero ingresan a Colombia



# 2010

HISTORIA

1993

Apertura primera tienda Falabella Argentina, en Mendoza

1995

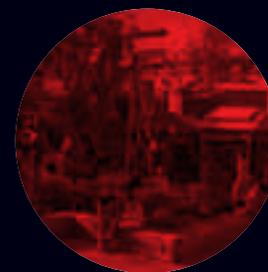
Falabella entra a Perú con la compra de Saga Falabella. Falabella abre su propiedad a la bolsa

1997

Creación de Viajes y Seguros Falabella. Asociación con Home Depot Chile

1998

Creación de Banco Falabella. Inauguración de 1ª tienda Falabella en Buenos Aires. Adquisición del 20% de Farmacias Ahumada



2007

Lanzamiento de Banco Falabella y Aventura Plaza en Perú. Adquisición del 60% de Imperial

2008

Sodimac ingresa a Argentina. Falabella toma control de tiendas Casa Estrella en Colombia

2009

Adquisición de Mall Calama

2010

CMR Colombia obtiene autorización para iniciar el negocio bancario. Falabella vende su participación en Farmacias Ahumada a Casa SABA

f....

# 2010

## CARTA DEL PRESIDENTE



### ESTIMADOS ACCIONISTAS

Es motivo de orgullo para mí, en un año en que los resultados de Falabella han sido especialmente positivos en los cuatro países en que tenemos presencia, dirigirme a ustedes, con la responsabilidad de reemplazar a Reinaldo Solari Magnasco, en mi calidad de Presidente Subrogante de S.A.C.I. Falabella.

Debido a la decisión tomada por Reinaldo Solari de dejar la Presidencia del Directorio, en diciembre de 2010, este mismo directorio me encomendó la misión de asumir la presidencia en su reemplazo, hasta que la junta ordinaria de accionistas designe al nuevo titular. Sin embargo, debo enfatizar que esta cuenta que rindo ante ustedes se refiere al ejercicio 2010 de S.A.C.I. Falabella, año en que Reinaldo Solari ejerció la presidencia de nuestra compañía.

Durante veintiséis años conformamos con Reinaldo un equipo de trabajo, que fue capaz de llevar a Falabella, a ser uno de los líderes de la industria de venta al detalle en Latinoamérica, con presencia en Chile, Perú, Argentina y Colombia.

Ha sido más de un cuarto de siglo, en que en conjunto con ejecutivos y colaboradores, trabajamos responsablemente para hacer crecer a Falabella. Todo este esfuerzo, hoy entrega sus frutos, incluso más allá de las fronteras de nuestro país.

Por esta razón, quiero agradecer muy sinceramente a Reinaldo por todo lo que entregó a la compañía y por la forma como a través de sus principios y valores, aportó a crear lo que hoy llamamos "la Cultura Falabella". No tengo más que desearle lo mejor en los nuevos proyectos que hoy emprende. Debo mencionar también, que estoy seguro del aporte que significará Carlo Solari al integrarse a nuestro directorio, representando los mismos valores que caracterizaron a Reinaldo durante los años que formó parte de Falabella.

Debo agradecer además, a los miembros del directorio de S.A.C.I. Falabella y de todas las empresas del grupo, por el apoyo que nos han brindado permanentemente y también por su contribución durante todos estos años.

Es importante destacar nuestra constante preocupación por las comunidades en la que estamos insertos. Un ejemplo de ello es el exitoso desarrollo -por más de 40 años- del Programa Haciendo Escuela, iniciativa que a la fecha colabora con 67 establecimientos educacionales, apoyando a miles de estudiantes en toda la región.

Asimismo, con el objetivo de seguir brindando el mejor servicio a nuestros clientes y mejorar su calidad de vida, estamos convencidos de que necesitamos contar con un buen clima laboral para nuestros colaboradores. Prueba de esta preocupación, es que año tras año avanzamos en el ranking de Great Place to Work, lo que refleja con fidelidad la importancia que tiene este tema dentro de nuestra compañía. Puedo recalcar con orgullo, que varias de las empresas del grupo en los distintos países, forman parte de este importante Ranking que determina las mejores empresas para trabajar.

Gracias a este positivo ambiente que existe dentro de nuestras empresas, hemos logrado formar y mantener un equipo humano de categoría que ha sido capaz de demostrar su excelencia e integridad cuando hemos debido enfrentar situaciones adversas. Estamos conscientes del rol que cumplimos como formadores, y por otro lado estamos convencidos de la importancia que tendrán nuestros actuales colaboradores y profesionales en el Falabella del futuro. Por esto, es que le damos mucha importancia al desarrollo del capital humano, invirtiendo permanentemente en la capacitación de nuestros trabajadores.

El 2010 fue un año en que Chile se vio conmovido por uno de los mayores terremotos de la historia, que causó destrucción en gran parte de nuestro territorio. No obstante, el país tuvo la capacidad de sobreponerse y continuar progresando, como lo hicieron también los demás países en que estamos presentes que, sin haber sufrido los embates de la naturaleza, se recuperaban luego de la crisis económica que afectó la actividad en los años previos.

La recuperación de la confianza de los consumidores hizo posible observar un gran dinamismo en los niveles de consumo en toda la región. Esta situación nos permitió avanzar en la consolidación de dos de los negocios más recientes de la compañía, como son el de Tiendas por Departamento en Colombia y el de mejoramiento del Hogar en Argentina.

Los buenos resultados alcanzados el 2010, creo sinceramente que son reflejo del excelente trabajo que han llevado a cabo durante los últimos años todas las empresas y personas que conforman el grupo. La situación observada en la región durante este año que pasó, nos permitió retomar el crecimiento abriendo 27 tiendas y 3 centros comerciales, considerando todos los países y formatos donde tenemos presencia hoy.

Hablando a nivel consolidado, los ingresos de explotación crecieron en 16,6% alcanzando los 9.467 millones de dólares. Se incrementaron también los niveles de eficiencia, lo que se tradujo en mejores resultados. La utilidad consolidada del año alcanzó los 883 millones

de dólares, aumentando en 69,1% con respecto a la obtenida durante el año 2009. Cabe mencionar que parte de la utilidad consolidada corresponde a la utilidad extraordinaria obtenida por la venta de la participación que mantenía Falabella en Farmacias Ahumada S.A. El aporte de esta operación a la utilidad consolidada fue de 71,1 millones de dólares, antes de impuestos.

Debemos afrontar los desafíos que trae consigo el futuro. Por esto, hemos anunciado un ambicioso plan quinquenal de crecimiento orgánico, por más de 3.500 millones de dólares, que contempla un total de 215 nuevas tiendas y 16 nuevos centros comerciales.

Contamos con una sólida posición financiera y de liderazgo en la región para poder capturar las oportunidades que ésta nos ofrece. Debemos continuar siendo una empresa moderna que se proyecta al mañana, que ha sido capaz de explorar otros mercados, llevando exitosamente su modelo de negocios a otros países, todo esto gracias a un trabajo profesional, serio y enfocado siempre en los consumidores, poniendo especial énfasis en sus clientes.

Nuestra compañía tiene hoy 121 años de historia, sin duda somos una de las empresas con mayor historia en esta industria, y por qué no decirlo, una historia que ha estado llena de logros. Pero la historia no es más que eso, y hoy tenemos el gran desafío de ser capaces de continuarla de la misma forma como se ha escrito hasta hoy: exitosamente.

Debemos continuar trabajando incesantemente para crecer, aprovechando las favorables condiciones económicas que se presentan en nuestra región. Hay que seguir trabajando con creatividad, profesionalismo, incorporando las más modernas tecnologías, como tradicionalmente lo hemos hecho, siempre enfocados en el cliente, para conocerlo cada día más y ser capaces de brindarle un servicio que supere sus expectativas. Muy importante, insisto, es continuar con nuestro aporte a las comunidades en las cuales estamos insertos, fieles a nuestros valores y principios.

Para concluir, quiero agradecer la confianza y el apoyo de nuestros accionistas, la dedicación y el profesionalismo de los colaboradores que componen hoy el grupo Falabella, y de manera muy especial a nuestros clientes que nos apoyan y motivan día a día con su preferencia.

Afectuosamente,

**JUAN CÚNEO SOLARI**  
**PRESIDENTE (S) S.A.C.I. FALABELLA**



## DIRECTORIO

<b>PRESIDENTE</b>	Sr. Juan Cúneo Solari	Ingeniero Comercial
<b>DIRECTORIO</b>	Sr. José Luis del Río Goudie	Ingeniero Civil
	Sr. Carlos Heller Solari	Empresario
	Sr. Juan Carlos Cortés Solari	Ingeniero Comercial
	Sra. María Cecilia Karlezi Solari	Empresaria
	Sr. Sergio Cardone Solari	Ingeniero Comercial
	Sr. Hernán Büchi Buc	Ingeniero Civil
	Sr. José Pablo Arellano Marín	Ingeniero Comercial
	Sr. Carlo Solari Donaggio <sup>(*)</sup>	Ingeniero Civil
<b>COMITÉ DE DIRECTORES</b>	Sr. Sergio Cardone Solari	Ingeniero Comercial
	Sr. Hernán Büchi Buc	Ingeniero Civil
	Sr. José Pablo Arellano Marín	Ingeniero Comercial

<sup>(\*)</sup> Carlo Solari ingresa en reemplazo de Reinaldo Solari (en la foto) quien presidió el directorio hasta el 31 de Diciembre de 2010\*

# 2010

## DIRECTORIO Y ADMINISTRACIÓN

## ADMINISTRACIÓN

GERENTE GENERAL CORPORATIVO	Juan Benavides Feliú	Ingeniero Comercial
COUNTRY MANAGER PERÚ	Gonzalo Somoza García	Ingeniero Civil
COUNTRY MANAGER ARGENTINA	Juan Luis Mingo Salazar	Ingeniero Civil
COUNTRY MANAGER COLOMBIA	Rodrigo Fajardo Zilleruelo	Ingeniero Comercial
GERENTE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO CORPORATIVO	Jordi Gaju Nicolau	Ingeniero Comercial
GERENTE FINANZAS CORPORATIVO	Alejandro Gonzalez Dale	Ingeniero Comercial
GERENTE CONTRALOR CORPORATIVO	Fernando Battle Moraga	Ingeniero Civil
GERENTE GENERAL TI CORPORATIVO	Pablo Meza Martínez	Ingeniero Civil
GERENTE DESARROLLO DE PERSONAS	María Eugenia Errázuriz O.	Sicóloga
GERENTE GENERAL CORPORATIVO TIENDAS POR DEPARTAMENTO	Juan Pablo Montero Schepeler	Ingeniero Civil
GERENTE GENERAL TIENDAS POR DEPARTAMENTO CHILE	Agustín Solari Álvarez	Ingeniero Comercial
GERENTE GENERAL SAGA FALABELLA PERÚ	Juan Xavier Roca Mendenhall	Economista
GERENTE GENERAL CORPORATIVO SODIMAC	Sandro Solari Donaggio	Ingeniero Civil
GERENTE GENERAL SODIMAC CHILE	Eduardo Mizón Friedemann	Ingeniero Civil
GERENTE GENERAL SODIMAC PERÚ	Emilio Van Oordt Martínez	Economista
GERENTE GENERAL SODIMAC ARGENTINA	Enrique Gundermann Wylie	Ingeniero Civil
GERENTE GENERAL SODIMAC COLOMBIA	Carlos Enrique Moreno	Ingeniero Civil
GERENTE GENERAL CORPORATIVO SUPERMERCADOS	Cristóbal Irarrázabal Philippi	Ingeniero Civil
GERENTE GENERAL TOTTUS CHILE	Marcelo Fernandino Pagueguy	Ingeniero Civil
GERENTE GENERAL TOTTUS PERÚ	Juan Fernando Correa Malachowski	Ingeniero Industrial
GERENTE GENERAL CORPORATIVO RETAIL FINANCIERO	Gastón Bottazzini	Economista
GERENTE GENERAL CMR CHILE	Claudio Cisternas Duque	Ingeniero Comercial
GERENTE GENERAL BANCO FALABELLA	Alejandro Cuevas Merino	Ingeniero Comercial
GERENTE GENERAL BANCO FALABELLA PERÚ	Bruno Funcke Cibiani	Administrador De Empresas
GERENTE GENERAL CMR ARGENTINA	Ricardo Zimmerman Heller	Licenciado En Adm. De Empresas
GERENTE GENERAL CMR COLOMBIA	Jorge Villarroel Barrera	Ing. En Computación E Informática
GERENTE GENERAL FALABELLA PRO	Alejandro Arze Safian	Ingeniero Comercial
GERENTE GENERAL VIAJES FALABELLA	Isabella Dallago Muñoz	Ingeniero Civil
GERENTE GENERAL SOCIEDAD DE RENTAS FALABELLA	Ricardo Hepp De Los Ríos	Ingeniero Comercial
VICEPRESIDENTE EJECUTIVO MALL PLAZA	Fernando De Peña Iver	Ingeniero Civil



*f*....



2010

S.A.C.I. FALABELLA



# 2010

S.A.C.I. FALABELLA



Veníamos saliendo de una crisis, levantando la proa. A partir del último trimestre del 2009 ya se veía bastante claro un camino que se iba despejando. En eso, llegó el terremoto de Febrero con una magnitud insospechada y un impacto devastador. Los primeros instantes fueron muy críticos, al saber que estaba afectado el país completo, pero quiero destacar lo que más me impresionó: la reacción de todo el personal, que acudió rápidamente a las tiendas, a levantarlas y ponerlas en su lugar. Para ayudar a los damnificados, iniciamos la campaña uno más uno, que consistía en que, por cada canasta que una persona compraba, Falabella entregaba una canasta igual de alimentos básicos aportados por Tottus. Sodimac por su parte hizo una campaña similar con ladrillos en vez de canastas.

Por otra parte, algunos aspectos que veníamos elaborando hace tiempo, referidos a los centros de distribución, a la logística, la tecnología, funcionaron perfectamente. Y eso hay que destacarlo, porque el que pudiéramos darle continuidad a la empresa frente a un hecho como el terremoto, obedeció a un trabajo previo que nos permitió proseguir la operación sin ningún problema.

## **FALABELLA, UN ACTOR REGIONAL**

Dentro de la región, la compañía ha ido consolidando su presencia en cada uno de los países en los que estamos. Nos hemos preocupado de que esta propuesta que tenemos en Chile llegue con la misma fuerza, con la misma calidad, precios convenientes y el surtido indicado a todos los lugares lo que nos ha dado cada vez más presencia y fuerza con nuestras marcas.

**“NOSOTROS TENEMOS DOS EJES FUNDAMENTALES EN NUESTRO MODELO DE NEGOCIOS. UNO ES CONOCER MUY BIEN A NUESTROS CLIENTES, PARA SABER QUE ENTREGARLES. Y DOS, ARMAR MUY BUENOS EQUIPOS, LO QUE A LA LARGA PERMITE QUE LAS COMPAÑÍAS CREZCAN EN FORMA SOSTENIDA Y CONSISTENTE EN EL TIEMPO”**

**JUAN BENAVIDES**  
GERENTE GENERAL CORPORATIVO

Producto de esta internacionalización se ha ido creando una diversidad en cuanto al aporte que realizan los ejecutivos y el personal de otros países, lo cual ha sido muy enriquecedor para la empresa. Tener distintos puntos de vista, distintas opiniones, distintas visiones, tanto del negocio actual como del futuro, ha enriquecido muchísimo a la compañía y le ha permitido ir generando cada día una mejor propuesta de valor para nuestros clientes y más oportunidades para nuestros colaboradores.

Como empresa estamos pensando globalmente y actuando en forma local, lo que significa adecuarnos y conocer muy bien a nuestros clientes.

## MERCADOS EMERGENTES

Para nosotros, el positivo avance de la economía que se vive en los países donde estamos presentes, claramente es una oportunidad pero también un desafío. Es una oportunidad porque va ingresando más gente con mayor poder adquisitivo, pero también representa el desafío de saber llegar a tiempo con la propuesta indicada. En este sentido, hemos dedicado mucho trabajo a analizar y definir con que productos llegar. En el caso del crédito, hemos tenido crecimientos importantes en Perú, Argentina y Colombia y hemos logrado ir bancarizando a cada vez más personas entregándoles su tarjeta de crédito, tal como lo hicimos en Chile hace un tiempo atrás. Esta bancarización ha permitido que millones de personas estén accediendo a un mayor bienestar al poder adquirir los productos con anticipación, permitiéndoles incorporar a sus hogares tecnología y equipamiento que permita mejorar su calidad de vida. Al otorgar crédito, asumimos un riesgo que siempre hemos manejado con mucha responsabilidad, por su

parte, la sólida respuesta que hemos recibido de nuestros clientes nos indica que no nos hemos equivocado en el manejo de este riesgo. El crecimiento regional no se ha limitado a las grandes ciudades, de hecho, en Perú ya no estamos solamente en Lima, sino también en localidades como Trujillo, Chiclayo o Piura y con planes de seguir creciendo en nuevas ciudades. En el caso de Colombia y Argentina también estamos en varias ciudades aparte de las capitales lo cual es todo un desafío, para la logística y en general para toda la organización.

Detrás de esto, la oficina en China está permitiendo a todas las empresas del grupo llegar a los mejores proveedores y obtener los productos de mejor calidad y última tecnología. Ese es un trabajo que venimos haciendo hace ya un tiempo, para lo cual la empresa ha debido organizarse, pero los resultados han hecho que el esfuerzo haya valido la pena.

Al final, lo que nunca debemos perder de vista es el cliente y la calidad de nuestros equipos de trabajo, de manera tal que conociendo cada día mas al cliente seamos capaces de entregarle la propuesta que se merece.

## EL FUTURO

El principal desafío que tenemos para 2011 es el crecimiento. América Latina en general vive un momento positivo a raíz del precio de los commodities y de la responsabilidad observada en los gobiernos de la región por largos años. Después de las crisis que vivimos en los 70 y en los 80, los gobiernos han manejado con mucha responsabilidad la economía dándole estabilidad a la región, manteniendo la inflación controlada, buenos niveles de

# 2010

## S.A.C.I. FALABELLA

reservas y un endeudamiento responsable. Estos elementos han permitido aprovechar los buenos precios de los commodities, generando una bonanza que se espera sea de largo plazo.

Naturalmente, esto crea una oportunidad muy grande para todos quienes estamos en la industria del retail. En ese sentido, estando ya presentes en varios de estos mercados, la principal tarea es ser capaces de crecer rápidamente. Hay que tomar esta oportunidad que se da hoy y estar ahí, y para nosotros, estar ahí significa crecer a un ritmo importante. En este sentido, dimos a conocer el plan quinquenal de inversiones, que contempla alrededor de 3.500 millones de dólares. Es un plan de inversiones muy grande que la empresa es capaz de abordar gracias a su buena administración y generación de caja. Así, la tarea para todos los que formamos parte de Falabella, es ir rápido. Los recursos están, el desafío es poder captar el crecimiento, con nuevas propuestas y lo antes posible.

### EL PERSONAL

Nosotros tenemos dos ejes fundamentales en nuestro modelo de negocios. Uno es conocer muy bien a nuestros clientes, para saber que entregarles. Y dos, armar muy buenos equipos, lo que a la larga permite que las compañías crezcan en forma sostenida y consistente en el tiempo. Para armar estos equipos nos preocupamos muchísimo de la selección de personal, y una vez que la gente ha sido seleccionada, de aportarle las herramientas para que actúe con eficiencia y eficacia.

El clima laboral es clave en el servicio al cliente, para esto estamos monitoreando permanentemente todo lo que son las relaciones



**“HAY QUE TOMAR ESTA OPORTUNIDAD QUE SE DA HOY Y ESTAR AHÍ, Y PARA NOSOTROS, ESTAR AHÍ SIGNIFICA CRECER A UN RITMO FUERTE”**

**JUAN BENAVIDES**  
GERENTE GENERAL CORPORATIVO

del personal con la compañía. Tenemos una medición que hacemos a través del programa Great Place to Work que nos indica todo el tiempo como se encuentra el personal, como está la motivación y donde tenemos que mejorar. Esta iniciativa la hacemos permanentemente en todos los países y negocios, y nos importa muchísimo tener grupo humano que esté comprometido, motivado y en pro de hacer bien sus tarea en donde esté. Al final del día, personal contento va a significar clientes contentos y esas son las premisas fundamentales que nosotros tenemos. Cliente y personal son dos ejes que funcionando bien generan un círculo virtuoso.

Durante 2010 hemos desarrollado un programa, que llamamos Puestos Claves y que tenía por finalidad hacer un completo análisis de los principales ejecutivos de la empresa. Analizamos a casi trescientas personas en todos los países con el objetivo de saber donde estábamos parados, que áreas son las que podíamos tener un poco más débiles y donde estábamos fuertes. De este análisis, fue posible observar algunas características comunes como el enfoque en el cliente y la importancia asignada al trabajo en equipo que nos permitieron darnos cuenta como los valores de la compañía han permeado a la organización creando una especie de “ADN” de Falabella.

## **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Para nosotros, los aspectos principales de la Responsabilidad Social Empresarial tienen que ver con los trabajadores, con nuestra relación con nuestros clientes, con los proveedores y con la comunidad.

Sobre eso, yo diría que hay una convergencia muy grande en toda la compañía. De hecho acabamos de hacer recientemente una auditoría para conocer la visión que tenían de la compañía estos auditores. Y nos han entregado un informe bastante positivo para todas las empresas, lo que quiere decir que el trabajo que hemos venido haciendo, cimentado en una mirada a largo plazo, que busque construir en el tiempo sobre bases sólidas, está dando sus frutos.

Dentro del programa de apoyo a la comunidad, tenemos el programa Haciendo Escuela, que llega a más de 70 mil alumnos de escasos recursos que forman partes de las 67 escuelas que estamos apoyando permanentemente en los cuatro países. Creemos que la educación es definitivamente el paso para que un país vaya al desarrollo, así que estamos muy comprometidos con este programa iniciado hace 42 años y vamos a seguir dándole todo el apoyo necesario.

Adicionalmente tenemos un programa que hemos ido desarrollando, tanto Falabella como Sodimac, respecto a las tiendas. Se trata de tiendas pensadas con una visión de futuro, una mirada más armónica con el ambiente, menor contaminación y mayor eficiencia energética a través de elementos que uno usa todos los días como luz o agua.

En este tema estamos trabajando con el U.S. Green Building Council y hay un programa en ejecución que tiene como objetivo mejorar el uso de las aguas, la luz natural e incorporar mejor aireación. Probablemente esto significa costos levemente mayores, pero estamos convencidos que es una inversión muy rentable. Una empresa socialmente responsable es una empresa que labra un ancho y prometedor futuro. En eso estamos empeñados.



# 2010

ÁREAS DE NEGOCIOS



*f*....

f.

# 01

## TIENDAS POR DEPARTAMENTO ÁREAS DE NEGOCIOS

Durante 2010 tuvimos en toda la región una importante recuperación del consumo, con intensa actividad. Gracias a un adecuado control de los gastos y a las medidas tomadas en los años anteriores, toda esta actividad se tradujo finalmente en un año de buenos resultados para la compañía.

El 2010 Fue un año en que el consumidor, que había estado cauteloso en 2008 y 2009 a raíz de la situación financiera internacional, empezó a recuperar su confianza y su nivel de consumo. En algunas áreas, como en electrónica, hubo eventos que potenciaron la demanda.

El mundial de fútbol y la llegada de la televisión de alta definición entusiasmó a los consumidores que adquirieron masivamente las novedades que ofrecía el mercado, generando una importante renovación de televisores con los nuevos de pantalla plana.

Hicimos innovaciones en marketing. Incorporamos como rostro

de Basement a Kate Moss, designada la mujer mejor vestida del planeta por la revista Vogue el año pasado y un referente mundial de la moda. Por otra parte, seguimos incorporando rostros internacionales a nuestras marcas de segunda generación y realizamos el lanzamiento del sitio de compras por Internet en Perú y Colombia, países que a diferencia de Argentina y Chile aún no contaban con este canal de venta.

En lo que se refiere a capacitación del personal, invertimos en cursos de capacitación a distancia (e-learning), lo que nos permite homologar y llegar en forma simultánea a todos los países asegurando un mismo nivel de servicio y una mejor eficiencia.

Como resumen global del año, vemos a Falabella con una importante agenda regional, consolidándose como un actor relevante a este nivel y respondiendo a este desafío con dinámicos crecimientos en todos los países donde está presente.





**“FALABELLA TIENE UNA IMPORTANTE AGENDA REGIONAL, CONSOLIDÁNDOSE COMO UN ACTOR RELEVANTE A ESTE NIVEL Y RESPONDIENDO A ESTE DESAFÍO CON DINÁMICOS CRECIMIENTOS EN TODOS LOS PAÍSES DONDE ESTÁ PRESENTE”**

**JUAN PABLO MONTERO, GERENTE GENERAL CORPORATIVO  
TIENDAS POR DEPARTAMENTO**

## CHILE

Uno de nuestros constantes desafíos es la preparación de nuestros colaboradores: la selección, el desarrollo y la capacitación. No sólo hay que incorporar gente talentosa sino también gente con vocación de servicio al cliente. Este es un negocio de satisfacción de personas, donde lo más importante es poder encantar a nuestros clientes cada vez que llegan a alguna de nuestras tiendas.

Es por ello que nos llena de orgullo haber sido considerados como el mejor retailer en el ranking Great Place to Work. Falabella tiene una cultura, una forma de trabajar, y una tarea importante es poder encontrar gente que le guste este ambiente y se sientan cómodos para poder entregar el mejor servicio a nuestros clientes.

Desde ese punto de vista, hemos trabajado en cosas como la comunicación interna, que han permitido que el clima laboral en Falabella siga mejorando año a año.

Otro elemento clave en la relación interna es la transversalidad con la que opera Falabella; es una empresa muy horizontal. En las tiendas existe una gran cercanía del gerente con su gente pues cada gerente tiene total autonomía para elegir a su equipo, de manera que cada grupo esté conformado por los mejores a juicio de cada gerente.

Este año inauguramos en San Felipe un nuevo formato de tienda que nos permite llegar a ciudades donde no llegamos con el formato tradicional. En una industria tan dinámica como esta, es necesario tener la flexibilidad de ir adaptándose a los desafíos; aquí el desafío era llegar a una ciudad de menos de cien mil habitantes llevando el concepto Falabella, pero que fuera rentable al mismo tiempo, cosa que se logró con una gran respuesta de parte del público de la zona.



# 01

## TIENDAS POR DEPARTAMENTO ÁREAS DE NEGOCIOS

**“EL FOCO EN EL CLIENTE, LA OBSESIÓN POR LOS PRODUCTOS Y LA CERCANÍA CON EN EL PUNTO DE VENTA NOS PERMITIERON CAPITALIZAR LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DEL 2010 Y SON PARTE FUNDAMENTAL DEL PLAN ESTRATÉGICO QUE HEMOS DEFINIDO PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS”**

JUAN LUIS MINGO COUNTRY MANAGER ARGENTINA

### ARGENTINA

El 2010 fue un gran año para Falabella en Argentina. Se logró avanzar en forma muy significativa en el posicionamiento de nuestras marcas, en la mejora de los niveles de servicio al cliente y en desarrollo de proveedores nacionales, un punto estratégico para el negocio de Tiendas por Departamentos en este país. El trabajo focalizado en torno a una planificación estratégica formal permitió alinear a toda la organización, obteniendo resultados que superaron toda expectativa desde el punto de vista financiero, de los clientes y de los procesos. Un hecho importante de este año fue la inauguración de nuestra undécima tienda en el Tortugas Open Mall en la provincia de Buenos Aires.

La flexibilidad y agilidad en la toma de decisiones y la profundización de sinergias, permitió superar importantes desafíos con el consecuente beneficio para nuestros clientes en términos de abastecimiento, de nuestra propuesta de productos y de la calidad en el servicio. Los estudios de mercado locales revelan que Falabella pasó a ser referente en Decoración y en Indumentaria. En el último año, avanzamos al puesto 5 en Top of Mind de indumentaria mujer, siendo nuestras marcas reconocidas por ser jóvenes e innovadoras, señalando tendencias y siempre convenientes. Esto ha sido fruto de la fuerte inversión en el desarrollo de moda y calidad de nuestras marcas de segunda generación, del desarrollo de proveeduría local, y también de una inversión cada vez más significativa y focalizada de comunicación tanto en el punto de venta como en los medios.

Teniendo siempre en mente atender a las necesidades de la mujer argentina, y conociendo el creciente nivel de sofisticación y exigencia de nuestros clientes, durante 2011 seguiremos avanzando en remodelaciones, mejoras en el Visual de nuestras marcas, y en la implementación de nuevas tecnologías que nos permitan seguir aumentando la eficiencia y control de

gastos, también seguiremos fortaleciendo el canal de venta a distancia, entendiendo la relevancia que este ha tomado hoy en la industria.

### PERÚ

Nuestra estrategia se centra en 3 pilares fundamentales:

1. Ser la primera opción para nuestros clientes en oferta de productos y nivel de servicio brindado.
2. Capturar las oportunidades de crecimiento en todas nuestras divisiones de negocio
3. Prepararnos para un entorno aún más competitivo, ganando niveles de eficiencia en gastos”

El año 2010 fue un año de plena recuperación para la economía peruana con importantes niveles de crecimiento. Continuando con nuestro plan de inversiones, se incorporaron tres nuevas tiendas en Angamos, Lima, Piura y Arequipa.

Nuestra tienda Angamos, en el centro comercial del mismo nombre, es la primera tienda en el Perú con la certificación Green Building, cuyo diseño permite aprovechar mejor la energía y recursos naturales. Las tiendas de Arequipa y Piura también fueron construidas bajo los mismos estándares y se encuentran en proceso de certificación.

El foco de la empresa durante 2010 consistió en reforzar todos los aspectos comerciales: mix de productos, infraestructura de tiendas y servicio al cliente, de cara a mejorar nuestra propuesta de valor. Entre estas iniciativas, vale destacar el lanzamiento de nuestra división de venta a distancia en el mes de noviembre, lo



**“HOY POR HOY, FALABELLA ES UN IMPORTANTE REFERENTE DE MODA EN COLOMBIA Y SOMOS RECONOCIDOS POR EL PROFUNDO CONOCIMIENTO Y RESPETO AL CONSUMIDOR COLOMBIANO”**

**RODRIGO FAJARDO COUNTRY MANAGER COLOMBIA**

que nos convirtió en la primera tienda por departamentos en el Perú con una tienda virtual por internet.

El resultado del trabajo en los distintos frentes nos permitió incrementar nuestro liderazgo en participación de mercado, como también en el top of mind y preferencia por nuestra marca.

## **COLOMBIA**

Para Falabella el 2010 fue un periodo de excelentes resultados en Colombia. Afianzamos el crecimiento de la compañía, logrando ampliar los registros de ventas y la base de clientes con la apertura de nuevas tiendas, y también alcanzando niveles de eficiencia y rentabilidad por sobre los esperados.

Buscando satisfacer las necesidades de potenciales clientes en las principales ciudades del país, Falabella inauguró las tiendas de Centro Mayor en Bogotá, Santafé en Medellín y Parque Arboleda en Pereira. Asimismo, se avanzó en otros proyectos que nos permitirán continuar la expansión en los próximos años en nuevas ciudades y también en aquellas en las que se tiene presencia en la actualidad.

El plan de expansión ha constituido sin lugar a dudas un importante generador de empleo. A la fecha más de tres mil colombianos trabajan en Falabella con un amplio sentido de pertenencia y orgullo. Ha sido muy satisfactoria la evolución positiva de los resultados de la encuesta de clima laboral.

Durante el año se dio prioridad no sólo al fortalecimiento de imagen de Falabella sino también a sus marcas propias. Se desarrollaron para Basement, La Martina, Denim Lab, Mossimo y Elle creativas e

innovadoras campañas de publicidad orientadas en su mayoría a la mujer joven y a las tendencias de la moda, posicionando atributos de exclusividad, sofisticación y vanguardia que han caracterizado a Falabella desde su llegada a Colombia. Hoy podemos afirmar con orgullo que en el 2010 se generó la plataforma para marcar una clara diferencia en el mercado. Estos logros están soportados en la conformación de una línea gerencial con enorme potencial de desarrollo.

Específicamente, se optimizó el mix de productos, dándole especial énfasis a artículos con mayor componente de moda y valor agregado para el cliente.

La definición de una clara y formal metodología para la planificación estratégica, involucrando a las áreas de compras y control de mercadería, permitió un trabajo coordinado y eficiente al interior de la compañía a todos sus niveles, que explica en gran parte los positivos resultados en los indicadores financieros, de gestión y de satisfacción de nuestros clientes. Sólo por mencionar algunos indicadores, el ticket promedio en Colombia registró un crecimiento del 14%, frente al año anterior, y el índice de ventas por metro cuadrado aumentó en un 29%.

El modelo de gestión permitió lograr significativas mejoras en las condiciones comerciales con los proveedores y optimizar la eficiencia operacional a través de la priorización de la productividad, el estricto control del gasto y la implementación de procesos que permitieron un crecimiento ordenado y ajustado a las metas establecidas.

Las categorías de vestuario, accesorios, electro y decoración en general, registraron en 2010 crecimientos sobresalientes. El reto para 2011 es consolidar

# 02

## MEJORAMIENTO DEL HOGAR

### ÁREAS DE NEGOCIOS

#### UN AÑO MARCADO POR EL TERREMOTO

Enfrentar escenarios complejos ha sido una constante en los 59 años de historia de Sodimac. Desastres naturales y profundas crisis económicas han golpeado a nuestra Casa, pero también han forjado el temple de una organización que ha sabido salir fortalecida siempre. El año 2010 se nos presentó desde sus inicios con desafíos que nos exigieron actuar con un alto estándar profesional y una profunda conciencia de la relevancia de nuestro negocio en la sociedad.

En Chile, iniciamos el año con una catástrofe natural que puso a prueba todas nuestras capacidades técnicas y humanas. A pocas horas del terremoto, la empresa estaba operativa y cientos de trabajadores que resultaron afectados recibían la ayuda de Sodimac, mientras que la comunidad estaba confiada en que dispondría de abastecimiento de productos de primera necesidad sin especulaciones de precio y en cantidades suficientes para iniciar el largo proceso de reconstrucción.

La naturaleza también golpeó duramente a nuestros socios comerciales. No fueron pocos los proveedores que necesitaron de nuestra ayuda para reiniciar sus operaciones. Felizmente hoy todos están de pie, planificando junto a nosotros un futuro lleno de oportunidades.

Sodimac se unió ante este desastre y la organización funcionó mejor que nunca. Todos dispuestos a colaborar, levantamos muy rápidamente las tiendas que estaban dañadas y en tres días teníamos el 95% de ellas funcionando.

Junto con eso, Sodimac cumplió un rol social de estabilizador de precios. En lugar de subirlos, los mantuvimos el mayor tiempo





**“EN UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA, 2010 SERÁ RECORDADO COMO AQUEL AÑO EN QUE NUESTRA EMPRESA NO SÓLO SUPO RESISTIR CATÁSTROFES NATURALES O DUROS ESCENARIOS COMPETITIVOS, SINO QUE SERÁ RECONOCIDO TAMBIÉN COMO EL AÑO EN QUE 22.000 PERSONAS TRABAJARON UNIDAS PARA HACER DE SODIMAC LA CASA MÁS GRANDE Y QUERIDA DE NUESTRO CONTINENTE”**

SANDRO SOLARI, GERENTE GENERAL CORPORATIVO SODIMAC

posible o los bajamos incluso, de tal manera que el mercado tuviera un comportamiento estable, incluso entregando un 10% de descuento a los habitantes de las zonas más devastadas.

Millones de clientes fueron testigo del trabajo que desplegamos y apreciaron nuestro actuar con un premio inédito en nuestra existencia: Sodimac es la marca chilena más valorada según el Brand Asset Value de la empresa Y&R The Lab. Sin duda, un reconocimiento al trabajo y compromiso de trabajadores, ejecutivos y proveedores que cumplieron con el alto desafío que el país les impuso.

## NUESTRA GENTE

Sodimac continúa creciendo vigorosa, pero responsablemente, en los cuatro países en que estamos operando. En 2010, retomamos la apertura de tiendas, abrimos la tienda de Bucaramanga en Colombia, Angamos en el centro de Lima, Piura en el norte de Perú y Arequipa hacia el sur. En Argentina, abrimos la tienda Tortugas y en Chile, reubicamos la tienda de EL Belloto y abrimos una tienda Imperial en Hualpén.

Estas aperturas son un aporte importante al desarrollo, en especial por la creación de empleos, ya que en cada tienda trabajan alrededor de 300 personas.

Teniendo en cuenta que este es un negocio de personas, la capacitación nuevamente fue uno de nuestros focos estratégicos durante 2010 y destinamos importantes inversiones y horas a este esfuerzo.

Nuestra preocupación por las personas y el clima laboral se tradujo en importantes premios según las mediciones del Great Place to Work Institute (GPTW) en Chile, Perú y Argentina.





# MEJORAMIENTO DEL HOGAR

## ÁREAS DE NEGOCIOS

### EN ARGENTINA

Sodimac ha logrado darse a conocer en el mercado argentino gracias a su innovadora estrategia comunicacional y a un reconocido nivel de servicio en sus locales. La mejora sostenida en sus resultados ha sido consecuencia de lo anterior y de un trabajo estratégico en el surtido y la propuesta comercial.

Actualmente, Sodimac cuenta con seis locales, incluyendo el recientemente inaugurado en Tortugas Open Mall, lo que está permitiendo generar importantes economías de escala con el consecuente aumento en la eficiencia de los procesos.

Durante los últimos tres años, Sodimac ha sido reconocida por el GPTW como una de las mejores empresas para trabajar en Argentina, destacándose este último año como la quinta mejor empresa en la categoría de más de mil trabajadores y la primera del rubro retail. Sin duda, la estrategia basada en el servicio ha sido la clave diferenciadora para que Sodimac haya logrado posicionarse en el mercado argentino en tan pocos años.

### EN COLOMBIA

En Colombia enfrentamos un escenario muy distinto al de Chile, pero altamente desafiante. La llegada de operadores internacionales y el fortalecimiento de los actores locales exigieron al máximo nuestras capacidades. Un equipo humano de excelencia, junto al apoyo de las estructuras corporativas, consiguieron la difícil tarea de consolidar más de 17 años de ininterrumpido liderazgo. Con la apertura en Bucaramanga de su tienda número 20, Colombia sigue creciendo firme, obsesionada en satisfacer a sus clientes y en hacer de Sodimac la casa más grande y querida del país.

### EN PERÚ

En 2010, Sodimac Perú consigue algo inédito en la industria continental del retail. Ser nombrada como la mejor empresa para trabajar en este país según el Great Place to Work Institute, representa un logro que nos llena de orgullo y materializa la filosofía que siempre ha caracterizado nuestra estrategia empresarial.

La apertura de tres tiendas fue uno de los hitos importantes del año. Estos nuevos puntos de venta en Lima, Piura y Arequipa contribuyeron a que los ingresos totales tuvieran un importante incremento respecto del año anterior. Los buenos resultados se explican también por los esfuerzos destinados a mejorar los niveles de eficiencia de la compañía. Cabe resaltar que en el período, se logró reducir los gastos de administración y ventas, lo que conllevó una importante mejoría en el margen final y, por ende, un significativo aumento de las utilidades por sobre lo presupuestado al inicio del año.

Por otro lado, una acertada gestión comercial contribuyó a fortalecer la posición competitiva. Sodimac lanzó con energía la campaña “Más Barato Imposible”, que posicionó a la cadena como la opción con más variedad y mejor precio del mercado.

También, se destinó mucho esfuerzo y recursos a mejorar el área de Servicio al Cliente, mediante capacitaciones a los asociados, revisando todos los procedimientos de las tiendas, dando prioridad a los requerimientos del público y poniendo énfasis en brindar una experiencia de compra expedita y satisfactoria.

En un escenario de recuperación del consumo, 2010 fue un año de resultados récord en todos los países en que opera Sodimac. El inicio de la construcción de nuevas tiendas y una serie de remodelaciones nos permitirán seguir creciendo con fuerza en los cuatro mercados y consolidarnos cada vez más como la Casa de América.



**“TENIENDO EN CUENTA QUE ESTE ES UN NEGOCIO DE PERSONAS,  
LA CAPACITACIÓN NUEVAMENTE FUE UNO DE NUESTROS FOCOS  
ESTRATÉGICOS DURANTE 2010”**

SANDRO SOLARI, GERENTE GENERAL  
CORPORATIVO SODIMAC



# 03

## SUPERMERCADOS

### ÁREAS DE NEGOCIOS

#### UN PROYECTO CONSOLIDADO

El año 2010 fue un buen año para Tottus en Chile. Algo muy importante es que se lograron los objetivos propuestos para el período, especialmente en las áreas destinadas a generar eficiencias. En este sentido se desarrollaron proyectos logísticos, se consolidó el centro de distribución de productos frescos y se llevaron a cabo múltiples mejoras a nivel de procesos, lo que tuvo un impacto positivo e hizo más eficiente la operación logrando mejores precios para nuestros clientes.

Durante el 2010, se llevó a cabo la apertura de cinco nuevos locales, tres de ellos en la Región Metropolitana, más específicamente en las comunas de Padre Hurtado, Peñalolén y Santiago en calle Catedral. También, se amplió la oferta en la Región de Valparaíso abriendo la tienda de San Felipe y se inauguró la primera tienda en la región del Maule, en la ciudad de Talca, generando más de 1.000 nuevos empleos en total y cerrando el año con 31 locales en todo Chile.

Parte del éxito de este período, se debe a la política de capacitación implementada por Tottus desde hace varios años y que se intensificó especialmente durante el 2010. El principal objetivo de las capacitaciones, tema de alta relevancia para la empresa, es generar herramientas que potencien la calidad de servicio y apoyen el aprendizaje de los distintos oficios que conviven en el negocio.

#### VENTAS Y MARCAS PROPIAS

Las ventas del año 2010 tuvieron un importante incremento impulsado por la maduración de los locales inaugurados en 2008 y 2009.

Con respecto a las marcas propias, es importante destacar el desarrollo de la marca "TOTTUS", la cual multiplicó cinco veces sus ventas, además de ampliar su mix de artículos con el lanzamiento de 140 nuevos productos. También se lanzó la marca PRECIO UNO, cuyo objetivo es participar en el segmento de productos de primer precio, abriendo a nuestros clientes la alternativa de acceder a artículos de calidad al mejor precio del mercado. Ambas marcas, continuarán aumentando su participación en los respectivos segmentos a través del desarrollo de nuevos productos que les permitan alcanzar nichos más específicos.

En 2011, se proyecta mantener el excelente nivel de crecimiento mostrado hasta ahora, respondiendo activamente al dinamismo de la industria supermercadista.

#### LA RESPUESTA FRENTE AL TERREMOTO

Nadie quedó indiferente al terremoto que el 27 de febrero de 2010 asoló a gran parte de la zona centro sur del país. Si bien fue un escenario complejo, en tiempo récord, gran parte de la cadena logró rearmar la operación y ser el primer operador en abrir a público y atender sus necesidades. El caso más extraordinario se presentó en el local Nataniel, que abrió sus puertas a las pocas horas de ocurrido el terremoto. Toda una proeza lograda gracias al compromiso y responsabilidad de todos los colaboradores de la compañía, que más allá de sus casos personales, se presentaron a trabajar con el objetivo de ayudar a la comunidad en tan difícil momento.

Con más calma y como parte de un esfuerzo realizado en conjunto con Falabella, Tottus comenzó con la campaña 1+1, entregando más de 200 mil cajas solidarias con alimentos para las zonas más afectadas por la catástrofe.





**“LAS APERTURAS DE LAS NUEVAS TIENDAS SE ALINEAN A LA ESTRATEGIA DE LA COMPAÑÍA QUE TIENE SU FOCO EN EL CRECIMIENTO, Y LA BUSCA DE SINERGIAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS QUE NOS PERMITAN SER MÁS EFICIENTES PARA PODER OFRECER LAS CONDICIONES MÁS CONVENIENTES A NUESTROS CLIENTES.”**

CRISTÓBAL IRARRÁZABAL, GERENTE GENERAL CORPORATIVO SUPERMERCADOS



## PERÚ

En el año 2010 las ventas de Tottus en Perú crecieron de manera significativa respecto al año anterior, alcanzando una cifra récord en ventas y utilidades. Un hecho importante es que se reiniciaron las aperturas de tiendas, inaugurándose siete nuevos locales que permitieron cerrar el año con 24 tiendas operativas y generar más de 1.300 nuevos puestos de trabajo. Siempre con el objetivo de ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes, se remodelaron las tiendas La Marina y Las Begonias.

Se destaca entre las aperturas, el nuevo formato de Supermercados de Tottus enfocado en necesidades de compra de conveniencia por su cercanía al cliente. Este formato se caracteriza por ofrecer una mayor comodidad, menor tiempo de compra y bajos precios. Enfatizamos la calidad de los perecederos (frutas, verduras, fiambrería y carnes), con una menor proporción de artículos no comestibles en comparación con el formato de Hipermercados. Las aperturas de las nuevas tiendas se alinean a la estrategia de la compañía que tiene su foco en el crecimiento, y la busca de sinergias y ventajas competitivas que nos permitan ser más eficientes para poder ofrecer las condiciones más convenientes a nuestros clientes.

Otro hito importante del 2010 fue la exitosa implementación del sistema de Reposición Automática en el total de los locales.

Respecto a las marcas propias, durante el año 2010 se lanzaron más de 120 productos de este tipo y se trabajó en branding para el relanzamiento de imagen de más de 30 productos.

Nuestro objetivo para el 2011 es mantener el crecimiento, a través de la apertura de tiendas tanto Supermercados como Hipermercados y continuar mejorando la eficiencia y productividad, expandiendo los procesos de optimización y centralización logística.

# 04

## RETAIL FINANCIERO

### ÁREAS DE NEGOCIOS



#### HISTORIA Y VISIÓN DE FUTURO

En grandes líneas lo que nos propusimos durante 2010 tiene mucho que ver con nuestra historia y visión de futuro. ¿En qué sentido? Por un lado, al final de 2009 veníamos saliendo de una situación compleja a raíz de que, debido a la crisis, nuestros mercados se contrajeron bastante y a esto se agregó un alza en nuestro nivel de riesgo. Esa combinación hizo que 2009 fuera un año de mucho ajuste para el área de retail financiero de Falabella. Fue un ajuste con impactos positivos, de mejorar los procesos y de disminuir los niveles de gastos. Si bien fue un año difícil, también fue muy bueno porque nos dejó bien preparados para una futura expansión. La necesidad de ser muy eficientes y austeros, y de cuidar la calidad de servicio, hizo que en 2010 - un año de crecimiento económico en todos los países en donde estamos presentes- estuviéramos mucho mejor posicionados para capturar este crecimiento. En ese sentido, nuestra actividad comercial fue mucho mayor y más agresiva, permitiéndonos actuar con claridad y fuerza sobre los principales pilares de nuestro negocio.

En el ámbito de los productos, nos preocupamos de ampliar y mejorar nuestra oferta. Tal vez el ejemplo más visible es el lanzamiento de la tarjeta CMR Visa.

En Seguros ampliamos nuestra oferta de productos de vida y de salud. Este año se lanzó el sitio de Internet transaccional que es el único sitio en Chile en que uno puede quedar asegurado instantáneamente por Internet.

En Viajes pusimos un gran énfasis en pasar de la venta de pasajes a la venta de paquetes, incluyendo en muchos casos el charteo de aviones. Junto a esto, la relación más cercana e intensa con nuestros proveedores ha logrado que podamos ofrecer a los clientes una propuesta de viajes diferenciada y sumamente atractiva. Asimismo, lanzamos un nuevo portal de viajes que ofrece a nuestros clientes una gran capacidad de búsqueda, con hoteles, pasajes y ofertas entre otros, facilitando en un mismo lugar el acceso a todos los servicios que puede exigir un viaje.



**“NUESTRA LABOR SE INSPIRA SOBRE TRES GRANDES VALORES: LA TRANSPARENCIA, QUE REFLEJA NUESTRA HONESTIDAD CON EL CLIENTE; LA CONVENIENCIA, QUE NUESTROS PRODUCTOS RESULTEN MÁS BENEFICIOSOS QUE OTROS SIMILARES; Y LA SIMPLICIDAD, PUES LAS COSAS SIMPLES RESULTAN SIEMPRE MÁS EFICIENTES”**

**GASTÓN BOTTAZZINI, GERENTE GENERAL CORPORATIVO  
RETAIL FINANCIERO**

## TRES GRANDES VALORES

En el ámbito de los canales, pusimos un acento muy fuerte en que éstos reflejaran mejor nuestra visión del negocio. Definimos tres grandes valores o pilares que tienen que ver con lo que queremos que el cliente se lleve cuando entra a una de nuestras sucursales.

El primer pilar es la transparencia, traducida en hechos concretos para el cliente como que los contratos sean simples y que al entrar a una sucursal los mensajes sean pocos, pero claros. Por ejemplo, nuestras nuevas sucursales son luminosas y transparentes, hay pocos carteles y a simple vista se puede ver todo lo que pasa dentro de ellas.

El segundo valor, la conveniencia, se refiere a que nuestros productos, comparados con otros similares del mercado, den más beneficios y sean más fáciles de usar. Esto tiene que ver con nuestros horarios de atención más flexibles, con la accesibilidad de todos los canales, y también con que nuestros productos ofrezcan una mejor oferta de valor.

Y el tercer gran pilar es la simplicidad, que al final es una condición para los dos anteriores, pero es importante recalcarlo en sí mismo. Si uno tiene cosas simples es más fácil que sean eficientes. Esto se concreta por ejemplo en no tener demasiados productos similares que confundan al cliente, en usar palabras fáciles de entender en lugar de palabras difíciles y en simplificar trámites y contratos.

Todo lo anterior se refleja en nuestras sucursales, porque es el lugar donde finalmente nuestros clientes viven la experiencia con la marca. Por esto mismo, en 2010 iniciamos un proceso de lanzamiento de nuevas sucursales, que plasman estos valores en cada uno de los países y formatos en que estamos presentes. Lo mismo hicimos con nuestro call center, mejorando la calidad de atención y optimizando su operación, convirtiéndolo en uno de los más modernos de América Latina.

Por último, potenciamos mucho Internet, algo cada día más importante. Éste es un canal vital porque nos convierte en

accesibles 24 horas al día. Tanto en la plataforma de CMR como en la del Banco se aumentaron sus aplicaciones, logrando que las personas puedan visualizar todos los productos, solicitarlos y hasta es factible adquirir un préstamo directamente por Internet. Un aspecto importante implementado, es que hoy tanto en CMR como en el Banco, se puede operar vía móvil, es decir, que el cliente funcione desde su celular tal como lo hace vía internet.

Estos valores son válidos para todos los países en los que estamos presentes. Si bien es distinto el ritmo en que se van implementando, ya que son mercados con diferentes niveles de desarrollo, la visión y el aporte que queremos entregar es el mismo.

## COMUNICACIÓN Y MARKETING

El tercer gran tema es la comunicación con el cliente y ahí también hemos querido avanzar con varios cambios. El primero tiene que ver con repotenciar nuestro programa de puntos, que estaba muy ligado a premios relativamente pequeños en la tienda, convirtiéndolo en un programa bastante más amplio. El nuevo catálogo de puntos posee un nivel de aspiracionalidad mucho mayor. Del simple hervidor pasamos a ofrecer como alternativa una alta gama de electrodomésticos (incluyendo los lanzamientos de alta tecnología), productos para la mujer, el hogar y la familia, e incluso viajes, existiendo así una flexibilidad enorme. Una proporción mucho mayor de nuestros clientes canjeó puntos este año y pudo llevarse desde un premio pequeño a un viaje a Miami o Río de Janeiro para dos personas.

Tuvimos también un cambio bastante profundo en nuestra manera de hacer marketing. Nosotros nos caracterizábamos por ser, de alguna forma, el brazo promocional de Falabella, el que, por ejemplo, hacía diversas campañas de descuento, estableciendo una relación básicamente transaccional con nuestros clientes. No abandonamos eso, pero sí lo enmarcamos en campañas mucho más globales de marketing. Es así como ahora CMR tiene la campaña “Sonríe” buscando construir una relación de disfrute y conveniencia, Seguros tiene una campaña servicio y “complicidad”, el Banco



# 04

## RETAIL FINANCIERO

### ÁREAS DE NEGOCIOS

tiene la campaña “Hablamos Mirándote a los Ojos,” resaltando el concepto de la transparencia y honestidad con los clientes. Para Viajes lanzamos la campaña “Siente” apelando a las sensaciones y experiencias. En síntesis, pasamos de una visión promocional y táctica del marketing a una acción más estratégica, dándole a cada marca una propuesta propia y diferencial, buscando construir lazos reales, más allá de la transacción comercial, lo que es válido no solo para Chile, sino para toda la región.

Diseñamos una nueva imagen corporativa. Cambiamos todos los logos, que no tenían ningún tipo de factor común, para que transmitan una identidad transversal. La idea es tener imágenes corporativas consistentes, cuyos beneficios se potencian en favor del cliente.

Nos sentimos muy satisfechos con el desempeño en 2010, porque fue un año en que no solamente capturamos cierta inercia de crecimiento que el mercado nos dio, sino que la aprovechamos para construir las bases de crecimiento futuro y de un negocio mucho más sólido hacia adelante, mejorando la calidad de la propuesta integral a los clientes. Por eso le doy un gran valor a 2010, no sólo por los resultados, sino también porque avanzamos en el nivel de eficiencia, lo que se traduce en mejores beneficios para los clientes y una mayor diferenciación.

#### EL FACTOR HUMANO

Al final del día todo esto sólo puede ser posible si contamos con un equipo humano que está contento y, mucho más importante que eso, que está comprometido y orgulloso de estar trabajando aquí. Yo estoy orgulloso del producto que vendo y de la empresa en que trabajo porque tiene un impacto positivo y fuerte en la comunidad. Un colaborador orgulloso se traduce en un cliente bien atendido y, por lo tanto, en un cliente contento. En ese sentido, hemos trabajado, tanto a través de la capacitación como a través de diferentes eventos de construcción de los equipos que tenemos durante el año, para asegurarnos de formar un equipo que sabe bien lo que se está haciendo. Fomentamos mucho la comunicación

en cadena de los jefes a su gente y así sucesivamente a los distintos niveles; hablamos con total claridad de las estrategias del negocio y de cómo nos está yendo, porque eso produce una identificación con la empresa y genera cierto orgullo, sin lo cual es imposible que después un vendedor atienda bien a un cliente.

Esta política ya ha tenido avances positivos: tanto CMR Chile como CMR Argentina este año obtuvieron puestos importantes en el ranking Great Place to Work, lo que es una señal de que vamos avanzando en la dirección correcta.

A esto se sumó que este año tanto el Banco Falabella como CMR en Chile obtuvieron el premio a la Calidad de Servicio de la revista Capital. Este premio es valioso para nosotros porque quienes lo otorgan son los clientes, no se puede obtener eso si no se tiene un clima laboral positivo y un grupo de gente que está comprometida con la compañía.

#### CHILE

Un hito importante del 2010 fue el lanzamiento de CMR Visa. Nuestra tarjeta CMR ya no solamente se puede usar en nuestras tiendas y en algunas alianzas, sino que es una tarjeta de aceptación universal, que se puede utilizar en todo Chile y el mundo.

En Banco Falabella dimos un énfasis muy fuerte a la cuenta corriente, que era un servicio que la institución tenía, pero al que no le habíamos dado todos los atributos que uno podría esperar. Entonces, mejoramos mucho el producto y los beneficios que los clientes obtienen de éste, haciéndolo muy atractivo en términos de precios y calidad de atención. Al cierre del 2010 logramos superar 90.000 cuentas corrientes.

#### PERÚ

Durante el año 2010, el Banco Falabella superó el millón de clientes activos, y la tarjeta CMR incrementó su liderazgo en



reconocimiento de marca en el mercado, con un crecimiento en el indicador Top of mind.

La cartera de colocaciones de Banco Falabella Perú creció por encima del crecimiento promedio del mercado, impulsado principalmente por la mayor colocación en créditos en efectivo y la intermediación en las empresas del grupo y comercios adheridos. Durante el año 2010, se lanzó exitosamente la tarjeta CMR Visa, la cual brinda a nuestros clientes la posibilidad de contar con toda la cobertura de comercios nacionales e internacionales, y simultáneamente acceder a todos los beneficios de la tarjeta CMR. Los esfuerzos comerciales también se centraron en los productos pasivos de personas naturales, donde se obtuvieron importantes crecimientos, tanto en cuentas de ahorro como depósitos a plazo. Con el objetivo de mejorar la experiencia de servicio a nuestros clientes se inauguraron seis nuevos Centros Financieros (cuatro en Lima y dos en provincias), y se realizó una profunda revisión de procesos internos que resultaron en mejoras significativas en los tiempos de espera y atención.

## ARGENTINA

Uno de los mayores desafíos de CMR en Argentina ha sido contar con una cartera de productos competitivos y distinguirse por la innovación y la agilidad. Esto ha sido clave en un mercado tan bancarizado como el argentino donde existe un alto nivel de promocionalidad. Gracias al foco de sus iniciativas y una claridad estratégica que permea la organización, CMR incrementó su stock de colocaciones en 125%, el stock de cuentas con saldo en 26% y su participación en las ventas de Falabella en más de 9 puntos porcentuales.

Durante el año 2010, CMR realizó una serie de mejoras e innovaciones en los procesos relacionados con el riesgo crediticio, permitiendo dar un fuerte impulso al crecimiento en una forma controlada y disminuyendo el nivel de riesgo.

En su categoría, el año 2010 CMR se ubicó dentro de las diez mejores empresas para trabajar en Argentina. Hacia adelante, el objetivo es seguir desarrollando su equipo de profesionales para lograr sostener los planes de crecimiento.

Para el año 2011, CMR seguirá impulsando fuertemente nuevos productos financieros como el avance y súper avance, siempre con una administración de riesgo controlada. Su foco seguirá estando en el aumento de la eficiencia operacional y mayor capacidad de fondeo que le permitirán seguir siendo una alternativa competitiva para los clientes.

## COLOMBIA

La participación de CMR creció un 40% respecto al 2009, alcanzando más de 715 mil tarjetahabientes, los cuales se verán beneficiados por la decisión de los accionistas de proceder a su conversión a Banco, la cual ya fue aprobada por la Superintendencia Financiera de Colombia. Una vez concluido el plan de alistamiento operativo y tecnológico, la compañía iniciará su operación como Banco Falabella.

La nueva entidad será el primer banco especializado en retail financiero en Colombia. Dentro de su portafolio de productos y servicios ofrecerá tarjetas de crédito, cuenta corriente, ahorros e inversiones, y a futuro crédito hipotecario, al mismo tiempo que preservará todos los beneficios con los que hoy cuentan los clientes de CMR.

El Banco planea tener una red de sucursales a lo largo y ancho del territorio colombiano. En una primera etapa, la presencia se enfocará en las principales ciudades del país a través de puntos especialmente diseñados dentro de la red de tiendas Falabella y Homecenter.

En el año 2011, continuaremos con nuestro plan de expansión, la consolidación de nuestras marcas y el inicio de operaciones del Banco Falabella, como una muestra más del compromiso y confianza en Colombia y en su gente.

# 05

## INMOBILIARIA

### ÁREAS DE NEGOCIOS

#### MALL PLAZA

El año 2010 fue muy positivo para el comercio en general y un buen año también para Mall Plaza, no sólo por el alto volumen de ventas que se generaron en nuestros centros comerciales en Chile, sino porque consolidamos nuestra presencia a nivel latinoamericano con la apertura de nuestro tercer mall en Perú y el anuncio de la llegada a Colombia. Incursionaremos en el mercado colombiano a través de la construcción de un centro comercial de clase mundial en la ciudad de Cartagena de Indias, principal destino turístico de ese país.

En Perú estamos presentes mediante la administración de tres centros comerciales Aventura Plaza, ubicados en Callao, Trujillo y Arequipa. Este último comenzó a funcionar a fines de 2010 con una positiva recepción de los consumidores. Actualmente, somos una de las dos cadenas más grandes de centros comerciales de América Latina en cuanto a metros cuadrados arrendables, con 1.024.831. Este desarrollo ha sido posible gracias al concepto innovador e integral de los centros comerciales de Mall Plaza, que los ha transformado en una instancia de solución para diversas necesidades y en puntos de encuentro familiar y social.

#### DESARROLLO EN CHILE

En Chile, el conocer quiénes son nuestros consumidores y darles respuesta oportunamente a sus necesidades, nos ha permitido tener la principal cadena de centros comerciales del país, con once malls -seis ubicados en la Región Metropolitana y cinco en regiones-, que en 2010 recibieron cerca de 195 millones de visitas. Durante 2010 se llevaron a cabo varios proyectos con la finalidad de responder al crecimiento económico y a las nuevas necesidades de algunos mercados. Estos consistieron en la ampliación de tres de nuestros malls en operación: Mall Plaza Norte, Mall Plaza Tobalaba y Mall Plaza Calama.

El terremoto del 27 de febrero hizo pasar por un difícil momento al país, pero con orgullo podemos decir que nuestro equipo superó la prueba con honores. Todos quienes integran Mall Plaza respondieron

con lo mejor de sí para que nuestros malls volvieran a operar con normalidad a los pocos días de ocurrido este suceso. Relevante fue el rol que cumplió Mall Plaza Trébol en Concepción, ya que inmediatamente ocurrido el terremoto se transformó en un centro de operaciones para abastecer a la región más afectada del país.

En octubre de 2010, Mall Plaza, realizó su segunda incursión en el mercado de capitales local, colocando exitosamente bonos por UF 5 millones a 21 años.

#### 20 AÑOS JUNTO A LOS CHILENOS

El crecimiento de nuestros malls, el proceso de internacionalización y la buena recepción de los consumidores son reflejo de 20 años de trabajo.

Durante 2010, Mall Plaza celebró dos décadas de vida y para celebrar este aniversario, se realizó una función de gala de la Pérgola de las Flores con la asistencia del Presidente de la República, Sebastián Piñera. Esta actividad inauguró las celebraciones oficiales del Bicentenario del gobierno de Chile. Además, para responder a nuestro compromiso de promover la cultura, este destacado musical se presentó en forma gratuita ante más de 25.000 personas en todo Chile.

Este año también fuimos reconocidos como un ejemplo exitoso de desarrollo urbano, al ser la única empresa de nuestra industria en ser invitados a participar en el pabellón de Chile en la Expo Shanghai 2010, que bajo el lema "Una ciudad mejor, una vida mejor", exhibió como caso de éxito la recuperación del borde costero de Antofagasta.

Durante 2010, también seguimos preocupándonos de realizar acciones de responsabilidad social empresarial que beneficiaran a las comunidades en las que están presentes nuestros centros comerciales. Por este trabajo fuimos reconocidos por la organización Pro-Humana, destacando el compromiso y seriedad con la que Mall Plaza se relaciona con los públicos de interés.





**“EL CONOCER QUIÉNES SON NUESTROS CONSUMIDORES Y DARLES RESPUESTA OPORTUNAMENTE A SUS NECESIDADES, NOS HA PERMITIDO TENER UNA DE LAS PRINCIPALES CADENAS DE CENTROS COMERCIALES DE LA REGIÓN”**

JAIME RIESCO, GERENTE DE PLANIFICACIÓN Y ESTUDIOS MALL PLAZA

Nuestros 20 años los celebramos con grandes logros y ahora nuestro desafío es seguir creciendo en la región, consolidándonos como una de las principales cadenas de centros comerciales de Latinoamérica. Y lo haremos siempre manteniendo nuestro foco en crecer responsablemente, preocupándonos de nuestro entorno y de quienes viven en éste, profundizando el aporte en cada comunidad, a través de la cultura; y otorgando más y mejores oportunidades de empleo.

### **RENTAS FALABELLA**

El 2010 fue un año positivo. A pesar de que los activos ubicados entre las regiones VI y VIII constituyen cerca del 15 % de nuestro patrimonio, el terremoto del 27 de febrero no nos causó grandes complicaciones. Los activos más valiosos, como la tienda de Barros Arana en Concepción, las tiendas Sodimac de Curicó y Talca y la tienda Tottus de San Fernando, resistieron muy bien el sismo y no tuvimos pérdidas importantes. Lo más lamentable fue, en términos puramente económicos, los daños del centro de distribución de Sodimac en Coronel.

El pasado, fue el año en que volvimos a inaugurar inmuebles. Abrimos un patio constructor en Coyhaique contiguo a la tienda de Sodimac, un centro comercial con Falabella y Tottus en San Felipe, un Tottus en Talca y otro Tottus en Santiago, en la comuna e Peñalolén. Fue un año de cortar cintas en proyectos importantes para el grupo.

### **OPEN PLAZA**

El 2010 fue un año movido para Open Plaza. Se inauguraron dos centros comerciales, uno en Angamos y otro en Piura. Ambos centros comerciales, cuentan con la presencia de nuestros tres formatos de retail: Saga Falabella, Tottus y Sodimac, lo que nos permite potenciar nuestra propuesta comercial hacia nuestros clientes.





2010

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**



*f*....

# 2010

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En Falabella entendemos la Responsabilidad Social Empresarial como la forma en que gestionamos el negocio de manera responsable en todos los ámbitos en los cuales nos relacionamos con el entorno. De esta forma, la RSE es un tema transversal en la organización.

Por la naturaleza de los negocios de la compañía, es de mucha importancia la relación con nuestros trabajadores, clientes, proveedores y con la comunidad en la cual nos encontramos insertos. En todas estas relaciones vemos un claro e ineludible sentido de justicia y ética empresarial que gobierna nuestras acciones en este ámbito: el afán de poder devolver a los distintos actores con quienes interactuamos, parte de lo mucho que ellos nos aportan es algo que tenemos presente todos los días.

Hay una clara confluencia de intereses y una mirada común entre las distintas empresas del grupo, pero cada una tiene una forma propia de actuar en este ámbito. Lo mismo ocurre en los cuatro países en que la compañía tiene presencia. No todos van al mismo ritmo, algunos empezaron antes como es el caso de Sodimac que durante el 2010 fue galardonado por su permanente compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), con el reconocimiento del CEMEFI como "Empresa Ejemplar por su RSE en América Latina". Otros como Mall Plaza que en 2010 publicó su primer reporte de sostenibilidad, se incorporan motivados y expectantes. Pero en todos, empresas y países, se hace presente la necesidad y el deber de ser cada día más socialmente responsables.

Dentro del grupo vemos la Responsabilidad Social a través seis temas fundamentales:

### RELACIONES LABORALES

Nos hemos caracterizado por el cuidado de nuestra gente y por fomentar la capacitación y el desarrollo profesional de nuestros trabajadores.

Todo el trabajo hecho en este tema, se vio reflejado en el reconocimiento otorgado por el Great Place to Work Institute (GPTW) a Sodimac Perú como la mejor empresa para trabajar en ese país el 2010. Asimismo, tanto Falabella como CMR Chile siguieron mejorando en el ranking, siendo Falabella por segundo año consecutivo, la única empresa de la industria en los primeros

lugares del ranking. Este reconocimiento constituye un aliciente para continuar nuestros esfuerzos por mejorar aún más nuestro ambiente de trabajo con el objetivo de tener un equipo altamente motivado y comprometido, que genera valor y crecimiento a nuestra compañía.

Durante el 2010, Falabella lanzó un programa emblemático, el Postnatal Flexible, que permite a las madres volver de manera gradual después de su postnatal, ayudando así a compatibilizar trabajo y familia.

### MEDIO AMBIENTE

En este aspecto nuestro accionar es nutrido y diverso. El tema medioambiental ha ido adquiriendo mucha fuerza y particularmente en los jóvenes, que son nuestros clientes del futuro. Creemos dos cosas firmemente: que el reducir el consumo energético nos permite tener gastos más bajos y beneficiar a la comunidad y que muchas de las iniciativas en las que estamos trabajando actualmente de forma voluntaria, en el futuro debieran volverse obligatorias lo que nos permite ir anticipándonos.

Durante 2010 Falabella recibió una certificación por Prototipo de Tiendas Comerciales de parte del "US Green Building Council", lo que la convierte en la primera empresa en el mundo, fuera de los Estados Unidos, que certificó el prototipo de tiendas comerciales. Para el 2011 está proyectado abrir en Calama una tienda en la cual, por la ubicación geográfica, se puede aprovechar la energía del sol y el viento, obteniendo con esto importantes ahorros en electricidad y en agua, ambos escasos en la zona.

Como parte del esfuerzo para medir y mitigar sus impactos medioambientales, Sodimac está en proceso de medir su huella de carbono y se sumó como empresa fundadora de la Bolsa del Clima de Santiago (SCX), iniciativa pionera en Latinoamérica.

### GOBIERNO CORPORATIVO Y ÉTICA EMPRESARIAL

Durante 2010, todas las empresas del grupo trabajaron en un código de ética que será lanzado durante este año. Estamos formando comités de ética en todas nuestras tiendas e incorporando una

serie de normas internacionales, como por ejemplo el pacto global de las Naciones Unidas.

Al mismo tiempo, Sodimac lanzó el Sistema de Gestión de Integridad y la Guía de Conducta, un documento que expone los derechos y obligaciones tanto de trabajadores como directores de Sodimac y sus filiales, que se diseñó como una herramienta práctica y de fácil comprensión para saber cómo actuar frente a un desafío ético.

## COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Nuestro compromiso con la comunidad quedó demostrado con el terremoto a través de la ayuda que las distintas empresas del grupo entregaron a los damnificados.

Pero nuestro compromiso con la comunidad va más allá de los hechos puntuales que puedan ocurrir. Mall Plaza por ejemplo, apoya en distintas comunas a grupos de jóvenes que son vulnerables socialmente a través de la organización de equipos de rugby. Creemos que con el rugby se puede inculcar en los jóvenes una serie de valores importantes como el trabajo en equipo, la constancia y el esfuerzo.

Otra iniciativa importante ha sido la incorporación por parte de Mall Plaza, de gente discapacitada o con problemas auditivos en el trabajo de los mall, ya sea en el patio de comidas, en el aseo o mantención.

Tottus Chile está actualmente inmerso en pequeñas localidades como Melipilla, San Antonio, Talagante o San Bernardo lo que permite tener un contacto cercano y activo con la comunidad. Nuestro objetivo ahora es mostrar lo que hemos venido haciendo, darle una forma y un plan de trabajo para que tenga más notoriedad.

Otro elemento que ratifica nuestro compromiso con la comunidad es el programa Haciendo Escuela. En él, tanto la empresa como las personas que trabajan en ella dedican recursos y tiempo a apoyar el desarrollo de la educación. Cuando abrimos una tienda Falabella en cualquier parte de la región, apadrinamos una escuela de escasos recursos.

## COMERCIO Y MARKETING RESPONSABLE

La responsabilidad frente a nuestros clientes es la razón de existencia y foco prioritario de Sodimac. Trabajamos por una política de Comercio Responsable que resguarde la calidad y seguridad de los productos que vendemos y que nuestra comunicación de marketing se base en parámetros éticos que permitan generar una experiencia de compra positiva.

Por otro lado, todos nuestros catálogos e impresos en general, cumplen con certificación PEFC, es decir, que el papel utilizado proviene de bosques renovables y manejados de manera sustentable.

## APROVISIONAMIENTO RESPONSABLE

En lo que respecta a los proveedores, nos aseguramos que todos cumplan con ciertos estándares internacionales y nacionales, que tienen que ver con cumplimiento de leyes laborales y protección del medio ambiente

Por otro lado, estamos invitando a nuestros proveedores en Chile a exportar con nosotros, a Perú, a Colombia, a Argentina, para que ellos puedan beneficiarse también del crecimiento de la compañía.

Finalmente, se ha continuado traspasando a los proveedores pymes nacionales las normas de buenas prácticas y conocimientos de producción responsable, iniciativa que ha contado con el apoyo de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) y el Banco Interamericano del Desarrollo (BID).

Todo el trabajo realizado en este ámbito ha tenido reconocimiento. El año 2010 tanto Falabella como Sodimac y Mall Plaza fueron consideradas entre las 11 empresas más socialmente responsables de Chile por la Fundación Pro Humana, mejorando en comparación al año anterior y siendo la única empresa del retail presente en este reconocimiento. Sodimac, además del ya mencionado reconocimiento del "Great Place to Work Institute" en Perú, recibió también de parte del Global Reporting Initiative (GRI) la calificación máxima a su reporte de sostenibilidad para el año 2009, convirtiéndose de esta manera, en la primera empresa de retail en América Latina en alcanzar esta máxima calificación internacional.



2010

INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD



*f*....

# 2010

## INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD

### IDENTIFICACIÓN DE LA SOCIEDAD

S.A.C.I. FALABELLA es una sociedad anónima abierta, inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros, con el N° 582. Su domicilio es calle Rosas 1665, Santiago; teléfono 3802000; fax 3802077; casilla 1737; sitio web: [www.falabella.cl](http://www.falabella.cl); correo electrónico: [inversionistas@falabella.cl](mailto:inversionistas@falabella.cl). Su RUT es 90.749.000-9.

La Sociedad S.A.C.I. Falabella se constituyó bajo la razón social de "Sociedad Anónima Comercial Industrial Falabella S.A.C.I.F.", por escritura pública otorgada el 19 de marzo de 1937, ante notario de Santiago don Jorge Gaete Rojas, y fue autorizada y declarada legalmente instalada por Decreto Supremo número 1.424 del 14 de abril de ese mismo año, habiéndose inscrito los Estatutos y el Decreto Supremo citado a fojas 1.181 y 1.200, bajo los números 400 y 401 del Registro de Comercio de 1937, del Conservador de Bienes de Santiago.

El Estatuto y Decreto mencionados se publicaron en el Diario Oficial del día 27 de abril 1937, y en el Diario La Nación de Santiago los días 27, 29 y 30 de abril y 3 de mayo del mismo año.

Durante los años transcurridos desde su constitución, los estatutos sociales han sido objeto de diversas modificaciones, siendo la última la acordada en junta extraordinaria de accionistas celebrada el 28 de abril del año 2009, cuya acta se redujo a escritura pública el 11 de mayo del mismo año ante el notario de Santiago Guillermo Le-Fort Campos, notario suplente de la segunda notaría de Santiago. Un extracto de dicha escritura fue publicado en el diario oficial N° 39.375 con fecha 1 de junio de 2009 y se inscribió a fojas 24.182 N° 16.490 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago de ese año. El extracto referido fue rectificado y publicado en el diario oficial N°39.406 e inscrito a fojas 30.826 N° 21.157 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago del mismo año.

### SECTORES DONDE PARTICIPA

El sector industrial donde actúa la compañía es el comercio detallista en Chile, Perú, Argentina y Colombia. Dentro de esta industria se pueden distinguir distintos subsectores como Tiendas

por Departamento, cadenas de especialidad, Mejoramiento del Hogar y construcción, Supermercados y Centros Comerciales.

Adicionalmente, otro sector en el que está presente SACI Falabella, que no pertenece al comercio minorista propiamente tal, es el de los servicios financieros y bancarios.

### ACTIVIDADES Y NEGOCIOS

Tal como se ha indicado en esta memoria, el principal negocio de Falabella es la venta al detalle de vestuario, accesorios y productos para el hogar a través de Tiendas por Departamento, Homecenters, Malls y tiendas de especialidad, así como alimentos a través de Híper y Supermercados. Además, ha desarrollado el área de servicios financieros (emisión de tarjetas de crédito, corretaje de seguros, banco y agencia de viajes) y la manufactura de textiles.

### SEGUROS

S.A.C.I. Falabella y sus empresas filiales poseedoras de bienes físicos, mantienen contratos de seguro con compañías de seguros de primera categoría, que amparan adecuadamente los riesgos de pérdida o deterioro a que puedan estar expuestos sus bienes, comprendiendo en estas coberturas, edificios, contenido, existencias, instalaciones, vehículos, mercaderías, almacenamiento y transporte de productos para la venta. Entre estos riesgos asegurados, se han incluido expresamente hechos de la naturaleza tales como incendio y sismo. La póliza de incendio ampara los riesgos de lucro cesante a través del adicional de perjuicios por paralización, a causa de desastres naturales. Estas pólizas consideran también una cobertura adecuada a los riesgos de la empresa en responsabilidad civil por daños a terceros, y otras coberturas conforme las prácticas comunes de la industria.

### MARCAS Y PATENTES

La sociedad ha registrado un gran número de marcas de productos que comercializa tanto en el país como en el extranjero. Para resguardo de sus marcas, la sociedad cuenta con la asesoría del

estudio Silva & Cia. Las principales marcas exclusivas registradas y vigentes de S.A.C.I. Falabella son: Falabella, Mall Plaza, CMR, Tottus, Basement, Newport, Sybilla, Mica, University Club, Yamp, Fratta, Recco, Americanino, Doo, Mountain Gear, Roberta Allen, Textil Viña y Florencia entre otras. Adicionalmente, la sociedad relacionada a Falabella, Sodimac S.A., cuenta con la asesoría del estudio Johansson & Langlois Ltda. y es dueña de las marcas Sodimac, Homecenter, Homecenter Sodimac, Home Kids, HUM, Así de Fácil, Así se Hace, Do It, Eco Light, Ecole y Mr Beef entre otras.

## MARCO NORMATIVO

S.A.C.I. Falabella es una sociedad anónima abierta y, como tal, se encuentra sujeta a las disposiciones de la Ley N° 18.046 sobre sociedades anónimas, de la Ley N° 18.045 sobre Mercado de Valores y la normativa de la Superintendencia de Valores y Seguros, entre otras.

Por su parte, las sociedades filiales de S.A.C.I. Falabella, dependiendo de las actividades que realizan, se encuentran sometidas a las disposiciones de Ley de Protección al Consumidor, de la Ley General de Bancos, normativa de la Superintendencia de Valores y Seguros y Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, entre otras.

Por último, cabe hacer presente que la actividad de las filiales en países distintos de Chile se encuentra regulada por la normativa propia de tales jurisdicciones.

## RIESGOS

### A. RIESGO DE TIPO CAMBIARIO

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

La empresa mantiene la política de reducir la exposición global generada por la situación descrita y por las composiciones de los activos y pasivos, de tal forma de equilibrar de manera adecuada los costos de operaciones de cobertura de riesgo cambiario y las probabilidades que mejor estima para la ocurrencia de tales fluctuaciones de tipos de cambio.

La Sociedad, en general no percibe ingresos significativos en divisas e incurre en gastos en dólares principalmente por concepto de pagos de interés por deudas en esta moneda, realizando también desembolsos por adquisición en el exterior de parte de sus existencias para la venta.

### B. RIESGO DE TASAS DE INTERÉS

El riesgo de tasa de interés no es relevante para S.A.C.I. Falabella, puesto que mantiene a nivel consolidado un bajo nivel de deuda sin cobertura.

Las empresas de crédito en general mantienen monitoreados sus calces de plazos y tasas.

### C. RIESGO DE INVERSIÓN EN EL EXTERIOR

La inversión en países como Argentina, Perú y Colombia, con clasificaciones de riesgo inferior al chileno, implica un conjunto ponderado de riesgo mayor que el que se tendría sólo con inversiones domésticas. En oposición a lo anterior, existe la probabilidad de acceder a mejores retornos en cada uno de los mercados internacionales en que ha efectuado sus inversiones. Esta consideración está contenida en los informes de clasificación de riesgo emitidos por los dos clasificadores privados de la compañía que han clasificado la solvencia de SACI Falabella en AA.

### D. RIESGOS GENERALES DEL DESEMPEÑO DE LA ECONOMÍA

La empresa, destinada a prestar un servicio comercial a sus clientes y un otorgamiento de crédito conveniente, está correlacionada por la vía del consumo agregado, a las condiciones que lo determinan, tanto de variables reales como de expectativas. En condiciones de restricción de la demanda debiera ver reducida la tasa de crecimiento de sus ingresos y de sus utilidades, y en situaciones expansivas, lo contrario.

# 2010

## INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD

### E. RIESGO ESPECÍFICO DEL COMERCIO

La empresa no depende exclusivamente de un proveedor en particular y su proveeduría es amplia y abierta al mundo. Tampoco enfrenta una condición de pocos clientes puesto que atiende a millones de ellos en los diferentes estratos socioeconómicos. La empresa comercializa varias decenas de miles de productos diferentes, de modo que no está afectada a alguna ciclicidad de precios particular. Por todo lo anterior, no tiene algún riesgo específico y distintivo del que enfrenta el comercio en general y las grandes tiendas en particular.

### F. RIESGO DE LOS ACTIVOS

Los activos fijos de edificación, infraestructura, instalación y equipamiento, se encuentran ampliamente cubiertos de todo riesgo operativo mediante las Pólizas pertinentes.

### PROPIEDAD Y CONTROL

La sociedad es controlada por los Grupos de Accionistas que se detallan a continuación. En total al 31 diciembre de 2010, el grupo controlador posee el 83,58% de las acciones en que se divide el capital social. Los referidos controladores tienen un acuerdo de actuación conjunta según lo pactado en Acuerdo Marco suscrito por ellos con fecha 23 de julio de 2003.

#### GRUPO CONTROLADOR AL 31.12.2010

GRUPO AUGURI			
	RUT	ACCIONES	%
SOLARI FALABELLA MARIA LUISA	4.284.209-5	19.478.060	0,81%
KARLEZI SOLARI MARIA CECILIA	7.005.097-8	1.808.143	0,08%
INVERSIONES AUGURI LTDA.	78.907.330-9	36.890.200	1,53%
Socios:			
María Luisa Solari Falabella	4.284.209-5		
María Cecilia Karlezi Solari	7.005.097-8		
INV. Y RENTAS DON ALBERTO TRES S.A.	99.552.450-3	100.650.523	4,19%
Socios:			
Agrícola Cechi Ltda.	77.320.101-6		
María Luisa Solari Falabella	4.284.209-5		
LUCEC TRES S.A.	99.556.440-8	158.262.845	6,58%
Socios:			
Agrícola Cechi Ltda.	77.320.101-6		
Inversiones y Rentas Don Alberto Tres S.A.	99.552.450-3		
María Luisa Solari Falabella	4.284.209-5		

GRUPO BETHIA			
	RUT	ACCIONES	%
HELLER SOLARI CARLOS ALBERTO	8.717.000-4	1.212.342	0,05%
BETHIA S.A.	78.591.370-1	285.194.638	11,86%
Socios:			
Liliana Solari Falabella	4.284.210-9		
Carlos Alberto Heller Solari	8.717.000-4		
Andrea Heller Solari	8.717.078-0		
Inversiones Kennedy S.A.	76.584.410-K		
Inversiones Alpina Ltda.	76.113.614-3		
Inversiones Romyna Ltda.	76.113.684-4		

GRUPO CORSO			
	RUT	ACCIONES	%
CORTES SOLARI JUAN CARLOS	7.017.522-3	2.081.442	0,09%
SOLARI FALABELLA TERESA MATILDE	4.661.725-8	2.229.487	0,09%
CORTES SOLARI MARIA FRANCISCA	7.017.523-1	2.082.186	0,09%
MAPTER UNO SpA	76.839.420-2	13.954.363	0,58%
Socios:			
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Inversiones Botny Ltda.	77.580.120-4		
Inversiones Sofía Ltda.	77.580.400-9		
Inmobiliaria Solcorfa Limitada	78.372.850-8		
Juan Carlos Cortés Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortés Solari	7.017.523-1		
MAPTER DOS SpA	76.839.460-1	4.196.649	0,17%
Socios:			
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Inmobiliaria Solcorfa Limitada	78.372.850-8		
Mapter Dos SpA	76.839.460-1		
INVERSIONES QUITAFAL S.A.	76.038.402-K	18.300.200	0,76%
Socios:			
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortés Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortés Solari	7.017.523-1		
Inversiones y Rentas Don Alberto Cuatro S.A.	99.552.470-8		
Inversiones Corso S.A.	96.958.870-6		
SOCIEDAD DE INVERSIONES QS S.A.	99.536.400-K	348.988	0,01%
Socios:			
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Inversiones Dolly SpA	76.118.382-6		
Inversiones Hugo SpA	76.118.374-5		
Inversiones Botny Ltda.	77.580.120-4		
Inversiones Sofía Ltda.	77.580.400-9		
INV. Y RENTAS DON ALBERTO CUATRO S.A.	99.552.470-8	150.666.022	6,27%
Socios:			
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Inversiones Corso S.A.	96.958.870-6		
MAPCOR CUATRO S.A.	99.556.480-7	108.247.346	4,50%
Socios:			
Inversiones Corso S.A.	96.958.870-6		
Inversiones y Rentas Don Alberto Cuatro S.A.	99.552.470-8		
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		

GRUPO DERSA			
	RUT	ACCIONES	%
DERSA S.A.	95.999.000-K	356.450.516	14,83%
Esta sociedad es controlada a través de diversas sociedades por las personas naturales que se indican a continuación:			
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		
<b>INVERSIONES INDER SpA</b>		<b>58.114.421</b>	<b>2,42%</b>
Esta sociedad es controlada a través de diversas sociedades por las personas naturales que se indican a continuación:			
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
<b>INVERSIONES VITACURA S.A.</b>		<b>5.376.695</b>	<b>0,22%</b>
Esta sociedad es controlada a través de diversas sociedades por las personas naturales que se indican a continuación:			
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		
<b>INVERSIONES AUSTRAL LIMITADA</b>	<b>94.309.000-9</b>	<b>14.255.119</b>	<b>0,59%</b>
Esta sociedad es controlada a través de diversas sociedades por las personas naturales que se indican a continuación:			
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		
<b>INPESCA S.A.</b>		<b>49.343.681</b>	<b>2,05%</b>
Esta sociedad es controlada a través de diversas sociedades por las personas naturales que se indican a continuación:			
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		

GRUPO SAN VITTO			
	RUT	ACCIONES	%
INVERSIONES SAN VITTO LTDA.	77.945.970-5	243.698.146	10,14%
Socios:			
Inversiones Megeve Capital Ltda.	76.072.695-8		
Inversiones Cowie Chile Limitada	77.933.500-3		

GRUPO SAN VITTO - CONTINUACIÓN			
	RUT	ACCIONES	%
ASESORIAS E INVERSIONES BRUNELLO LTDA.	78.907.380-5	8.214.214	0,34%
Socios:			
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
Nicolás Solari Etcheberry	20.343.055-8		
Diego Solari Etcheberry	20.343.057-4		
Cristóbal Solari Etcheberry	21.073.942-4		
Jacinta Solari Etcheberry	21.757.648-2		
Agustina Solari Etcheberry	22.200.236-2		
Reinaldo Solari Etcheberry	23.065.283-K		
<b>ASESORIAS E INV. BAROLO LTDA.</b>	<b>78.907.350-3</b>	<b>8.214.234</b>	<b>0,34%</b>
Socios:			
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
María Ignacia Solari O'Shea	20.083.054-7		
Pedro Solari O'Shea	20.075.203-1		
Vicente Solari O'Shea	20.825.464-2		
María José Solari O'Shea	21.700.505-1		
<b>ASESORIAS E INV. SANGIOVESE LTDA.</b>	<b>78.907.390-2</b>	<b>8.214.195</b>	<b>0,34%</b>
Socios:			
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Andrea Solari del Sol	20.683.153-7		
Olivia Solari del Sol	20.992.583-4		
Emilia Solari del Sol	21.726.275-5		
Inés Solari del Sol	22.794.830-2		

GRUPO LIGURIA			
	RUT	ACCIONES	%
INVERSIONES HCQ S.A.	76.072.476-9	296.089.988	12,32%
Socios:			
Rentas P&G Ltda.	76.042.875-2		
Fondo de Inversión Privado HCQ	76.068.294-2		

□ Sociedades controladas por don Juan Cúneo Solari

GRUPO AMALFI			
	RUT	ACCIONES	%
COMPAÑIA INVERSORA RIO BUENO LIMITADA	78.435.630-2	4.000.000	0,17%
IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AMALFI LTDA.	87.743.700-0	51.224.102	2,13%
COMERCIALIZADORA BETA BF S.A.	76.418.910-8	814.287	0,03%

□ Sociedades controladas por Don Sergio Cardone Solari

# 2010

## INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD

Aparte del ya mencionado grupo controlador, el resto de la propiedad se encuentra atomizada. Al 31 de Diciembre de 2010, ningún accionista tenía más de un 1,5% de las acciones de la compañía. A continuación se detallan los 12 mayores accionistas:

### 12 MAYORES ACCIONISTAS AL 31.12.2010

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	RUT	ACCIONES	%
Dersa S.A.	95999000-K	356.450.516	14,8%
Inversiones HCQ S.A.	76072476-9	296.089.988	12,3%
Bethia S.A.	78591370-1	285.194.638	11,9%
Inversiones San Vitto Ltda.	77945970-5	243.698.146	10,1%
Lucec Tres S.A.	99556440-8	158.262.845	6,6%
Inv. y Rentas Don Alberto Cuatro S.A.	99552470-8	150.666.022	6,3%
Mapcor Cuatro S.A.	99556480-7	108.247.346	4,5%
Inv. y Rentas Don Alberto Tres S.A.	99552450-3	100.660.523	4,2%
Inversiones Inder Spa	76075989-9	58.114.421	2,4%
Importadora y Comercializadora Amalfi Ltda.	87743700-0	51.224.102	2,1%
Inpesca S.A.	79933960-9	49.343.681	2,1%
Inversiones Auguri Ltda.	78907330-9	36.890.200	1,5%

### PLANES DE INVERSIÓN

Falabella está constantemente buscando oportunidades de inversión que hagan crecer el negocio actual, generen sinergias o simplemente se vean como atractivas en el sentido que el conocimiento del negocio que tiene Falabella sea valioso en el desarrollo de estos negocios.

Cada inversión es estudiada y evaluada en función de proyecciones de flujos de caja y valor estratégico. Las políticas de financiamiento se establecen para cada caso en particular, siempre bajo pautas aprobadas por el directorio.

En el mes de mayo de 2010 se anunció un plan de inversiones corporativo que contemplaba un monto de inversión de US\$ 2.572 millones de dólares para el período comprendido entre los años 2010 y 2014. Este plan contenía toda la inversión en Activo fijo de las empresas del grupo en todos los países donde está presente.

Posteriormente, durante Enero de 2011, el plan mencionado fue actualizado. Este nuevo plan considera una inversión de

US\$ 3.511 millones para el período comprendido entre los años 2011 y 2015.

### CAMBIOS EN LA PROPIEDAD

Durante 2010 no se registraron cambios relevantes a la propiedad de la compañía, entendiendo como cambios importantes, todos aquellos donde la transacción represente más el 1% del total de acciones de la compañía.

### PATRIMONIO

Al 31 de diciembre de 2010, el patrimonio de la Sociedad estaba dividido en 2.404.291.072 acciones de igual valor pertenecientes a una serie única.

### POLÍTICA DE DIVIDENDOS

La junta general ordinaria de accionistas ha establecido como política de dividendos el repartir anualmente, a lo menos, el 30% de las utilidades de la sociedad de cada ejercicio, pagando al menos un dividendo provisorio, si la marcha de los negocios de la sociedad así lo permite.

De esta forma los dividendos repartidos durante los ejercicios 2009 y 2010 se detallan a continuación:

### DIVIDENDOS REPARTIDOS

	MONTO (\$/ ACCIÓN)
Pagado en Mayo de 2009	
Dividendo definitivo N° 26	25,4
Pagado en Mayo de 2009	
Dividendo Adicional	0,7
Pagado en Mayo de 2010	
Dividendo definitivo N° 27	24,8
Pagado en Mayo de 2010	
Dividendo Adicional	8,2

## COMITÉ DE DIRECTORES

En Sesión Ordinaria de Directorio de fecha 27 de abril del año 2010, y de conformidad a lo establecido por el artículo 50 bis de la Ley 18.046 sobre Sociedades Anónimas, el Director Independiente don Hernán Buchi Buc designó como miembros del Comité de Directores a los señores don Sergio Cardone Solari y don José Pablo Arellano Marín. De esta forma, el Comité quedó compuesto por los Directores señalados y presidido por don Hernán Buchi Buc, en su calidad de Director Independiente.

El presupuesto de gastos del Comité de Directores y la remuneración de cada miembro fueron establecidos por la Junta Ordinaria de Accionistas de la Sociedad celebrada con fecha 27 de abril de 2010, quedando fijado el presupuesto en UF 750, y la dieta en UF 7 netas por cada sesión a la que asista cada uno de los miembros, más un tercio de la remuneración variable prevista para los Directores de la Sociedad para el año 2010, la que será asignada conforme a los mismos criterios establecidos para la remuneración de los directores Durante el ejercicio 2010, sólo hubo gastos por UF 113 con cargo al presupuesto señalado no habiendo gastos adicionales. Durante el año 2010, el Comité de Directores celebró 4 sesiones, los días 25 de febrero, 25 de mayo, 30 de agosto, y 15 de noviembre de 2010 y una sesión extraordinaria de fecha 11 de Junio de 2010, en las cuales se abocó al conocimiento de las materias propias de su competencia. Es así como examinó y aprobó las operaciones de los artículos 146 y siguientes de la Ley de Sociedades Anónimas de conformidad con las Políticas de Operaciones Habituales de la Sociedad y las demás excepciones adoptadas por acuerdo del Directorio de conformidad a lo establecido en el artículo 147 de la citada Ley. También el Comité analizó los estados financieros de la Sociedad, según normas internacionales de información financiera (IFRS), a ser presentados en cada oportunidad a la Superintendencia de Valores y Seguros, incluyendo los informes presentados tanto por los ejecutivos como por los auditores externos. Asimismo, tomó conocimiento de los avances del plan y procesos de auditoría de la empresa y sus filiales. El Comité también se abocó al estudio, análisis y aprobación de los sistemas remunerativos de los principales ejecutivos a través de otorgamiento de stock options.

## REMUNERACIÓN DE PRINCIPALES EJECUTIVOS

La remuneración de los principales ejecutivos de la compañía, incluyendo beneficios, ascendió a los MM\$ 2.819 durante el año 2010.

## PLANES DE INCENTIVO

La Sociedad entrega a sus empleados ciertos incentivos adicionales a las remuneraciones en forma de bonos. Estos premios son calculados en función de los resultados obtenidos y las metas fijadas al inicio de los períodos.

También, se han implementado ciertos planes de compensación para sus ejecutivos mediante el otorgamiento de opciones de compra sobre acciones de la compañía Matriz.

## PERSONAL DE LA SOCIEDAD Y FILIALES

### NÚMERO DE TRABAJADORES POR PAÍS AL 31.12.2010

PAÍS	GERENTES	TÉCNICOS	OTROS	TOTAL
Chile	1.667	3.401	43.381	48.449
Perú	379	3.629	15.676	19.684
Argentina	186	1.070	3.810	5.066
Colombia	140	1.566	6.449	8.155
TOTAL GENERAL	2.372	9.666	69.316	81.354

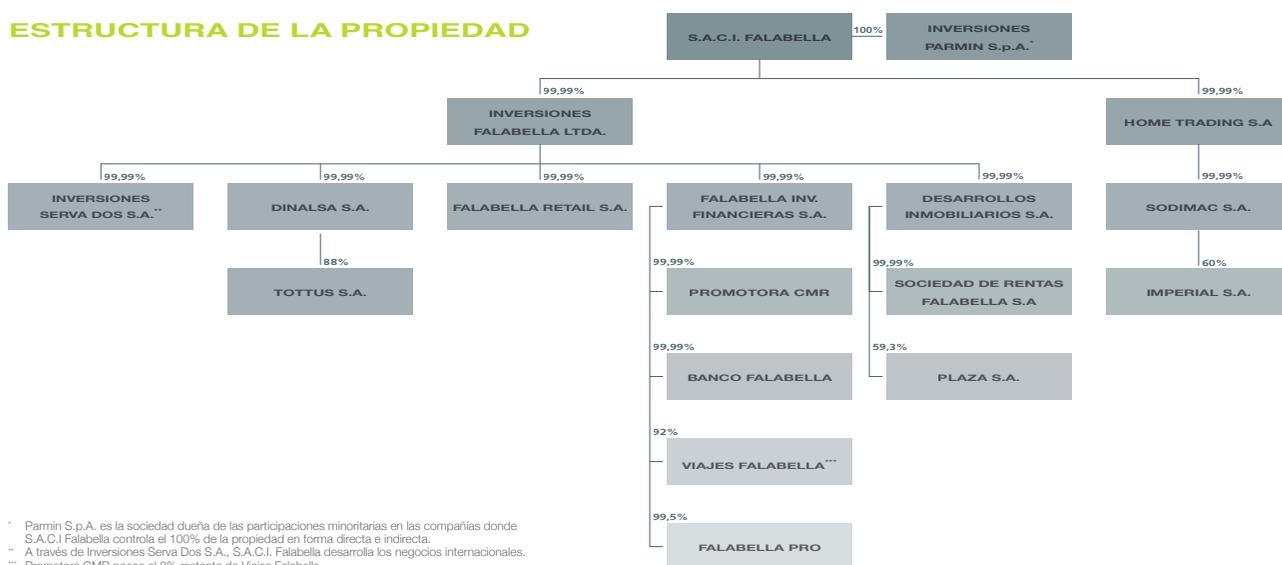
## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Los señores Directores de S.A.C.I. Falabella, previamente individualizados, se declaran responsables respecto de la veracidad de toda información incorporada en la presente Memoria Anual, y que los mismos suscriben.

# 2010

## INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD

### ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD



\* Parmin S.p.A. es la sociedad dueña de las participaciones minoritarias en las compañías donde S.A.C.I. Falabella controla el 100% de la propiedad en forma directa e indirecta.  
 \*\* A través de Inversiones Serva Dos S.A., S.A.C.I. Falabella desarrolla los negocios internacionales.  
 \*\*\* Promotora CMR posee el 8% restante de Viajes Falabella.

### RESUMEN DE LOS HECHOS RELEVANTES DEL PERÍODO

#### HECHO ESENCIAL 27 DE ENERO DE 2010

1. En sesión de de directorio celebrada con fecha 26 de enero de 2010, se acordó dejar constancia que la sociedad cuenta con un director independiente en ejercicio, señor Hernán Büchi Buc, quien designó como integrantes del Comité de Directores a los señores Sergio Cardone Solari y Alfredo Moreno Charme.
2. En la misma sesión referida, se acordó aprobar una política general sobre operaciones habituales con partes relacionadas, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 147 Letra b de la ley sobre sociedades anónimas, las que se adjuntan a la presente comunicación y que serán puestas a disposición de los accionistas en las oficinas sociales y en el sitio web de la compañía,

#### HECHO ESENCIAL 26 DE FEBRERO DE 2010

En sesión de directorio celebrada con esta fecha, el directorio de S.A.C.I. Falabella tomó conocimiento de la renuncia voluntaria presentada por el director don Alfredo Moreno Charme, la que se

hace efectiva a partir de esta fecha. Concordante con lo anterior, el Sr. Moreno deja de integrar el comité de directores de la sociedad.

#### HECHO ESENCIAL 17 DE MARZO DE 2010

En sesión extraordinaria de directorio celebrada el día de ayer, se acordó dejar constancia que el director independiente y Presidente del Comité De Directores, señor Hernán Büchi Buc, designó como integrante del Comité de Directores en reemplazo del Sr. Alfredo Moreno Charme al director Sr. José Luis del Río Goudie.

#### HECHO ESENCIAL 31 DE MARZO DE 2010

En sesión ordinaria de directorio de esta sociedad, celebrada con fecha 30 de Marzo de 2010, el Directorio acordó lo siguiente:

1. Citar a Junta Ordinaria de Accionistas para el día 27 de Abril de 2009 a las 16:00 horas en el Salón Del Inca del Hotel Galerías, ubicado en calle San Antonio N°65, piso 13, Santiago, para tratar materias propias de este tipo de juntas.
2. En lo referente a los dividendos a distribuir, el Directorio acordó proponer a la Junta Ordinaria de Accionistas el reparto de \$33.- por acción, como dividendo definitivo con cargo a las utilidades del

ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2009.

3. Aprobar el Manual de Manejo de Información de Interés, conforme lo prescrito en la Ley de Mercado de Valores y la N.C.G. NO270, el que se pondrá a disposición de los accionistas y del público en general.

#### **HECHO ESENCIAL 28 DE ABRIL DE 2010**

En Junta General Ordinaria de Accionistas de la Sociedad, celebrada el día 27 de Abril:

1. se aprobó el reparto de un dividendo definitivo con cargo a las utilidades del ejercicio 2009 de \$33 por acción. El citado dividendo se pagará el día 27 de Mayo de 2010, a los accionistas titulares de la serie única que se encuentren inscritos en el Registro de Accionistas al día 20 de mayo de 2010.

2. Se procedió a la elección de los miembros del Directorio, por un periodo de tres años, resultando elegidos los siguientes Directores: don Reinaldo Solari Magnasco, don Juan Cuneo Solari, doña María Cecilia Karlezi Solari, don Juan Carlos Cortés Solari, don Carlos Alberto Heller Solari, don Sergio Cardone Solari, don José Luis del Río Goudie, don José Pablo Arellano Marín y don Hernán Buchi Buc, siendo este último elegido en calidad de Director Independiente.

3. Por último se trataron las demás materias propias de este tipo de asambleas.

Asimismo, en Sesión de Directorio celebrada a continuación de la Junta Ordinaria de Accionistas, se acordó lo siguiente:

1. Designar como Presidente del Directorio a don Reinaldo Solari Magnasco.

2. De conformidad a lo establecido por el artículo 50 bis de la Ley 18.046 sobre Sociedades Anónimas, el Director Independiente don Hernán Buchi Buc designó como miembros del Comité de Directores a los señores don Sergio Cardone Solari y don José Pablo Arellano Marín. De esta forma, el Comité quedó compuesto por los Directores señalados y presidido por don Hernán Buchi Buc, en su calidad de Director Independiente.

#### **HECHO ESENCIAL 1 DE SEPTIEMBRE DE 2010**

En sesión ordinaria de Directorio de S.A.C.I. Falabella, celebrada con fecha 31 de agosto de 2010, se acordó el rescate anticipado total de los bonos serie E, emitidos de conformidad al Contrato de Emisión de

Bonos Desmaterializados que consta de escritura pública de fecha 29 de mayo de 2006, modificado por escritura pública de fecha 30 de junio de 2006, ambas otorgadas en la Notaría de Santiago de don Iván Torrealba Acevedo. El rescate se realizará de conformidad a lo establecido en el numeral 13 de la cláusula cuarta del contrato señalado, quedando fijado para el día 8 de octubre de 2010.

#### **HECHO ESENCIAL 14 DE SEPTIEMBRE DE 2010**

Con esta fecha, el Directorio de la filial Falabella Retail S.A. analizó las condiciones de la Oferta Pública de Adquisición de Acciones de Farmacias Ahumada S.A., iniciada por Controladora Casa Saba S.A. de C.V., cuyo aviso de inicio se publicó con fecha 31 de agosto de 2010 en los diarios El Mercurio y La Tercera. Al efecto, la filial de S.A.C.I. Falabella indicada, aceptará la oferta, que considera un precio por acción de \$1.642, y enajenará las 30.000.000.- de acciones de que es titular en Farmacias Ahumada S.A., en el marco de la Oferta Pública de Adquisición de Acciones ya referida.

#### **HECHO ESENCIAL 28 DE DICIEMBRE DE 2010**

En la sesión de directorio celebrada con fecha 28 de Diciembre, ha presentado su renuncia al cargo de Director y Presidente de S.A.C.I. Falabella don Reinaldo Solari Magnasco, la que se hará efectiva a partir del 1° de enero de 2011. El Directorio agradeció su gestión y valioso aporte al desarrollo de la empresa.

El Directorio, como consecuencia de la vacancia producida y en los términos del artículo 32 de la Ley de Sociedades Anónimas, acordó designar como director a don Carlo Solari Donaggio. Hago presente a usted que el Vicepresidente de la sociedad subrogará en el cargo de Presidente hasta la próxima Junta Ordinaria de Accionistas.

Durante la junta de accionistas ordinaria llevada a cabo el 27 de Abril de 2010 no se registraron comentarios de accionistas ni proposiciones del comité de directores

#### **COMENTARIOS Y PROPOSICIONES DE ACCIONISTAS**

No se presentaron comentarios durante la junta ordinaria de accionistas realizada en abril de 2010.



# 2010

**ESTADOS FINANCIEROS**



*f*....

# 2010

## ESTADOS FINANCIEROS

### ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CLASIFICADO	NOTA	31-DIC-10 MS	31-DIC-09 MS	01-ENE-09 MS
ACTIVOS				
Negocios no Bancarios (Presentación)				
Activos Corrientes				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	5	114.739.404	118.129.321	71.547.364
Otros Activos Financieros Corrientes	6	16.452.808	33.901.973	7.500.576
Otros Activos No Financieros, Corrientes	7	16.208.066	15.358.098	17.759.941
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes, Neto	8	980.604.331	827.719.408	884.557.558
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, Corriente	9	606.311	2.667.559	6.325.268
Inventarios, Neto	10	575.557.091	437.170.854	526.222.510
Activos por Impuestos Corrientes	11	48.335.258	35.871.055	67.581.474
Total de Activos Corrientes Distintos de los Activos o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta o como Mantenidos para Distribuir a los Propietarios		1.752.503.269	1.470.818.268	1.581.494.691
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta		-	-	-
Activos No Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta o como Mantenidos para Distribuir a los Propietarios		-	-	-
Activos, Corrientes, Total		1.752.503.269	1.470.818.268	1.581.494.691
ACTIVOS, NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros, No Corrientes		3.215	3.215	318.716
Otros Activos No Financieros, No Corrientes	18	14.817.507	11.528.927	10.152.211
Derechos por Cobrar, No Corrientes, Neto	8	210.163.277	125.156.924	128.693.451
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, No Corrientes	9	570.338	821.641	964.884
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	13	80.967.256	89.292.131	116.247.638
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía, Neto	14	149.454.845	147.108.042	143.873.351
Plusvalía	15	260.273.967	260.273.967	260.031.497
Propiedades, Planta y Equipo, Neto	16	1.253.477.688	1.186.000.057	1.259.844.999
Propiedad de Inversión, Neto	17	1.511.159.864	1.484.746.563	1.430.033.172
Activos por Impuestos Diferidos	12	34.199.100	31.761.974	78.089.618
Activos, No Corrientes, Total		3.515.087.057	3.336.693.441	3.428.249.537
Total Activos de Negocios No Bancarios		5.267.590.326	4.807.511.709	5.009.744.228
ACTIVOS SERVICIOS BANCARIOS (PRESENTACIÓN)				
Efectivo y Depósitos en Bancos	5	105.506.057	70.950.075	64.632.449
Operaciones con Liquidación en Curso	5	4.309.616	4.896.256	10.419.223
Instrumentos para Negociación	5	105.457.392	89.160.143	128.122.777
Contratos de Derivados Financieros	6	11.341.108	18.285.266	49.647.123
Adeudado por Bancos	8	-	-	31.707.456
Créditos y Cuentas por Cobrar a Clientes, Neto	8	1.043.391.549	846.678.194	866.303.626
Inversiones en Sociedades	13	1.543.659	1.552.404	1.868.735
Intangibles, Neto	14	8.783.780	9.087.135	6.612.009
Activo Fijo, Neto	16	18.738.344	18.617.642	21.796.432
Impuestos Corrientes	11	436.744	1.802.408	3.387.870
Impuestos Diferidos	12	7.727.713	5.591.334	6.064.287
Otros Activos	19	8.651.169	8.547.309	7.634.625
Total Activos Servicios Bancarios		1.315.887.131	1.075.168.166	1.198.196.612
Activos, Total		6.583.477.457	5.882.679.875	6.207.940.840

## ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CLASIFICADO	NOTA	31-DIC-10 MS	31-DIC-09 MS	01-ENE-09 MS
PATRIMONIO NETO Y PASIVOS				
NEGOCIOS NO BANCARIOS (PRESENTACIÓN)				
PASIVOS, CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros, Corrientes	20	399.996.823	372.334.570	892.113.762
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar, Corrientes	21	670.178.920	507.998.489	587.001.876
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas, Corrientes	9	2.138.222	3.754.314	4.525.163
Otras Provisiones, Corrientes	22	4.796.041	5.998.478	1.046.898
Pasivos por Impuestos, Corrientes	11	61.864.428	31.746.633	24.511.158
Provisiones Corrientes por Beneficios a los Empleados, Corrientes	23	55.155.525	42.570.358	40.022.697
Otros Pasivos no Financieros Corrientes	24	38.167.111	34.533.406	34.654.155
Total de Pasivos Corrientes		1.232.297.070	998.936.248	1.583.875.709
Pasivos, No Corrientes				
Otros Pasivos Financieros, No Corrientes	20	1.136.568.195	1.164.888.318	912.596.662
Otras Cuentas por Pagar, No Corrientes	21	2.002	63.190	3.566.707
Otras Provisiones, No Corrientes	22	635.225	416.787	100.145
Pasivo por Impuestos Diferidos	12	208.523.568	205.673.212	238.646.888
Provisiones No Corrientes por Beneficios a los Empleados	23	9.700.475	8.174.606	7.151.874
Otros Pasivos No Financieros, No Corrientes	24	28.478.930	19.235.863	19.341.127
Total de Pasivos No Corrientes		1.383.908.395	1.398.451.976	1.181.403.403
Total Pasivos de Negocios No Bancarios		2.616.205.465	2.397.388.224	2.765.279.112
PASIVOS SERVICIOS BANCARIOS (PRESENTACIÓN)				
Depósitos y Otras Obligaciones a la Vista		64.041.784	35.558.649	27.453.996
Operaciones con Liquidación en Curso	5	3.394.564	2.677.658	6.269.123
Depósitos y Otras Captaciones a Plazo	25	545.650.022	504.013.630	590.564.358
Contratos de Derivados Financieros	35	12.584.496	19.484.707	49.091.881
Obligaciones con Bancos	26	37.254.461	19.501.638	63.171.926
Instrumentos de Deuda Emitidos	27	157.889.468	72.419.905	66.861.462
Otras Obligaciones Financieras		208.742.171	200.081.834	177.252.021
Impuestos Corrientes	11	6.814.178	693.974	1.096.215
Impuestos Diferidos	12	3.053.735	3.610.260	3.578.770
Provisiones	22	2.261.848	146.479	29.345
Otros Pasivos	28	29.855.085	20.730.933	23.171.365
Total Pasivos Servicios Bancarios		1.071.541.812	878.919.667	1.008.540.462
Total Pasivos		3.687.747.277	3.276.307.891	3.773.819.574
PATRIMONIO NETO				
Capital Emitido	36	526.798.286	524.989.547	532.495.043
Ganancias (Pérdidas) Acumuladas		1.903.236.665	1.633.478.446	1.450.312.360
Primas de Emisión		20.984.541	7.673.890	3.683.699
Otras Reservas	36	(73.571.352)	(50.028.574)	3.479.694
Patrimonio Atribuible a los Propietarios de la Controladora		2.377.448.140	2.116.113.309	1.989.970.796
Participaciones No Controladoras		518.282.040	490.258.675	444.150.470
Total Patrimonio		2.895.730.180	2.606.371.984	2.434.121.266
Total de Patrimonio y Pasivos		6.583.477.457	5.882.679.875	6.207.940.840

# 2010

## ESTADOS FINANCIEROS

### ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO POR FUNCIÓN

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES	NOTA	DESDE 01.01.10 - HASTA 31.12.10 MS	DESDE 01.01.09 - HASTA 31.12.09 MS
ESTADO DE RESULTADOS			
NEGOCIOS NO BANCARIOS (PRESENTACIÓN)			
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	29	4.179.424.420	3.575.152.755
Costo de Ventas	30	(2.725.726.989)	(2.383.579.268)
Ganancia Bruta		1.453.697.431	1.191.573.487
Costos de Distribución		(46.771.346)	(43.315.519)
Gasto de Administración	31	(756.332.042)	(677.931.935)
Otros Gastos, por Función		(112.300.911)	(88.988.453)
Otras Ganancias (Pérdidas)	33	21.460.066	6.545.785
Ingresos Financieros		9.584.197	10.867.746
Costos Financieros	32	(71.211.405)	(125.007.552)
Participación en las Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos que se Contabilicen Utilizando el Método de la Participación	13	14.315.955	7.249.782
Diferencias de Cambio		1.019.096	12.187.603
Resultado por Unidades de Reajuste	32	(23.653.442)	21.506.241
Ganancia (Pérdida), Antes de Impuestos		489.807.599	314.687.185
Gasto por Impuestos a las Ganancias	12	(79.315.778)	(62.074.427)
Ganancia (Pérdida) de Negocios no Bancarios		410.491.821	252.612.758
Servicios Bancarios (Presentación)			
Ingresos por Intereses y Reajustes	29	191.042.355	167.408.823
Gastos por Intereses y Reajustes	30	(49.828.431)	(46.503.976)
Ingreso Neto por Intereses y Reajustes		141.213.924	120.904.847
Ingresos por Comisiones	29	53.836.755	46.874.764
Gastos por Comisiones	30	(7.457.444)	(4.568.789)
Ingreso Neto por Comisiones		46.379.311	42.305.975
Utilidad Neta de Operaciones Financieras		3.159.295	3.914.535
Utilidad (Pérdida) de Cambio Neta		2.102.809	1.998.899
Otros Ingresos Operacionales		6.125.615	9.533.837
Provisión por Riesgo de Crédito	30	(39.914.357)	(54.140.015)
Total Ingreso Operacional Neto		159.066.597	124.518.078
Remuneraciones y Gastos del Personal	31	(41.188.618)	(32.922.706)
Gastos de Administración	31	(46.884.230)	(47.465.773)
Depreciaciones y Amortizaciones	31	(8.206.721)	(5.362.476)
Otros Gastos Operacionales	31	(6.138.444)	(5.073.893)
Total Gastos Operacionales		(102.418.013)	(90.824.848)
Resultado Operacional		56.648.584	33.693.230
Resultado por Inversiones en Sociedades	13	304.329	332.821
Resultado Antes de Impuesto a la Renta		56.952.913	34.026.051
Impuesto a la Renta	12	(14.166.560)	(10.232.490)
Ganancia (Pérdida) de Servicios Bancarios		42.786.353	23.793.561
Ganancia (Pérdida)		453.278.174	276.406.319
GANANCIA (PÉRDIDA), ATRIBUIBLE A			
Ganancia (Pérdida), Atribuible a los Propietarios de la Controladora	34	413.346.824	244.457.776
Ganancia (Pérdida), Atribuible a Participaciones no Controladoras		39.931.350	31.948.543
Ganancia (Pérdida)		453.278.174	276.406.319
GANANCIAS POR ACCIÓN			
Ganancia por Acción Básica			
Ganancia (Pérdida) por Acción Básica en Operaciones Continuas	34	0,1721	0,1022
Ganancia (Pérdidas) por Acción Básica en Operaciones Discontinuas			
Ganancia (Pérdida) por Acción Básica			
Ganancias por Acción Diluidas			
Ganancias (Pérdida) Diluida por Acción Procedente de Operaciones Continuas	34	0,1698	0,1004
Ganancias (Pérdida) Diluida por Acción Procedentes de Operaciones Discontinuas			
Ganancias (Pérdida) Diluida por Acción			

## ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES CONSOLIDADO

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL	DESDE 01.01.10 - HASTA 31.12.10 MS	DESDE 01.01.09 - HASTA 31.12.09 MS
Ganancia (Pérdida)	453.278.174	276.406.319
Ajustes por Diferencias de Cambio de Conversión	(38.150.900)	(78.551.909)
Otro Resultado Integral, Antes De Impuestos, Diferencias De Cambio Por Conversión	(38.150.900)	(78.551.909)
Ganancias (Pérdidas) por Coberturas de Flujos de Efectivo, Antes de Impuestos	(2.239.618)	(567.736)
Otro Resultado Integral, Antes de Impuestos, Coberturas del Flujo de Efectivo	(2.239.618)	(567.736)
Otros Componentes de Otro Resultado Integral, Antes de Impuestos	(40.390.518)	(79.119.645)
Impuestos a las ganancias relacionado con cobertura de flujo de efectivo de otro resultado integral	380.735	96.515
Suma de impuestos a las ganancias relacionados con componentes de otro resultado integral	380.735	96.515
Otro Resultado Integral	(40.009.783)	(79.023.130)
Resultado Integral Total	413.268.391	197.383.189
Resultado Integral Atribuible a los Propietarios de la Controladora	385.245.026	173.848.112
Resultado Integral Atribuible a Participaciones no Controladoras	28.023.365	23.535.077
Resultado Integral Total	413.268.391	197.383.189

# 2010

## ESTADOS FINANCIEROS

### ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO

	CAPITAL EMITIDO	PRIMAS DE EMISIÓN	ACCIONES PROPIAS EN CARTERA	OTRAS PARTICIPACIONES EN EL PATRIMONIO	SUPERÁVIT DE REEVALUACIÓN	RESERVAS POR DIFERENCIAS DE CAMBIO POR CONVERSIÓN
Saldo Inicial Período Actual 01/01/2010	524.989.547	7.673.890				(70.138.443)
Saldo Inicial Reexpresado	524.989.547	7.673.890				(70.138.443)
Cambios en patrimonio						
Resultado Integral						
Ganancia (pérdida)						
Otro resultado integral						(26.242.915)
Resultado integral						(26.242.915)
Emisión de patrimonio	1.808.739	13.310.651				
Dividendos						
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios						
Total de cambios en patrimonio	1.808.739	13.310.651				(26.242.915)
Saldo Final Período Actual 31/12/2010	526.798.286	20.984.541				(96.381.358)

	CAPITAL EMITIDO	PRIMAS DE EMISIÓN	ACCIONES PROPIAS EN CARTERA	OTRAS PARTICIPACIONES EN EL PATRIMONIO	SUPERÁVIT DE REEVALUACIÓN	RESERVAS POR DIFERENCIAS DE CAMBIO POR CONVERSIÓN
Saldo Inicial Período Actual 01/01/2009	532.495.043	3.683.699				
Saldo Inicial Reexpresado	532.495.043	3.683.699				
Cambios en patrimonio						
Resultado Integral						
Ganancia (pérdida)						
Otro resultado integral						(70.138.443)
Resultado integral						(70.138.443)
Emisión de patrimonio	1.067.128	7.673.890				
Dividendos						
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	(8.572.624)	(3.683.699)				
Total de cambios en patrimonio	(7.505.496)	3.990.191				(70.138.443)
Saldo Final Período Actual 31/12/2009	524.989.547	7.673.890				(70.138.443)

RESERVAS DE COBERTURAS DE FLUJO DE CAJA	RESERVAS DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS POR PLANES DE BENEFICIOS DEFINIDOS	RESERVAS DE GANANCIAS O PÉRDIDAS EN LA REMEDICIÓN DE ACTIVOS FINANCIEROS DISPONIBLES PARA LA VENTA	OTRAS RESERVAS VARIAS	OTRAS RESERVAS	GANANCIAS (PÉRDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA	PARTICIPACIONES NO CONTROLADORAS	PATRIMONIO TOTAL
(471.221)			20.581.090	(50.028.574)	1.633.478.446	2.116.113.309	490.258.675	2.606.371.984
(471.221)			20.581.090	(50.028.574)	1.633.478.446	2.116.113.309	490.258.675	2.606.371.984
					413.346.824	413.346.824	39.931.350	453.278.174
(1.858.883)				(28.101.798)		(28.101.798)	(11.907.985)	(40.009.783)
(1.858.883)				(28.101.798)	413.346.824	385.245.026	28.023.365	413.268.391
						15.119.390		15.119.390
					(19.584.559)	(19.584.559)		(19.584.559)
			4.559.020	4.559.020	(124.004.046)	(119.445.026)		(119.445.026)
(1.858.883)			4.559.020	(23.542.778)	269.758.219	261.334.831	28.023.365	289.358.196
(2.330.104)			25.140.110	(73.571.352)	1.903.236.665	2.377.448.140	518.282.040	2.895.730.180

RESERVAS DE COBERTURAS DE FLUJO DE CAJA	RESERVAS DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS POR PLANES DE BENEFICIOS DEFINIDOS	RESERVAS DE GANANCIAS O PÉRDIDAS EN LA REMEDICIÓN DE ACTIVOS FINANCIEROS DISPONIBLES PARA LA VENTA	OTRAS RESERVAS VARIAS	OTRAS RESERVAS	GANANCIAS (PÉRDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA	PARTICIPACIONES NO CONTROLADORAS	PATRIMONIO TOTAL
			3.479.694	3.479.694	1.450.312.360	1.989.970.796	444.150.470	2.434.121.266
			3.479.694	3.479.694	1.450.312.360	1.989.970.796	444.150.470	2.434.121.266
					244.457.776	244.457.776	31.948.543	276.406.319
(471.221)				(70.609.664)		(70.609.664)	(8.413.466)	(79.023.130)
(471.221)				(70.609.664)	244.457.776	173.848.112	23.535.077	197.383.189
						8.741.018		8.741.018
					(1.586.290)	(1.586.290)		(1.586.290)
			17.101.396	17.101.396	(59.705.400)	(54.860.327)	22.573.128	(32.287.199)
(471.221)			17.101.396	(53.508.268)	183.166.086	126.142.513	46.108.205	172.250.718
(471.221)			20.581.090	(50.028.574)	1.633.478.446	2.116.113.309	490.258.675	2.606.371.984

# 2010

## ESTADOS FINANCIEROS

### ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO CONSOLIDADO

SVS ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO DIRECTO	31-DIC-10 M\$	31-DIC-09 M\$
ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO		
FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		
NEGOCIOS NO BANCARIOS (PRESENTACIÓN)		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	5.189.809.177	4.470.403.985
CLASES DE PAGOS		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(4.342.200.593)	(3.782.262.966)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(280.213.349)	(225.729.489)
Dividendos recibidos	2.594.614	3.906.337
Intereses pagados	(31.016.705)	(55.057.095)
Intereses recibidos	3.891.926	3.844.652
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(69.586.564)	(54.693.972)
Otras entradas (salidas) de efectivo	(95.109.678)	(85.546.917)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación de negocios no bancarios	378.168.828	274.864.535
SERVICIOS BANCARIOS (PRESENTACIÓN)		
Utilidad (pérdida) consolidada del período	42.707.349	23.782.761
CARGOS (ABONOS) A RESULTADOS QUE NO SIGNIFICAN MOVIMIENTOS DE EFECTIVO:		
Depreciaciones y amortizaciones	8.206.721	5.362.476
Provisiones por riesgo de crédito	42.566.451	56.316.667
Utilidad neta en venta de activos fijos	25.697	-
Otros cargos (abonos) que no significan movimiento de efectivo	(9.996.152)	(29.351.643)
Variación neta de intereses, reajustes y comisiones devengadas sobre activos y pasivos	(11.084.593)	1.131.428
(Aumento) disminución neta en adeudado por bancos	3.904.629	30.896.393
(Aumento) disminución en créditos y cuentas por cobrar a clientes	(201.583.772)	(24.105.204)
(Aumento) disminución neta de instrumentos para negociación	43.128	1.755.501
Aumento (disminución) de depósitos y otras obligaciones a la vista	67.755.086	2.348.688
Aumento (disminución) de depósitos y otras captaciones a plazo	8.020.869	(78.292.363)
Aumento (disminución) de obligaciones con bancos	2.335.560	(24.706.282)
Otros	(3.567.200)	(1.031.230)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de la operación servicios bancarios	(50.666.227)	(35.892.808)
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	327.502.601	238.971.727
FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
NEGOCIOS NO BANCARIOS (PRESENTACIÓN)		
Flujos de efectivo procedentes de la pérdida de control de subsidiarias u otros negocios	49.260.000	17.350.341
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	-	(23.795.091)
Préstamos a entidades relacionadas	-	(743.675)
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	3.544.320	2.590.247
Compras de propiedades, planta y equipo	(148.688.050)	(86.325.182)
Compras de activos intangibles	(6.060.755)	(2.448.071)
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	-	4.879.368
Compras de otros activos a largo plazo	(40.117.113)	(23.267.314)
Cobros a entidades relacionadas	1.755.609	-
Otras entradas (salidas) de efectivo	(14.461.285)	7.809.353
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión de negocios no bancarios	(154.767.274)	(103.950.024)

## ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO CONSOLIDADO

SVS ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO DIRECTO	31-DIC-10 M\$	31-DIC-09 M\$
SERVICIOS BANCARIOS (PRESENTACIÓN)		
(Aumento) disminución neta de instrumentos de inversión disponibles para la venta	-	(702)
Compras de activos fijos	(5.031.151)	(4.013.819)
Dividendos recibidos de inversiones en sociedades	6.813	4.483
(Aumento) disminución neta de otros activos y pasivos	(256.980)	(1.996.052)
Otros	(64.672)	(94.984)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión servicios bancarios	(5.345.990)	(6.101.074)
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(160.113.264)	(110.051.098)
FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Importes procedentes de la emisión de acciones	15.119.390	8.741.017
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	1.248.170.257	1.271.439.699
Total importes procedentes de préstamos	1.248.170.257	1.271.439.699
Pagos de préstamos	(1.329.963.394)	(1.250.983.471)
Dividendos pagados	(90.160.896)	(78.406.674)
Intereses pagados	(62.231.982)	(49.612.605)
Otras entradas (salidas) de efectivo	(6.088.420)	(23.041.957)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación de negocios no bancarios	(225.155.045)	(121.863.991)
SERVICIOS BANCARIOS (PRESENTACIÓN)		
Emisión de letras de crédito	69.218.325	12.304.300
Emisión de bonos	27.145.611	-
Otros préstamos obtenidos a largo plazo	3.109.258	4.927.956
Otros	27.145.611	-
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación servicios bancarios	106.583.585	10.998.399
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	(118.571.460)	(110.865.592)
Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	48.817.877	18.055.037
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo		
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(2.658.109)	(4.910.216)
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	46.159.768	13.144.821
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	280.458.137	267.313.316
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	326.617.905	280.458.137



2010

**EMPRESAS FILIALES Y COLIGADAS**



*f*....

# 2010

## FILIALES

### FILIALES

#### HOME TRADING S.A

HOME TRADING S.A. es una sociedad anónima cerrada, constituida por escritura pública el 31 de Julio de 2002, ante el Notario Público don Alberto Mozo Aguilar.

#### OBJETO SOCIAL

- a) La Búsqueda, registro y comercialización de marcas y patentes comerciales, proyectos de inversión, programas computacionales, y en general cualquier otra creación, y la búsqueda de productos, mercaderías y servicios para el desarrollo de sociedades cuyo giro corresponda a centros para el mejoramiento del hogar.
- b) La compra y venta de toda clase de bienes corporales o incorporeales, tales como, acciones, bonos, debentures, cuotas o derechos en sociedades y cualquier clase de títulos y/o valores mobiliarios. En el desarrollo de su objeto social, la sociedad podrá invertir en todo tipo de sociedades cuyo giro sea complementario al objeto social

#### EJECUTIVOS DE LA EMPRESA

PRESIDENTE: Sr. Juan Cuneo S.  
DIRECTORES: Sr. Juan Benavides F.  
Sr. Sandro Solari D.  
GERENTE GENERAL: Sr. Sandro Solari D.

#### HOME TRADING

MMS	2010	2009
Total Activos	863.526	802.108
Total Pasivos	295.313	287.960
Patrimonio	568.213	514.149
Utilidad del Ejercicio	80.223	49.734

#### FALABELLA SUCURSAL URUGUAY S.A

Constituida como sucursal de S.A.C.I. Falabella el 28 de Junio de 1999 en la República Oriental del Uruguay.

#### OBJETO SOCIAL

El objeto de la sociedad es la instalación y explotación de establecimientos comerciales, fábricas, compraventa, distribución, importación y exportación de productos en grandes tiendas, almacenes y supermercados y la realización de todo tipo de negocios inmobiliarios, ya sea en Uruguay o en el extranjero.

#### EJECUTIVOS DE LA EMPRESA

PRESIDENTE: Sr. Cristian Lewin G.  
DIRECTOR: Sr. Alberto Morgan L.  
Sr. Alejandro González D.

#### FALABELLA SUCURSAL URUGUAY S.A :

MMS	2010	2009
Total Activos	5.219	13.280
Total Pasivos	167	9.340
Patrimonio	5.052	3.940
Utilidad del Ejercicio	1.112	10.988

**INVERSIONES FALABELLA LTDA.**

INVERSIONES FALABELLA LTDA. es una sociedad de responsabilidad limitada, conforme a lo establecido en el Código de Comercio y Civil Ley 3.918. Constituida según escritura pública de fecha dos de mayo de dos mil ocho ante el notario público suplente de Santiago don Guillermo Le-Fort Campos

**OBJETO SOCIAL**

La inversión en toda clase de acciones, bonos, debentures, cuotas o derechos en sociedades y cualquier título y/o valores mobiliarios y otros valores mobiliarios de renta, pudiendo administrar dichos bienes, realizar inversión en toda clase de bienes raíces y la explotación y arrendamiento para obtener rentas de todos aquellos bienes. Para cumplir su objetivo, la sociedad podrá efectuar todas las operaciones, celebrar todos los contratos, y en general, ejecutar todos los actos que sean convenientes y/o necesarios a juicio del o los administradores.

**EJECUTIVOS DE LA EMPRESA**

REPRESENTANTE LEGAL: Juan Cuneo S.  
Juan Benavides F.  
Juan Pablo Montero S.  
Jordi Gaju N.  
Alejandro González D.

**INVERSIONES FALABELLA LTDA.**

MMS	2010	2009
Total Activos	5.983.643	5.296.313
Total Pasivos	3.307.299	2.749.818
Patrimonio	2.676.344	2.546.494
Utilidad del Ejercicio	389.661	256.357

**INVERSIONES PARMIN SPA.**

INVERSIONES PARMIN SpA es una sociedad por acciones, conforme a lo establecido en el Párrafo octavo del Título VII del Libro II del Código de Comercio. Fue constituida con fecha 02 de Mayo de 2008 ante el notario público suplente de Santiago don Guillermo Le-Fort Campos.

**OBJETO SOCIAL**

Inversión, a cualquier título, en toda clase de bienes corporales e incorporales, raíces o muebles; en valores mobiliarios, bonos, debentures, pagarés u otros documentos financieros comerciales; como asimismo su explotación y administración; la participación en toda clase de sociedades, civiles y comerciales, ya sean colectivas, en comandita, pudiendo concurrir como socia comanditaria o gestora en éstas últimas, anónimas, por acciones o responsabilidad limitada, cualquiera sea su objeto.

**EJECUTIVOS DE LA EMPRESA**

Administradores: Juan Cuneo S.  
Juan Benavides F.  
Juan Pablo Montero S.  
Jordi Gaju N.  
Alejandro Gonzalez D.

**INVERSIONES PARMIN SPA.**

MMS	2010	2009
Total Activos	1.010.630	902.235
Total Pasivos	127.403	97.730
Patrimonio	883.227	804.505
Utilidad del Ejercicio	170.124	118.015

# 2010

## COLIGADAS

### COLIGADAS

#### ITALMOD

Fabricación, confección, importación y explotación de toda clase de artículos de vestuario.

#### DIRECTORIO Y ADMINISTRACIÓN

PRESIDENTE: Juan Cuneo S.  
DIRECTORES: Cristián Lewin G.  
Arturo Strazza F.  
Ernesto Strazza S.  
Daniel Salgado  
GERENTE: Arturo Strazza F.

#### SODIMAC COLOMBIA

Venta y comercialización de productos y servicios para la construcción, decoración, remodelación y dotación del hogar y sus complementos.

#### DIRECTORIO Y ADMINISTRACIÓN

PRESIDENTE:  
DIRECTORES:  
GERENTE:

#### AVENTURA PLAZA

Desarrollo y Administración de centros comerciales en Perú

#### DIRECTORIO Y ADMINISTRACIÓN

PRESIDENTE: Sergio Cardone S.  
DIRECTORES: Cristóbal Irrarázabal  
Lázaro Calderón  
Andrés Calderón  
Miguel Palomino  
GERENTE: Cristián Somarriva

La información financiera de las sociedades coligadas se presenta a continuación.

#### INFORMACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2010

ASOCIADA	TOTAL ACTIVOS CORRIENTES MS	TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES MS	TOTAL PASIVOS CORRIENTES MS	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES MS	PATRIMONIO MS	RESULTADO DEL EJERCICIO MS	PARTICIPACIÓN %
Sodimac Colombia S.A.	106.795.521	147.048.544	98.617.878	87.347.119	67.879.068	25.188.762	49,00%
Aventura Plaza S.A.	10.932.568	112.370.144	2.974.932	57.291.736	63.036.044	1.186.870	60,00%
Italmod S.A.	10.026.336	3.155.377	2.991.230	521.498	9.668.985	1.291.897	50,00%

## ESTADÍSTICA ACCIONES

	# ACCIONES	VOLUMEN	PRECIO PROMEDIO
1T 2009	61.623.426	110.772.143.121	1.798
2T 2009	75.645.434	160.001.528.909	2.115
3T 2009	45.957.489	104.002.619.708	2.263
4T 2009	127.812.171	325.831.811.465	2.549
1T 2010	63.989.128	194.426.291.916	3.038
2T 2010	69.420.915	229.775.137.610	3.310
3T 2010	108.884.191	453.450.139.742	4.165
4T 2010	112.914.372	549.378.222.635	4.865

## REMUNERACIONES DIRECTORES SACI FALABELLA

R.U.T.	DIRECTOR	DIETAS 2010 MS	COMITÉ 2010 MS	PARTICIPACIÓN 2010 MS	OTROS 2010 MS	TOTAL 2010 MS	TOTAL 2009 MS
1.720.069-0	Reinaldo Solari Magnasco	5.651	-	158.580	124.862	289.093	253.872
3.066.418-3	Juan Cuneo Solari	5.651	-	79.290	124.862	209.803	191.453
5.082.229-K	Sergio Cardone Solari	5.651	26.926	79.290		111.867	69.653
5.718.666-6	Hernan Buchi Buc	5.651	27.391	79.290		112.332	69.653
8.717.000-4	Carlos Heller Solari	5.651	-	79.290		84.941	67.787
7.017.522-3	Juan Carlos Cortés Solari	5.651	-	79.290		84.941	67.787
4.773.832-6	Jose Luis del Río Goudie	5.651	-	79.290		84.941	67.787
6.992.929-K	Alfredo Moreno Charme	929	26.895	79.290		107.114	69.653
7.005.097-8	María Cecilia Karlezi Solari	5.651	-	79.290		84.941	67.787
6.066.460-9	José Pablo Arellano Marín	3.788	496			4.284	
TOTAL		49.922	81.709	792.900		1.174.254	925.431

## REMUNERACIONES DIRECTORES DE FILIALES

RUT	DIRECTORES	DINALSA MS	MALLS MS	SODIMAC MS	CMR MS	BANCO MS	2010 MS	2009 MS
3.066.418-3	Juan Cuneo Solari		25.430	5.085	4.660		35.175	35.205
5.082.229-K	Sergio Cardone Solari		25.430			3.794	29.224	30.739
8.717.000-4	Carlos Heller Solari			5.085			5.085	4.618
7.017.522-3	Juan Carlos Cortés Solari	3.762		5.808	844		10.414	15.355
4.773.832-6	Jose Luis del Río Goudie			5.085	2.115		7.200	7.141
6.066.460-9	Jose Pablo Arellano Marín	3.311	17.048	3.794	1.694		25.847	
6.992.929-K	Alfredo Moreno Charme	464	4.179	1.212	840		6.694	39.644
7.005.097-8	María Cecilia Karlezi Solari	4.722		5.085	2.953		12.759	13.827
	TOTALES	12.258	72.088	31.153	13.106	3.794	132.398	146.530

# 2010

## INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD

### TRANSACCIÓN DE RELACIONADOS

VENDEDOR / RELACIÓN	FECHA TRANSACCION	N° ACCIONES TRANSADAS	PRECIO UNITARIO	MONTO TRANSACCION
2010				
GONZALO SOMOZA GARCIA / EJECUTIVO	24/12/2010	10.000	5.200	52.000.000
ALEJANDRO GONZALEZ CHRIST / EJECUTIVO	23/12/2010	1.645	5.170	8.504.650
GONZALO SOMOZA GARCIA / EJECUTIVO	23/12/2010	5.000	5.200	26.000.000
CARLOS HELLER SOLARI / CONTROLADOR	20/12/2010	200.000	5.324	1.064.736.000
CARLOS HELLER SOLARI / CONTROLADOR	20/12/2010	15.000	5.363	80.445.650
MANUEL REYES CASTRO / EJECUTIVO	20/12/2010	4.000	5.280	21.120.187
JORGE FUENZALIDA DÁVILA / EJECUTIVO	20/12/2010	20.000	5.270	105.400.000
MIGUEL ARRAU GARCIA-HUIDOBRO / EJECUTIVO	17/12/2010	46.667	5.125	239.167.815
DANNY SZANTO NAREA / EJECUTIVO	17/12/2010	13.333	5.203	69.372.932
CARLOS HELLER SOLARI / CONTROLADOR	17/12/2010	200.000	5.218	1.043.500.000
MARCELO FERNANDINO PAGUEGUY / EJECUTIVO	15/12/2010	40.000	4.985	199.404.000
CRISTIÁN FUENZALIDA STOLZENBACH / EJECUTIVO	15/12/2010	36.000	4.985	179.463.600
FRANCISCO INFANTE FERNÁNDEZ / EJECUTIVO	14/12/2010	33.333	4.902	163.411.699
GERARDO ECHECOPAR KOECHLIN / EJECUTIVO	14/12/2010	18.333	4.902	89.875.699
FRANCISCO INFANTE FERNÁNDEZ / EJECUTIVO	14/12/2010	77.555	4.878	378.308.257
MARCO ANATIBIA LEIVA / EJECUTIVO	14/12/2010	26.667	4.902	130.732.301
EDUARDO ISAACSON PLAZA / EJECUTIVO	13/12/2010	20.000	4.785	95.700.000
NICOLAS DROGUETT QUEZADA / EJECUTIVO	01/12/2010	17.504	4.724	82.696.020
ANDREA HELLER SOLARI / CONTROLADOR	01/12/2010	627.341	4.701	2.948.816.371
NICOLAS DROGUETT QUEZADA / EJECUTIVO	29/11/2010	5.829	4.720	27.512.880
OMAR VILLENA NORAMBUENA / EJECUTIVO	25/11/2010	14.667	4.798	70.372.266
RAPALLO S.A. / CONTROLADOR	24/11/2010	10.000	4.811	48.110.000
GERARDO ECHECOPAR KOECHLIN / EJECUTIVO	24/11/2010	5.000	4.815	24.075.000
ADOLFO ERRAZURIZ RIVAS / EJECUTIVO	24/11/2010	13.333	4.763	63.498.413
RAPALLO S.A. / CONTROLADOR	23/11/2010	135.000	4.728	638.225.000
RAPALLO S.A. / CONTROLADOR	19/11/2010	150.000	4.691	703.615.000
ANDREA HELLER SOLARI / CONTROLADOR	18/11/2010	500.000	4.702	2.350.900.000
JUAN BENAVIDES FELIU / EJECUTIVO	18/11/2010	170.000	4.686	796.613.200
ANDREA HELLER SOLARI / CONTROLADOR	19/10/2010	500.000	4.580	2.290.000.000
ALEJANDRO CUEVAS MERINO / EJECUTIVO	19/10/2010	30.000	4.580	137.400.000
NANCY MEZA DE AMAYO / EJECUTIVO	15/10/2010	23.333	4.595	107.209.955
ASESORÍAS E INVERSIONES BAROLO LIMITADA / CONTROLADOR	14/10/2010	2.707.301	4.600	12.454.073.427
ASESORÍAS E INVERSIONES BRUNELLO LIMITADA / CONTROLADOR	14/10/2010	2.707.301	4.600	12.453.584.600
ASESORÍAS E INVERSIONES SANGIOVESE LIMITADA / CONTROLADOR	14/10/2010	2.707.300	4.600	12.453.580.000
INMOBILIARIA TIBERIO LIMITADA / CONTROLADOR	14/10/2010	2.723.902	4.604	12.541.234.637
INMOBILIARIA TIBERIO DOS LIMITADA / CONTROLADOR	14/10/2010	3.000.000	4.600	13.800.770.799
INVERSIONES MENEVADO LIMITADA / CONTROLADOR	14/10/2010	1.975.001	4.613	9.111.207.847
MEGEVE CONSULTING S.A. / CONTROLADOR	14/10/2010	1.179.195	4.604	5.429.249.619
ELSA HUARCAYA PRO / EJECUTIVO	14/10/2010	23.333	4.700	109.667.107
INVERSIONES HCQ S.A. / CONTROLADOR	08/10/2010	900.000	4.723	4.250.376.000
RODRIGO BRAVO MORALES / EJECUTIVO	06/10/2010	23.333	4.740	110.598.420

VENDEDOR / RELACIÓN				
2010	FECHA TRANSACCION	N° ACCIONES TRANSADAS	PRECIO UNITARIO	MONTO TRANSACCION
PETRICIO SILVA PÉREZ / EJECUTIVO	04/10/2010	33.333	4.759	158.631.747
FERNANDO CASADO ALLER / EJECUTIVO	04/10/2010	46.667	4.790	223.534.930
CLAUDIO CISTERNAS DUQUE / EJECUTIVO	04/10/2010	46.667	4.740	221.201.580
CRISTÓBAL IRARRÁZABAL PHILIPPI / EJECUTIVO	29/09/2010	53.333	4.821	257.098.126
RICARDO ZIMERMAN HELLER / EJECUTIVO	28/09/2010	33.333	4.700	156.665.100
JUAN LUIS MINGO SALAZAR / EJECUTIVO	28/09/2010	33.333	4.683	156.100.106
INVERSIONES HCQ S.A. / CONTROLADOR	23/09/2010	900.000	4.502	4.051.980.000
MIGUEL ARRAU GARCÍA-HUIDOBRO / EJECUTIVO	21/09/2010	100.000	4.715	471.483.000
MIGUEL ARRAU GARCÍA-HUIDOBRO / EJECUTIVO	09/09/2010	30.000	4.490	134.700.330
JUAN ESPINOSA FUENTES / EJECUTIVO	08/09/2010	48.000	4.431	212.703.840
LUIS FELIPE TRONCOSO MONTEGU / EJECUTIVO	07/09/2010	20.000	4.428	88.552.000
SANDRO SOLARI DONAGGIO / EJECUTIVO	07/09/2010	72.000	4.428	318.787.200
LUIS FELIPE RIOS REYES / EJECUTIVO	07/09/2010	26.667	4.428	118.070.809
GONZALO SOMOZA GARCIA / EJECUTIVO	03/09/2010	56.000	4.420	247.520.000
ENRIQUE GUNDERMANN WYLIE / EJECUTIVO	02/09/2010	20.000	4.320	86.400.000
ENRIQUE GUNDERMANN WYLIE / EJECUTIVO	01/09/2010	20.000	4.270	85.400.000
FRANCISCO VALLAURI FLORES / EJECUTIVO	01/09/2010	40.000	4.270	170.796.000
GONZALO DE PABLO ROSSELOT / EJECUTIVO	20/07/2010	46.667	4.130	192.734.710
EMILIO VAN OORDT MARTÍNEZ / EJECUTIVO	20/07/2010	23.333	4.125	96.248.625
AGUSTÍN SOLARI ALVAREZ / EJECUTIVO	20/07/2010	56.000	4.101	229.661.600
BETHIA S.A. / CONTROLADOR	20/07/2010	7.000.000	4.150	29.050.260.000
JUAN CORREA MALACHOWSKI / EJECUTIVO	19/07/2010	40.000	3.990	159.585.200
JUAN MONTERO SCHEPELER / EJECUTIVO	19/07/2010	72.000	4.010	288.727.200
BETHIA S.A. / CONTROLADOR	15/07/2010	6.000.000	4.010	24.060.000.000
FRANCISCO TORRES LARRAÍN / EJECUTIVO	13/07/2010	10.000	3.999	39.990.000
DANIEL LAZO VARAS / EJECUTIVO	13/07/2010	33.333	3.995	133.165.335
FRANCISCO TORRES LARRAÍN / EJECUTIVO	12/07/2010	36.667	3.974	145.725.841
PAOLA BRUZZONE GOLDSMITH / EJECUTIVO	07/07/2010	33.333	3.784	126.141.072
BRIAN BRENTA CARRERE / EJECUTIVO	06/07/2010	23.333	3.675	85.748.775
SEBASTIAN ARAYA OLIVOS / EJECUTIVO	01/07/2010	26.667	3.521	93.883.840
ALEJANDRO GONZALEZ CHRIST / EJECUTIVO	23/06/2010	26.667	3.552	94.721.850
CARLOS VIZCAYA ALTAMIRANO / EJECUTIVO	16/06/2010	23.333	3.444	80.355.856
INVERSIONES HCQ S.A. / CONTROLADOR	09/06/2010	1.200.000	3.409	4.091.307.025
ALEJANDRO ARZE SAFIAN / EJECUTIVO	01/06/2010	33.333	3.375	112.495.875
PATRICIA BARREIRO FITZGERALD / EJECUTIVO	20/04/2010	25.000	3.157	78.932.000
PATRICIA BARREIRO FITZGERALD / EJECUTIVO	19/04/2010	10.000	3.146	31.460.000
PATRICIA BARREIRO FITZGERALD / EJECUTIVO	16/04/2010	35.209	3.182	112.037.855
PATRICIA BARREIRO FITZGERALD / EJECUTIVO	15/04/2010	63.125	3.198	201.904.681
MARCELO FERNANDINO PAGUEGUY / EJECUTIVO	15/04/2010	33.500	3.200	107.200.000
ADRIANA BRANCOLI POBLETE / EJECUTIVO	14/04/2010	9.554	3.149	30.085.546
GERMÁN MENÉNDEZ PAGLIOTTI / EJECUTIVO	14/04/2010	100.000	3.149	314.900.000

# 2010

## INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD

VENDEDOR / RELACIÓN	FECHA TRANSACCION	N° ACCIONES TRANSADAS	PRECIO UNITARIO	MONTO TRANSACCION
2010				
RICARDO ALONSO ROMERO / EJECUTIVO	14/04/2010	66.666	3.149	209.931.234
JAVIER INFANTE FERNÁNDEZ / EJECUTIVO	14/04/2010	20.000	3.150	63.000.000
PATRICIO SILVA PEREZ / EJECUTIVO	14/04/2010	29.333	3.149	92.369.617
ISABELLA DALLAGO MUÑOZ / EJECUTIVO	14/04/2010	19.069	3.150	60.067.350
ALEJANDRO INZUNZA ULLOA / EJECUTIVO	14/04/2010	20.000	3.149	62.980.000
JORG VILLARROELE BARRERA / EJECUTIVO	14/04/2010	35.556	3.149	111.965.844
PABLO MEZA MARTÍNEZ / EJECUTIVO	14/04/2010	35.000	3.149	110.215.000
MACARENA PRIETO MÉNDEZ / EJECUTIVO	14/04/2010	10.000	3.149	31.490.000
JUAN BENAVIDES FELIÚ / EJECUTIVO	13/04/2010	20.000	3.105	62.100.000
MARÍA JOSÉ NEF SIEVERS / EJECUTIVO	13/04/2010	10.000	3.105	31.050.000
ADRIANA BRANCOLI POBLETE / EJECUTIVO	13/04/2010	10.446	3.105	32.434.830
MACARENA PRIETO MÉNDEZ / EJECUTIVO	13/04/2010	23.333	3.105	72.448.965
EDUARDO MIZÓN FRIEDEMANN / EJECUTIVO	13/04/2010	75.000	3.105	232.875.000
PABLO MEZA MARTÍNEZ / EJECUTIVO	13/04/2010	80.187	3.105	248.980.635
ALEX ZIMMERMANN FRANCO / EJECUTIVO	13/04/2010	33.500	3.110	104.185.000
ALBERTO GARY RODRIGUEZ / EJECUTIVO	12/04/2010	66.333	3.104	205.890.999
JUAN BENAVIDES FELIU / EJECUTIVO	12/04/2010	30.000	3.104	93.117.000
MARÍA JOSÉ NEF SIEVERS / EJECUTIVO	12/04/2010	23.333	3.104	72.423.299
ALEJANDRO NATHO GAMBOA / EJECUTIVO	12/04/2010	58.333	3.104	181.059.799
PABLO MEZA MARTÍNEZ / EJECUTIVO	12/04/2010	30.000	3.110	93.300.000
PABLO MEZA MARTÍNEZ / EJECUTIVO	09/04/2010	8.146	3.100	25.252.600
JUAN PABLO MONTERO SCHEPELER / EJECUTIVO	08/04/2010	65.869	3.100	204.200.487
RUBEN ESCUDERO PINTO / EJECUTIVO	08/04/2010	34.500	3.091	106.639.845
PATRICIO SIVA PÉREZ / EJECUTIVO	08/04/2010	27.000	3.100	83.702.700
CRISTIAN LANGE GUILLEN / EJECUTIVO	08/04/2010	83.200	3.100	257.928.320
CLAUDIO CISTERNAS DUQUE / EJECUTIVO	08/04/2010	45.000	3.100	139.504.500
JORGE VILLARROEL BARRERA / EJECUTIVO	07/04/2010	44.556	3.102	138.233.208
SANDRO SOLARI DONAGGIO / EJECUTIVO	07/04/2010	50.000	3.102	155.123.000
JUAN BENAVIDES FELIU / EJECUTIVO	07/04/2010	40.000	3.102	124.098.400
JUAN PABLO MONTERO SCHEPELER / EJECUTIVO	07/04/2010	10.531	3.102	32.672.006
LUIS MIGUEL CORNEJO CARRERA / EJECUTIVO	07/04/2010	66.500	3.093	205.688.490
SANDRO SOLARI DONAGGIO / EJECUTIVO	06/04/2010	95.336	3.112	296.671.332
FRANCISCO TORRES LARRAÍN / EJECUTIVO	06/04/2010	47.000	3.110	146.170.000
RODRIGO FAJARDO ZILLERUELO / EJECUTIVO	06/04/2010	40.000	3.103	124.111.200
CLAUDIO CISTERNAS DUQUE / EJECUTIVO	06/04/2010	25.000	3.112	77.796.250
FRANCISCO TORRES LARRAÍN / EJECUTIVO	05/04/2010	11.333	3.115	35.305.242
CLAUDIO CISTERNAS DUQUE / EJECUTIVO	05/04/2010	15.000	3.115	46.728.900
RODRIGO FAJARDO ZILLERUELO / EJECUTIVO	05/04/2010	10.000	3.115	31.152.600
SANDRO SOLARI DONAGGIO / EJECUTIVO	05/04/2010	34.664	3.115	107.987.373
JUAN BENAVIDES FELIU / EJECUTIVO	01/04/2010	39.000	3.113	121.422.600
JUAN BENAVIDES FELIU / EJECUTIVO	31/03/2010	39.000	3.099	120.874.650

VENDEDOR / RELACIÓN				
2010	FECHA TRANSACCION	N° ACCIONES TRANSADAS	PRECIO UNITARIO	MONTO TRANSACCION
MIGUEL ARRAU GARCÍA / EJECUTIVO	30/03/2010	30.000	3.103	93.099.000
FRANCISCO VALLAURI FLORES / EJECUTIVO	30/03/2010	100.000	3.103	310.330.000
JUAN BENAVIDES FELIU / EJECUTIVO	30/03/2010	21.715	3.103	67.388.160
JUAN BENAVIDES FELIU / EJECUTIVO	29/03/2010	9.115	3.100	28.252.385
CLAUDIO CISTERNAS DUQUE / EJECUTIVO	26/03/2010	15.000	3.078	46.174.050
CRISTIÁN LANGE GUILLÉN / EJECUTIVO	25/03/2010	5.000	3.160	15.800.000
JUAN BENAVIDES FELIU / EJECUTIVO	25/03/2010	51.170	3.106	158.939.502
JORGE VILLARROEL BARRERA / EJECUTIVO	24/03/2010	26.555	3.163	83.997.714
CRISTIAN LANGE GUILLÉN / EJECUTIVO	24/03/2010	11.800	3.170	37.406.000
ISABELLA DALLAGO MUÑOZ / EJECUTIVO	24/03/2010	47.597	3.163	150.556.927
JAVIER INFANTE FERNÁNDEZ / EJECUTIVO	24/03/2010	63.333	3.163	200.332.412
ENRIQUE GÜNDERMANN WYLIE / EJECUTIVO	23/03/2010	100.000	3.162	316.240.000
GONZALO SOMOZA GARCÍA / EJECUTIVO	23/03/2010	50.000	3.162	158.120.000
EDUARDO MIZÓN FRIEDEMANN / EJECUTIVO	23/03/2010	25.000	3.162	79.060.000
DANIEL LAZO VARAS / EJECUTIVO	23/03/2010	16.667	3.162	52.707.721
FERNANDO CASADO ALLER / EJECUTIVO	22/03/2010	106.000	3.150	333.900.000
MARÍA JOSÉ NEF SIEVERS / EJECUTIVO	22/03/2010	100.000	3.134	313.400.000
JUAN GUILLERMO ESPINOSA FUENTES / EJECUTIVO	19/03/2010	120.000	3.115	373.852.800
FRANCISCO TORRES LARRAIN / EJECUTIVO	18/03/2010	29.166	3.115	90.852.090
AGUSTIN SOLARI ALVAREZ / EJECUTIVO	18/03/2010	60.801	3.111	189.178.663
AGUSTIN SOLARI ALVAREZ / EJECUTIVO	17/03/2010	79.199	3.116	246.751.612
PATRICIO SILVA PEREZ / EJECUTIVO	17/03/2010	27.000	3.116	84.120.930
MACARENA PRIETO MENDEZ / EJECUTIVO	16/03/2010	25.000	3.102	77.550.000
MACARENA PRIETO MENDEZ / EJECUTIVO	15/03/2010	29.139	3.120	90.913.680
FERNANDO BATLLE MORAGA / EJECUTIVO	12/03/2010	33.000	3.134	103.425.300
FERNANDO CASADO ALLER / EJECUTIVO	12/03/2010	4.000	3.150	12.600.000
MACARENA PRIETO MENDEZ / EJECUTIVO	12/03/2010	29.194	3.134	91.496.915
RODRIGO FAJARDO ZILLERUELO / EJECUTIVO	12/03/2010	21.256	3.134	66.618.430
CRISTIAN FUENZALIDA STOLZENBACH / EJECUTIVO	11/03/2010	84.000	3.150	264.600.000
RODRIGO FAJARDO ZILLUEREO / EJECUTIVO	11/03/2010	28.744	3.149	90.527.503
ISABELLA DALLAGO MUÑOZ / EJECUTIVO	11/03/2010	33.667	3.149	106.032.196
FERNANDO CASADO ALLER / EJECUTIVO	11/03/2010	70.000	3.149	220.460.800
FERNANDO BATLLE MORAGA / EJECUTIVO	11/03/2010	33.666	3.149	106.029.047
MANUEL REYES CASTRO / EJECUTIVO	11/03/2010	28.082	3.149	88.442.574
ALEX ZIMMERMANN FRANCO / EJECUTIVO	10/03/2010	66.500	3.149	209.408.500
CRISTIAN FUENZALIDA STOLZENBACH / EJECUTIVO	10/03/2010	80.000	3.149	251.920.000
GONZALO SOMOZA GARCÍA / EJECUTIVO	10/03/2010	47.334	3.149	149.054.766
ISABELLA DALLAGO MUÑOZ / EJECUTIVO	10/03/2010	33.000	3.149	103.917.000
MANUEL REYES CASTRO / EJECUTIVO	10/03/2010	33.918	3.149	106.807.782
FRANCISCO TORRES LARRAÍN / EJECUTIVO	09/03/2010	29.167	3.132	91.353.961
MARÍA JOSÉ NEF SIEVERS / EJECUTIVO	09/03/2010	66.667	3.132	208.807.711

# 2010

## INFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD

VENDEDOR / RELACIÓN				
2010	FECHA TRANSACCION	N° ACCIONES TRANSADAS	PRECIO UNITARIO	MONTO TRANSACCION
CLAUDIO CISTERNAS DUQUE / EJECUTIVO	09/03/2010	100.000	3.132	313.210.000
LUIS MIGUEL CORNEJO CARRERA / EJECUTIVO	09/03/2010	33.250	3.132	104.142.325
GERMAN MENENDEZ PAGLIOTTI / EJECUTIVO	09/03/2010	100.000	3.132	313.210.000
CRISTIAN LEWIN GOMEZ / EJECUTIVO	09/03/2010	166.666	3.132	522.014.579
RICARDO HEPP DE LOS RÍOS / EJECUTIVO	09/03/2010	83.333	3.132	261.007.289
FRANCISCO JAVIER INFANTE FERNANDEZ / EJECUTIVO	09/03/2010	83.334	3.132	261.010.421
MARCELO FERNANDINO PAGUEGUY / EJECUTIVO	09/03/2010	66.500	3.132	208.284.650
RODRIGO FAJARDO ZILLERUELO / EJECUTIVO	08/03/2010	50.000	3.120	156.000.000
JUAN LUIS MINGO SALAZAR / EJECUTIVO	05/03/2010	83.333	3.109	259.103.964
LUIS MIGUEL CORNEJO CARRERA / EJECUTIVO	04/03/2010	33.250	3.132	104.151.735
RICARDO ZIMMERMAN HELLER / EJECUTIVO	04/03/2010	83.333	3.093	257.723.969
CRISTÓBAL IRARRÁZABAL PHILIPPI / EJECUTIVO	04/03/2010	133.333	3.093	412.358.969
MARÍA TERESA HERRERA AZÓCAR / EJECUTIVO	03/03/2010	83.333	3.130	260.832.290
OSVALDO GARCÍA DANS / EJECUTIVO	03/03/2010	133.334	3.130	417.335.420
PATRICIO BURICH MAESTRI / EJECUTIVO	03/03/2010	166.667	3.130	521.667.710
MARCO ANATIBIA LEIVA / EJECUTIVO	03/03/2010	66.666	3.130	208.664.580
LUIS FELIPE RIOS REYES / EJECUTIVO	03/03/2010	106.667	3.130	333.867.710

VENDEDOR / RELACIÓN				
2009	FECHA TRANSACCION	N° ACCIONES TRANSADAS	PRECIO UNITARIO	MONTO TRANSACCION
INVERSIONES HISPANA LTDA. / CONTROLADOR	17/02/2009	34.225.794		0
INVERSIONES TERCERA LIGURIA LTDA. / CONTROLADOR	17/02/2009	264.864.194		0
MICHEL AWAD BAHNA / EJECUTIVO	19/02/2009	60.000		0
SOC. DE INVERSIONES QUITALMAHUE S.A / CONTROLADOR	16/03/2009	18.300.200		0
MANUEL REYES CASTRO / EJECUTIVO	07/05/2009	30.000	1.990	59.700.000
JUAN GUILLERMO ESPINOSA FUENTES / EJECUTIVO	11/05/2009	41.652	2.110	87.885.720
CRISTIAN LEWIN GOMEZ / EJECUTIVO	12/05/2009	166.667	2.080	346.667.360
LUIS FELIPE VENTURO DENEGRI / EJECUTIVO	14/05/2009	58.334	2.109	123.032.239
JUAN BENAVIDES FELIÚ / EJECUTIVO	18/05/2009	100.000	2.216	221.604.000
JUAN BENAVIDES FELIÚ / EJECUTIVO	19/05/2009	100.000	2.205	220.454.000
ENRIQUE GUNDERMANN WYLI / EJECUTIVO	19/05/2009	60.000	2.206	132.333.540
MARCO ANATIBIA LEIVA / EJECUTIVO	20/05/2009	40.001	2.230	89.216.630
SANDRO SOLARI DONAGGIO / EJECUTIVO	22/05/2009	108.000	2.175	234.927.000
RICARDO ZIMMERMAN HELLER / EJECUTIVO	27/05/2009	50.001	2.214	110.692.714
MARÍA TERESA HERRERA AZÓCAR / EJECUTIVO	01/06/2009	83.334	2.225	185.433.983

VENDEDOR / RELACIÓN				
2009	FECHA TRANSACCION	N° ACCIONES TRANSADAS	PRECIO UNITARIO	MONTO TRANSACCION
FRANCISCO VALLAURI FLORES / EJECUTIVO	01/06/2009	60.000	2.229	133.750.200
JUAN PABLO MONTERO SCHEPELER / EJECUTIVO	01/06/2009	120.000	2.228	267.306.360
JUAN LUIS MINGO SALAZAR / EJECUTIVO	01/06/2009	83.334	2.229	185.784.820
CRISTIAN LANGE GUILLEN / EJECUTIVO	04/06/2009	100.000	2.297	229.737.200
JUAN BENAVIDES FELIÚ / EJECUTIVO	05/06/2009	100.000	2.287	228.740.000
DANIEL LAZO VARAS / EJECUTIVO	10/06/2009	30.000	2.254	67.605.000
AGUSTIN SOLARI ALVAREZ / EJECUTIVO	11/06/2009	84.000	2.302	193.391.520
MARCELO FERNANDINO PAGUEGUY / EJECUTIVO	11/06/2009	60.000	2.296	137.760.000
MANUEL REYES CASTRO / EJECUTIVO	12/06/2009	30.000	2.355	70.650.000
EDUARDO MIZÓN FRIEDEMANN / EJECUTIVO	17/06/2009	40.000	2.193	87.710.000
INVERSIONES SODEIA CUATRO LTDA. / CONTROLADOR	17/06/2009	519.287	2.250	1.168.395.750
GONZALO ROJAS VILDOSOLA / DIRECTOR	14/07/2009	21.000	2.070	43.470.000
FRANCISCO TORRES LARRAÍN / EJECUTIVO	18/08/2009	70.001	2.253	157.719.750
JUAN FERNANDO CORREA MALACHOWSKI / EJECUTIVO	04/2009/2009	100.000	2.300	229.990.000
RICARDO HEPP DE LOS RÍOS / EJECUTIVO	21/2009/2009	30.000	2.320	69.600.000
CRISTOBAL IRARRAZABAL PHILIPPI / EJECUTIVO	13/10/2009	133.334	2.671	356.087.514
MACARENA PRIETO MENDEZ / EJECUTIVO	14/10/2009	50.001	2.710	135.502.710
DANIEL LAZO VARAS / EJECUTIVO	14/10/2009	10.000	2.680	26.800.000
DERSA S.A / CONTROLADOR	10/11/2009	103.322.233		0
DERSA S.A / CONTROLADOR	13/11/2009	4.792.188	2.400	11.501.251.200
INVERSIONES DERSA TACAS TRES LTDA. / CONTROLADOR	13/11/2009	45.207.812	2.400	108.498.748.800
ALEJANDRO INZUNZA ULLOA / EJECUTIVO	01/12/2009	10.000	2.500	25.000.000
PATRICIO SILVA PEREZ / EJECUTIVO	14/12/2009	50.001	2.773	138.627.773
JUAN GUILLERMO ESPINOSA FUENTES / EJECUTIVO	14/12/2009	78.348	2.772	217.198.960
FERNANDO BATLLE MORAGA / EJECUTIVO	15/12/2009	66.667	2.810	187.303.603
EDUARDO MIZÓN FRIEDEMANN / EJECUTIVO	15/12/2009	60.000	2.810	168.572.400
PABLO MEZA MARTINEZ / EJECUTIVO	16/12/2009	80.000	2.839	227.144.000
RUBEN ESCUDERO PINTO / EJECUTIVO	16/12/2009	66.667	2.839	189.287.613
ALEJANDRO INZUNZA ULLOA / EJECUTIVO	22/12/2009	10.000	2.900	29.000.000
ALEJANDRO INZUNZA ULLOA / EJECUTIVO	22/12/2009	5.000	2.880	14.400.000
ALEJANDRO INZUNZA ULLOA / EJECUTIVO	23/12/2009	30.627	2.875	88.052.625
ALEJANDRO INZUNZA ULLOA / EJECUTIVO	23/12/2009	5.000	2.870	14.350.000
ALEJANDRO INZUNZA ULLOA / EJECUTIVO	23/12/2009	1.040	2.880	2.995.200
ALEJANDRO INZUNZA ULLOA / EJECUTIVO	23/12/2009	5.000	2.878	14.390.000
JORGE VILLARROEL BARRERA / EJECUTIVO	30/12/2009	26.666	2.971	79.233.752

# 2010

## DIRECCIONES

### CHILE

#### FALABELLA SANTIAGO

**FALABELLA CD**  
Rosas # 1665 / Santiago Centro

**FALABELLA CENTRO**  
Ahumada # 312/ 2° piso / Santiago Centro

**PLAZA VESPUCIO**  
Av. Vicuña Mackenna # 7110 / La Florida

**ALTO LAS CONDES**  
Av. Kennedy # 9001 / Las Condes

**PLAZA TOBALABA**  
Av. Camilo Henríquez # 3296 / Puente Alto

**PLAZA NORTE**  
Av. Américo Vespucio # 1737 / Huechuraba

**PARQUE ARAUCO**  
Av. Kennedy # 5413/ Las Condes

**PLAZA LYON**  
Nueva de Lyon # 064 / Providencia

**PLAZA OESTE**  
Av. Américo Vespucio # 1501 / Cerrillos

**PLAZA PUENTE**  
Puente # 530 / Santiago Centro

**LA DEHESA**  
La Dehesa # 1445 / La Dehesa

**TRADIS**  
Av. Lo Espejo # 3200 / Cerrillos

**MELIPILLA**  
Vargas # 457 / Melipilla

**APUMANQUE**  
Apumanque local 603 y 701 / Las Condes

**MANQUEHUE**  
Manquehue # 326 Las Condes / Santiago

**ESTACIÓN CENTRAL**  
Av. Lib. Bernardo O'Higgins # 3470 / Santiago

**SAN BERNARDO**  
Av. Jorge Alessandri # 20040 / San Bernardo

#### FALABELLA REGIONES

**ARICA**  
21 de Mayo # 393 / Arica

**IQUIQUE**  
Héroes de la Concepción # 2555 / Iquique

**MALL ANTOFAGASTA**  
Balmaceda # 2355 / Antofagasta

**CALAMA**  
Balmaceda # 2902 / Calama

**COPIAPÓ**  
O'higgins # 739 / Copiapó

**LA SERENA**  
Alberto Solari # 1400 / La Serena

**VALPARAÍSO**  
Independencia # 1806 / Valparaíso

**VIÑA**  
Sucre # 250 / Viña del Mar

**MALL LA CALERA**  
Prolongación J.J.Pérez # 12010, local 1201 / La Calera

**QUILPUÉ**  
Av. Portales # 802 / Quilpué

**SAN FELIPE**  
Av. Libertador Bernardo O'Higgins # 1150 / San Felipe

**RANCAGUA**  
Sargento Cuevas # 405 / Rancagua

**SAN FERNANDO**  
Chillán # 744 / San Fernando

**TALCA**  
1 Norte # 1485 / Talca

**CURICÓ**  
Peña # 615 / Curicó

**CHILLÁN**  
El Roble # 770 / Chillán

**CONCEPCIÓN**  
Barros Arana # 802 / Concepción

**PLAZA EL TRÉBOL**  
Jorge Alessandri # 31177 / Concepción

**CD PALOMARES**  
Av. Gral. Bonilla # 2484 / Concepción

**LOS ANGELES**  
Valdivia # 472 / Los Angeles

**TEMUCO**  
Arturo Prat # 570 / Temuco

**PUCÓN**  
Av. Bernardo O'Higgins # 112 / Pucón

**MALL VALDIVIA**  
Arauco # 561 Local 2775 / Valdivia

**OSORNO**  
Eleuterio Ramírez # 840 / Osorno

**PUERTO MONTT**  
Juan Soler Manfredini # 101 / Puerto Montt

**PUNTA ARENAS**  
Av. Frei Montalva # 01110 / Punta Arenas

#### SUPERMERCADOS SAN FRANCISCO

**TALAGANTE**  
Eyzaguirre # 715 / Talagante

**EL MONTE**  
Los Libertadores # 316 / El Monte

**SAN BERNARDO ESTACIÓN**  
Arturo Prat # 117 / San Bernardo

**RENGO**  
Condell # 100 / Rengo

**PEÑAFLORES**  
Alcalde Luis Araya Cereceda # 1047 / Peñaflores

**MELIPILLA**  
Serrano # 395 / Melipilla

**TALAGANTE CORDILLERA**  
Caletera Los Aromos # 0441 / Talagante

**SAN FERNANDO**  
Carampangue # 681 / San Fernando

**PUENTE**  
Puente # 530 / Santiago

**QUILLOTA**  
Freire # 252 / Quillota

#### HIPERMERCADOS TOTTUS

**PUENTE ALTO**  
Av. Concha y Toro # 1477 / Puente Alto

**NATANIEL**  
Nataníel Cox # 620 / Santiago Centro

**LA CALERA**  
Prolongación J.J.Pérez # 12010 / La Calera

**ANTOFAGASTA**  
Balmaceda # 2355 / Antofagasta

**ANTOFAGASTA II**  
Condell # 2639 / Antofagasta

**SAN FELIPE**  
Av. Libertador Bernardo O'Higgins # 1150 / San Felipe

**FONTOVA**  
Pedro Fontova # 5810 / Conchalí

**PLAZA OESTE**  
Av. A. Vespucio # 1501 / Cerrillos

**LA FLORIDA**  
Américo Vespucio # 7310 / La Florida

**MEGACENTER**  
Kennedy # 5601 / Las Condes

**COLINA**  
Av. Concepción # 47 / Colina

**PUENTE ALTO II**  
Eyzaguirre # 105 / Puente Alto

**PADRE HURTADO**  
Camino San Alberto Hurtado # 2436 / Santiago

**PEÑALOLÉN**  
Av. Tobalaba # 11201 / Santiago

**CATEDRAL**  
Catedral # 1850 / Santiago

**SAN ANTONIO**  
Barros Luco # 1399 / San Antonio

**BUIN**  
San Martín # 174 / Buin

**SAN BERNARDO PLAZA**  
B.O'Higgins # 528 / San Bernardo

**TOTTUS ALAMEDA**  
Av. Bdo. Ohiggins # 3470 / Estación Central

**TOTTUS EL BOSQUE**  
Gran Avenida # 10375 / El Bosque

**TOTTUS SAN FERNANDO**  
Carampagne # 681 / San Fernando

**TALCA**  
Calle 4 Norte # 1530 / Talca

## **SODIMAC SANTIAGO**

**HC SAN MIGUEL**  
Gran Avda. José Miguel Carrera # 5514 / Santiago

**CO CANTAGALLO**  
Av. Las Condes # 12422 / Santiago

**CO ÑUÑO A**  
Vicuña Mackenna # 680 / Santiago

**HC ÑUÑO A**  
Av. Américo Vespucio Sur # 925 / Santiago

**HC LAS CONDES**  
Av. Las Condes # 11049 / Santiago

**HC LA FLORIDA**  
Vicuña Mackenna Oriente # 6331 / Santiago

**CO MAIPU**  
Av. Pajaritos # 2418 / Santiago

**HC NUEVA LA FLORIDA**  
Av. José Pedro Alessandri # 6402 / Santiago

**HC HUECHURABA**  
Av. Américo Vespucio # 1737 / Santiago

**CO LA FLORIDA**  
Av. Vicuña Mackenna # 9101 / Santiago

**HC ÑUBLE**  
Av. Vicuña Mackenna # 1700 / Santiago

**HC LA REINA**  
Av. Pdte. Jorge Alessandri # 1347 / Santiago

**HC PUENTE ALTO**  
Av. Concha y Toro # 1315 / Santiago

**HC PARQUE ARAUCO**  
Av. Pdte. Kennedy # 5601 / Santiago

**CO HUECHURABA**  
Pedro Fontova # 5810 / Santiago

**HC MAIPÚ**  
Av. Pajaritos # 4444 / Santiago

**HC PLAZA VESPUICIO**  
Américo Vespucio # 7310 / Santiago

**HC PLAZA OESTE**  
Américo Vespucio # 1501 / Santiago

**HC ESTACIÓN CENTRAL**  
San Francisco de Borja # 402 / Santiago

**HC EL BOSQUE**  
Gran Avda. José Miguel Carrera # 10375 / Santiago

**HC SAN BERNARDO**  
San José de Nos # 69 San Bernardo / Santiago

## **SODI MAC REGIONES**

**HC ANGOL**  
Av. Bdo O'Higgins # 1744 / Angol

**HC ANTOFAGASTA**  
Balmaceda # 2355 / Interior Recinto Antofagasta

**CO ANTOFAGASTA**  
Av. Antonio Rendic # 6852 / Antofagasta

**HC ARICA**  
Av. Santa María # 2981 / Arica

**HC CALAMA**  
Balmaceda # 3398 / Calama

**CO CASTRO**  
Av. B. O'higgins # 681 / Castro

**HC CHILLÁN**  
Av. Ecuador # 599 / Chillán

**HC CONCEPCIÓN**  
Los Carrera # 1175 / Concepción

**HC MALL PLAZA CONCEPCIÓN**  
Av. Pdte. Jorge Alessandri # 3177 / Concepción

**HC EL TREBOL**  
Autopista Concepción-Talcahuano # 9200 / Concepción

**HC COPIAPÓ**  
Panamericana Sur # 140 / Copiapó

**HC COQUIMBO**  
Ruta 5 Norte # 849 / Coquimbo

**HC COYHAIQUE**  
Av. Ogana # 86 / Coyhaique

**HC CURICO**  
Av. Carlos Condell # 1192 / Curicó

**HC IQUIQUE**  
Héroes de la Concepción # 2311 / Iquique

**HC CALERA**  
Prolongación JJ Pérez # 12.010 La Calera / La Calera

**HC LA SERENA**  
Av. Fco. de Aguirre # 02 / La Serena

**HC LINARES**  
Av. León Bustos # 0376 / Linares

**HC LOS ANGELES**  
Av. Alemania # 850 / Los Angeles

**HC OSORNO**  
René Soriano # 2619 / Osorno

**HC PUERTO MONTT**  
Av. Presidente Ibañez # 650 / Puerto Montt

**HC PUNTA ARENAS**  
Av. Pdte. Eduardo Frei M. # 01400 / Punta Arenas

**HC EL BELLOTO**  
Freire # 2411 / Quilpué

**CO RANCAGUA**  
Viña del Mar # 330 / Rancagua

**HC RANCAGUA**  
Av. Albert Einstein # 297 / Rancagua

**CO REÑACA ALTO**  
Av. Las Maravillas # 60 / Reñaca

**HC SAN FELIPE**  
Tocornal # 2810 / San Felipe

**HC TALCA**  
Av. Circunvalación, 2 Norte # 3344 / Talca

**CO TALCAHUANO**  
Colón # 1891 / Talcahuano

**HC TEMUCO CAUPOLICAN**  
Caupolicán # 1151 / Temuco

**HC TEMUCO CAUTÍN**  
Caupolicán # 0457 / Temuco

**HC VALDIVIA**  
Av. Picarte # 3349 / Valdivia

**CO VALLENAR**  
Merced # 501 / ValLENAR

**CO VALPARAÍSO**  
Yungay # 2516 / Valparaíso

**HC VILLARRICA**  
Saturnino Epulef # 1580 / Villarrica

**CO VIÑA DEL MAR**  
Limache # 3119 / Viña del Mar

**HC VIÑA DEL MAR**  
15 Norte # 961 / Viña del Mar

## **IMPERIAL**

**SANTA ROSA**  
Santa Rosa # 7876 - 7850 / La Granja

**MAPOCHO**  
Mapocho # 5906 / Quinta Normal

**MAIPÚ**  
Alberto Llona # 1153, Maipú

**VESPUICIO**  
Av. Américo Vespucio # 1030 / Peñalolén

**FLORIDA**  
Av. Vicuña Mackenna # 7901 / La Florida

**VALPARAÍSO**  
Av. Independencia # 3033 / Valparaíso

**CONCEPCIÓN**  
Tucapel # 1259 / Concepción

**HUALPÉN**  
Av. Cristóbal Colón # 8484 / Concepción

**HUECHURABA**  
Av. Américo Vespucio # 1399 / Santiago

# 2010

## DIRECCIONES

### MALL PLAZA

#### VESPUCIO

Vicuña Mackena # 7110 / La Florida

#### OESTE

Av. Americo Vespucio # 1501 / Cerrillos

#### TRÉBOL

Avenida Jorge Alessandri # 3177 / Talcahuano

#### TOBALABA

Camilo Henríquez # 3692 / Puente Alto

#### LA SERENA

Av. Alberto Solari # 1400 / La Serena

#### LOS ANGELES

Valdivia # 440 / Los Angeles

#### NORTE

Av. Americo Vespucio # 1737 / Huechuraba

#### ANTOFAGASTA

Balmaceda # 2355 / Antofagasta

#### ALAMEDA

Av. Bernardo O'Higgins # 3470 / Estación Central

#### SUR

Av. Presidente Jorge Alessandri # 20040  
San Bernardo

#### MALL: MALL CALAMA

Avda. Balmaceda # 3242 / Calama.

## PERÚ

### FALABELLA LIMA

#### SAN ISIDRO

Av. Paseo de la República # 3220 / San Isidro

#### JOCKEY PLAZA

Av. Javier Prado Este # 4200  
Jockey Plaza Shopping Center

#### LIMA CENTRO

Jr. de La Unión # 517 / Jr. Ucayali # 132 - 146  
Lima Cercado

#### SAN MIGUEL

Av. La Marina # 2100 / Urb. Pando

#### MIRAFLORES

Av Arequipa # 5280 /Miraflores

#### LIMA LA MERCED

Jr. de La Unión # 630 / Lima Cercado

#### MEGA PLAZA

Av. Industrial # 3515 - 3517 Int A09 / Independencia

#### BELLAVISTA

Av. Mariscal Oscar R. Benavides # 3866  
Bellavista Callao

#### ATOCONGO

Av. Circunvalación # 1803 / San Juan de Miraflores

#### ANGAMOS

Av. Angamos Este # 1803 / Lima

### FALABELLA PROVINCIAS

#### TRUJILLO MALL

Av. Mansiche S/N Caserío Cortijo / Trujillo

#### CHICLAYO EXPRESS

Calle San José # 563-567 Centro / Chiclayo

#### PIURA

Esq. r. Arequipa # 802 y Huancavelica # 551 / Piura

#### PIURA

Av. Andres A. Caceres # 147 Sector 1-B / Piura

#### AVENTURA AREQUIPA

Av. Porongoche # 500 / Arequipa

#### AREQUIPA

Av. Ejército # 793 - Cayma / Arequipa

#### CAJAMARCA

Jr. Sor Manuela Gil # 151 Urb. / San Carlos Cajamarca

#### ICA

Calle Lima # 429 - 433 - 411 / Ica Cercado

### SODIMAC

#### SAN MIGUEL

Av. La Marina # 2355, Urb. Maranga 1ª Etapa (Ancla 1)  
San Miguel / Lima /

#### MEGA PLAZA

Avenida Industrial # 3515 Independencia / Lima

#### ATOCONGO

Av. Circunvalación # 1803, San Juan de Miraflores  
Lima

#### JAVIER PRADO

Avenida Javier Prado Este # 1059 La Victoria / Lima

#### ASIA

Centro Comercial Boulevard Sur Plaza / Lima

#### CHICLAYO

Calle Victor Raúl Haya de la Torre # 150, Urb. Federico  
Villarea / Lambayeque / Chiclayo

#### ICA

Calle Nicolás de Rivera El Viejo # 1105  
Urb. La Moderna / Ica

#### TRUJILLO

Avenida Mansiche s/n, La Libertad / Trujillo

#### CENTRO DE LIMA

Av. Tacna # 640 / Lima

#### CANTA CALLAO

Av. Canta Callao S/N Esquina Av. Bertello / Callao

#### LOS JARDINES

Av. América Norte # 1245 Los Jardines de la Libertad  
Trujillo

#### BELLAVISTA

Av. Mrcal Oscar R. Benavides # 3866 Urb. El Aguila  
Callo

#### ICA

Minka, Cal. N. Rivera de Viejo # 1105 Urb. La Moderna  
Ica / Ica

#### CHINCHA

Cal. Leopoldo Carrillo # 0 Ica Chíncha  
Chíncha Alta

#### ANGAMOS

Av. Angamos Este # 1803 / Lima

#### PIURA

Av. Andres A. Caceres # 147 Sector 1-B / Piura

#### AVENTURA AREQUIPA

Av. Porongoche # 500 / Arequipa

### TOTTUS

#### ANTEQUERA

Calle Antequera # 777 of. 401 / San Isidro

#### MEGAPLAZA

Alfredo Mendiola # 3698 / Independencia  
Centro Comercial Mega Plaza

#### BEGONIAS

Av. Las Begonias # 785 Urb. Jardín / San Isidro

#### LA MARINA

Av. La Marina # 2355 Urbanización Maranga 1ª Etapa  
San Miguel / Ancla 2

#### ATOCONGO

Av. Circunvalación # 1803 / San Juan de Miraflores

#### CHORRILLOS

Av. Defensores del Morro # 1350 / Chorrillos

#### TRUJILLO

Av. Mansiche s/n. Caserío el Cortijo / Trujillo

#### CHICLAYO

Av. Victor Raul Haya de la Torre # 150 - 250  
Urb. San Eduardo / Chiclayo

#### QUILCA

Av. Lima # 4208 Urb. Bocanegra / Callao

#### SAENZ PEÑA

Av. Saenz Peña # 471 / Callao

#### CANTA CALLAO

Carretera Canta Callao # 378 / Callao

#### CRILLÓN

Av. Tacna # 655 / Lima

#### LA POLVORA

Jr. Ancash / El Agustino

#### PUENTE PIEDRA

Av. Puente Piedra Sur # 322 / Puente Piedra

#### LOS JARDINES

Av. América Norte # 1245 Urb. Los Jardines / Trujillo

**BELLAVISTA**

Av. Mariscal Oscar R. Benavides # 3866  
Urb. El Aguila, Bellavista / Callao

**ICA MINKA**

Calle Chiclayo # 147 Cercado de Ica / Ica

**PACHACUTEC**

Av. Pachacutec # 6321 / Tablada de Lurín  
Villa María del Triunfo

**ANGAMOS**

Av. Angamos Este # 1803 / Lima

**PIURA**

Av. Andres A. Caceres # 147 Sector 1-B / Piura

**AVENTURA AREQUIPA**

Av. Porongoche # 500 / Arequipa

**LA FONTANA**

Av. La Fontana # 790, Urb. La Rivera de Monterrico  
Lima

**ZORRITOS**

Av. Colonial # 1291 / Lima

**TUSILAGOS**

Av. Tusilagos Oeste # 281 / Lima

**CAYMA AREQUIPA**

Av. Ejercito # 793 / Arequipa

**AVENTURA PLAZA****AVENTURA PLAZA TRUJILLO**

Av. America Oeste # 750, Urb. El Ingenio / Trujillo

**AVENTURA PLAZA BELLAVISTA**

Av. Oscar Benevides # 3800, Bellavista / Callao

**AREQUIPA**

Av. Porongoche # 500 / Arequipa

**OPEN PLAZA****ANGAMOS**

Av. Angamos Este # 1803 / Lima

**PIURA**

Av. Andres A. Caceres # 147 Sector 1-B / Piura

**ARGENTINA****FALABELLA****UNICENTER**

Martínez # 1640 / Buenos Aires

**FLORIDA**

Florida # 202 - 343 - 662 / Buenos Aires

**ALTO AVELLANEDA**

Güemes # 897 (1873) Avellaneda / Buenos Aires

**ROSARIO**

Córdoba # 1101 / Rosario

**SAN JUAN**

Tucumán # 163 Sur / San Juan

**MENDOZA**

Mendoza Plaza Shopping, Av. Acceso Este Lateral  
Norte # 3280 / Mendoza

**CÓRDOBA**

Nuevo Centro Shopping, Duarte Quiroz # 1400  
Córdoba

**DOT BAIRE SHOPPING - LOCAL 003**

Vedia # 3626 (1430) / Buenos Aires

**TORTUGAS**

Constituyentes y Autopista Panamericana / Buenos Aires

**SODIMAC****SODIMAC SAN MARTÍN**

Av. San Martín # 421 / San Martín

**SODIMAC MALVINAS ARGENTINAS**

Ruta 8 y Ruta # 202 (Arturo Lia # 3770) / Los Polvorines

**SODIMAC SAN JUSTO**

Av. Don Bosco # 2680 / San Justo

**SODIMAC VILLA TESEI**

Av. Gobernador Vergara # 1910 / Hurlingham

**VICENTE LÓPEZ**

Av. del Libertador # 77 / Buenos Aires

**TORTUGAS**

Constituyentes y Autopista Panamericana / Buenos Aires

**COLOMBIA****FALABELLA****SANTA FE**

Calle 185 # 45 - 03 Local 1-149 / Bogotá

**SUBA**

Calle 146 A # 106 - 20, entrada II / Bogotá

**SAN DIEGO**

Carrera 43 # 36 - 04, Centro Comercial San Diego  
Medellín

**HAYUELOS**

Calle 20 # 82 - 52 / Hayuelos

**UNICENTRO BOGOTÁ**

Avenida 15 # 123 - 30 Local 1-13 / Bogotá

**GALERÍAS BOGOTÁ**

Calle 53 # 25 - 35 / Bogotá

**UNICENTRO CALI**

Calle 5 Cruce Paso Ancho  
Centro Comercial Unicentro Loc. 209 / Cali

**CHIPICHAPE CALI**

Calle 48 # 6N - 35 Local 406 / Cali

**CENTROMAYOR**

Av. NQS con 38A Sur / Bogotá

**SANTA FE**

Av. El Poblado con Av. Loma de los Balsos / Medellín

**PEREIRA**

Av. Circunvalar 5 - 20 / Pereira

**SODIMAC****EL DORADO**

Calle 50 # 82 - 55 / Bogotá

**CALLE 80**

Avenida 68 # 80 - 77 / Bogotá

**NORTE**

Autopista Norte # 175 - 50 / Bogotá

**AVENIDA 68 SUR**

Avenida 68 # 37 - 37 Sur / Bogotá

**AMÉRICAS**

Carrera 44 # 15 - 01 / Bogotá

**SUBA**

Avenida Carrera 104 # 148-07 / Bogotá

**SOACHA**

Carrera 7 # 32 - 35 Local 177 / Bogotá

**BARRANQUILLA**

Carrera 53 # 99 - 160 / Barranquilla

**CALI NORTE**

Avenida 6A # 35 - 00, Barrio Santa Mónica / Cali

**CALI SUR**

Simon Bolívar Carrera 100 # 16 - 251 / Cali

**CARTAGENA**

Avenida El Lago con calle 29 B / Cartagena

**IBAGUE**

Carrera 5 # 83 - 100 El Jardín / Ibagué

**MEDELLIN LOS INDUSTRIALES**

Avenida Los Industriales # 14 - 135 / Medellín

**MEDELLIN SAN JUAN**

San Juan Calle 44 # 65-100 / Medellín

**PEREIRA**

Avenida Sur # 46 - 06 / Pereira

**BELLO**

Diagonal 51 # 34-16 / Medellín

**MOLINOS MEDELLÍN**

Calle 30 A # 82 A - 26 Centro Comercial Los Molinos  
Local 1131 / Medellín

**CÚCUTA**

Avenida Diagonal Santander # 11-200 / Cúcuta

**HOMECENTER CÚCUTA**

Av. Diagonal Santander # 11-200, Barrio Caobos  
Cúcuta

**HOMECENTER VILLAVICENCIO**

Carrera 48 # 1-180, Frente a Parque Los Fundadores  
/ Villavicencio (Meta)

**BUCARAMANGA**

Cra.21 # 45-02 / Bucaramanga



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