

RESULTADOS 1er. trimestre 2011
SACI FALABELLA



Índice

I. Resumen Ejecutivo.....	2
II. Estado de Resultados Consolidado al 31 de Marzo de 2011	3
III. Principales Hechos del Período.....	5
IV. Indicadores de Retail	6
V. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio	8
V. Indicadores de Crédito	10
VI. Estructura Financiera.....	13
VII. Estados Financieros S.A.C.I. Falabella – IFRS.....	14

Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado del 01 de Abril de 2011: 479,46 \$/US\$.
- Simbología para trimestres: 1Q, 2Q, 3Q y 4Q, según corresponda.
- Otras simbologías para períodos del año: 1S para 1er. semestre y 9M para los primeros 9 meses del año.
- Simbología monedas: \$: pesos chilenos; US\$: dólares de Estados Unidos; MM: millones.

I. Resumen Ejecutivo

La utilidad neta consolidada del trimestre creció un 43,1% comparado con lo obtenido en igual período de 2010, alcanzando los \$95.684 millones (MMUSD\$200). Este crecimiento se explica en parte por mayores ventas y un mayor margen operacional. Todos los países en los que está presente la compañía han tenido un importante crecimiento en ventas, producto de la confianza de los consumidores en la región y de las buenas perspectivas económicas.

El EBITDA del trimestre creció un 27,0 % respecto al mismo período del año pasado, alcanzando los \$170.363 millones (MMUS\$355). El margen EBITDA del trimestre fue de un 14,6% de los Ingresos totales de explotación, lo que representa un crecimiento de 0,5 puntos porcentuales respecto del mismo período del año 2010.

Los ingresos consolidados del trimestre aumentaron un 22,7% en comparación a lo obtenido durante el mismo período en el 2010, alcanzando los MM\$1.168.627 (MMUS\$2.437). Esto producto de un aumento en el consumo durante todo el primer trimestre y la madurez alcanzada en los negocios más recientes: Tiendas por Departamento en Colombia y Mejoramiento del Hogar en Argentina. Otro elemento a considerar es el crecimiento del número de tiendas durante el año pasado, el cual significa un 9,4% más de superficie de ventas en comparación al primer trimestre del 2010.

Los Gastos de Administración y Ventas sobre ingresos del trimestre disminuyeron en 0,2 puntos porcentuales. Esta reducción de gastos sobre ingresos se debe principalmente a la eficiencia operacional que la compañía ha venido mostrando durante el último tiempo. La importancia de esta disminución radica en que a pesar de la reactivación del plan de inversiones durante el 2010, que significó contar con 26 nuevos locales y 3 malls adicionales durante el primer trimestre de este año, la eficiencia lograda permitió mantener los gastos controlados.

La cartera de colocaciones consolidada al 31 de Marzo alcanzó los \$2.174.894 millones (MMUS\$4.536). Este monto representa un crecimiento de 27,6% en comparación a la cartera consolidada al cierre del primer trimestre del 2010. Por su parte, las provisiones sobre colocaciones de la cartera crediticia consolidada, que considera todos los negocios financieros del grupo, alcanzaron un 3,54% lo que significa una reducción de 0,92 puntos porcentuales respecto de las provisiones al cierre de Marzo del 2010.

Al cierre del primer trimestre el Leverage Consolidado llegó a 1,27 veces. Excluyendo las entidades que desarrollan el giro bancario, el Leverage fue de 0,86 veces.

Durante el primer trimestre se inauguró una tienda de mejoramiento del hogar en Calima, Colombia, en reemplazo de la tienda Las Américas que fue cerrada. Este cambio significa un aumento neto de 9.190 metros cuadrados para la cadena.

II. Estado de Resultados Consolidado al 31 de Marzo de 2011

Resultados Consolidados 1Q 2011 (MM\$)

	1Q 2010	% Ingresos	1Q 2011	% Ingresos	Var. 11/10
Ingresos de Negocios no bancarios	894.844		1.098.460		22,8%
Ingresos por Servicios bancarios	57.959		70.167		21,1%
Total Ingresos	952.803		1.168.627		22,7%
Costo de ventas no bancarios	(606.779)	-67,8%	(739.679)	-67,3%	21,9%
Costo de ventas bancarios	(22.349)	-38,6%	(26.384)	-37,6%	18,1%
Ganancia Bruta	323.674	34,0%	402.563	34,4%	24,4%
GAV	(216.164)	-22,7%	(262.871)	-22,5%	21,6%
Resultado Operacional	107.510	11,3%	139.692	12,0%	29,9%
EBITDA	134.094	14,1%	170.363	14,6%	27,0%
Otras ganancias (pérdidas)	(9.464)		3.970		
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(12.166)		(16.762)		37,8%
Ganancia / (pérdida en asociadas)	4.823		3.421		-29,1%
Diferencias de cambio	(943)		1.087		
Resultado por unidades de reajuste	(1.141)		(2.969)		160,2%
Resultado No Operacional	(18.892)	-2,0%	(11.254)	-1,0%	-40,4%
Resultado antes de Impuestos	88.618	9,3%	128.438	11,0%	44,9%
Impuesto a la renta	(15.606)		(24.679)		58,1%
Interés minoritario	(6.164)		(8.075)		31,0%
Ganancia / (Pérdida) Neta	66.848	7,0%	95.684	8,2%	43,1%

1. Resultado Operacional

El resultado operacional consolidado del primer trimestre creció en un 29,9% comparado con igual período de 2010 alcanzando los MM\$139.692 (MMUS\$291). El margen operacional del trimestre creció 0,7 puntos porcentuales en comparación a igual período del año anterior alcanzando un 12,0% de los ingresos totales consolidados. El crecimiento del resultado operacional se debe principalmente a un mayor margen bruto producto de los buenos niveles de consumo que se han seguido observado en la región.

Los ingresos de explotación consolidados aumentaron 22,7% durante el trimestre. El crecimiento se vio tanto en los negocios no bancarios que crecieron un 22,8% como también en los bancarios que lo hicieron un 21,1%. Las principales causas del crecimiento de los ingresos son los sólidos niveles de consumo que se han podido observar en la región, producto de las buenas perspectivas económicas que inciden en la confianza de los consumidores. Este contexto, permitió la consolidación de los dos negocios más recientes del grupo, Tiendas por departamento en Colombia y Mejoramiento del Hogar en Argentina y también la maduración de algunas tiendas abiertas en los inicios de la crisis. Otro elemento a considerar es que en comparación con igual período del 2010 la superficie total de ventas aumentó en 9,4%.

El margen bruto consolidado creció 0,4 puntos porcentuales en comparación al mismo período del año 2010. En los negocios bancarios, las mejoras en los márgenes se producen gracias a los menores niveles de riesgo en comparación al primer trimestre del 2010, que han permitido liberar provisiones. Mientras que en el negocio de retail, los mayores niveles de consumo y el manejo eficiente de la operación han generado mayores ventas en temporada, protegiendo los márgenes.

Los gastos de administración y venta sobre ingresos disminuyeron 0,2 puntos porcentuales durante el trimestre. El menor nivel de gastos sobre ingresos del trimestre se atribuye a una eficiencia operacional sostenida en el tiempo, que ha permitido mantener controlado los niveles de gastos, aún con la apertura de 26 nuevos locales y 3 malls durante el 2010. Otro factor a destacar es que en el año 2010 el negocio en Chile tuvo asociado gastos extraordinarios por la puesta en marcha de tiendas después del terremoto.

2. Resultado No Operacional

El Resultado Fuera de la Explotación del trimestre alcanzó una pérdida de MM\$11.254 (MMUS\$23) un 40,4% menor que el primer trimestre del 2010.

En otras ganancias no operacionales, la diferencia se atribuye a las provisiones en las que se incurrió en el año 2010 por concepto de daños producto del terremoto. Al contrario, este año producto de la liquidación de los seguros asociados a éste, se obtiene un resultado positivo.

Las ganancias de empresas asociadas provienen principalmente de Sodimac Colombia y Aventura Plaza Perú, cabe mencionar que la operación de FASA ya no se consolida en el ejercicio debido a que Falabella vendió su participación en la empresa a finales del 2010.

Las unidades de reajuste fueron mayores debido al alza en la inflación de un 0,9% el primer trimestre del 2010 contra un 1,3% el 2011.

III. Principales Hechos del Período

- Premio Euromoney a la estrategia de negocios más coherente y al mejor gobierno corporativo de Chile por segundo año consecutivo.
- Apertura Homecenter en Calima, Colombia.

Hechos Posteriores

- Elección del directorio por junta de accionistas, resultando elegidos por un período de 3 años los siguientes directores:
 - Juan Cuneo Solari
 - Carlo Solari Donaggio
 - María Cecilia Karlezi Solari
 - Juan Carlos Cortés Solari
 - Carlos Heller Solari
 - Sergio Cardone Solari
 - José Luis del Río Goudie
 - Carolina del Río Goudie
 - Hernán Buchi Buc
- Se eligió como presidente del directorio al Sr. Juan Cuneo Solari y como vicepresidente al Sr. Carlo Solari Donaggio.
- Se aprobó programa de adquisición de acciones propias por 12.500.000 acciones de S.A.C.I Falabella, por un plazo de 5 años, para programa de compensación a ejecutivos.
- Se aprobó el reparto de un dividendo consistente en \$60 por acción, pagado al 10 de Mayo 2011.

IV. Indicadores de Retail

1. Ingresos de Negocios Retail

Ingresos Retail 1Q 2011¹ (MMUS\$)
(Pesos chilenos nominales, convertidos a USD al t/c observado del 1 de Abril de 2011)

	1Q 2010	1Q 2011	Var. 11/10	Var. Moneda Local ²
Chile				
Tiendas por Depto.	371	452	22%	22%
Mejoramiento del Hogar	627	749	19%	19%
Supermercados	163	187	14%	14%
Perú				
Tiendas por Depto.	134	153	15%	19%
Mejoramiento del Hogar	68	92	37%	44%
Supermercados	112	144	29%	27%
Argentina				
Tiendas por Depto.	85	111	31%	47%
Mejoramiento del Hogar	27	42	52%	71%
Colombia				
Tiendas por Depto.	56	85	52%	52%
Mejoramiento del Hogar	205	246	20%	23%

Crecimiento de Ventas Nominal por Local Equivalente – Same Store Sales (SSS)
(Todos los crecimientos son en términos nominales y han sido calculados en moneda local de cada país)

	2010				2011
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
Chile					
Department Stores Chile	5,6%	26,2%	15,6%	18,9%	20,9%
Home Improvement Chile	8,1%	21,9%	20,5%	16,3%	17,3%
Supermarkets Chile	4,9%	6,6%	7,9%	5,1%	4,8%
Perú					
Department Stores Peru	11,5%	17,6%	8,6%	9,1%	9,1%
Home Improvement Peru	6,1%	11,7%	15,3%	14,7%	19,5%
Supermarkets Peru	12,5%	18,1%	13,7%	13,2%	9,0%
Argentina					
Department Stores Argentina	36,6%	38,5%	27,7%	27,4%	33,2%
Home Improvement Argentina	31,6%	40,0%	41,0%	36,7%	25,6%
Colombia					
Tiendas por Depto. - Colombia	13,5%	4,0%	3,1%	14,7%	17,8%
Mejoramiento del Hogar - Colombia	14,7%	10,3%	15,6%	17,8%	18,1%

¹ No incluye ingresos de negocio de crédito. Variación de ventas en moneda local aísla los efectos de tipo de cambio en la traducción de los estados financieros.

2. Número de Locales y Superficie de Venta Neta²

Superficies de Venta	Marzo 2010		Marzo 2011	
	Superficie (m ²)	Locales	Superficie (m ²)	Locales
Chile				
Tiendas por Depto.	232.561	35	234.984	36
Expos Falabella Retail	5.576	4	5.444	4
Mejoramiento del Hogar	537.745	66	553.183	67
Supermercados	102.495	26	111.910	31
Perú				
Tiendas por Depto.	90.023	14	111.078	17
Mejoramiento del Hogar	98.219	13	123.805	16
Hipermercados	85.507	17	107.597	24
Argentina				
Tiendas por Depto.	59.569	10	66.337	11
Mejoramiento del Hogar	56.332	5	65.185	6
Colombia				
Tiendas por Depto.	62.342	10	73.530	11
Mejoramiento del Hogar	191.464	19	211.609	20
Total Tiendas	1.521.833	219	1.664.662	243
Mall Plaza	830.000	11	854.962	11
Soc. de Rentas Falabella	126.898	5	134.076	6
Aventura Plaza	109.077	2	165.888	3
Open Plaza	117.300	5	191.378	7
Total Inmobiliario	1.183.274	23	1.346.303	27

² Sociedad de Rentas considera Power Centers (ubicaciones donde hay 2 tiendas anclas y locales menores) y Centros comerciales (ubicaciones con 3 o más tiendas anclas además de tiendas menores).

V. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio

1. Chile

La confianza de los consumidores en la región ha permitido que el consumo se mantenga en los niveles vistos durante el 2010, lo que se ve reflejado en todas las áreas de negocio. El crecimiento de mejoramiento del hogar en Chile se debe principalmente al área de retail o personas, incluso sobre una base importante obtenida durante el 2010. Con respecto a la venta asociada a la construcción, existe un rezago en comparación a retail que coincide con las especulaciones sobre el proceso de reconstrucción post terremoto, el cual debería darse en su totalidad durante los meses venideros. El alza en los precios de las materias primas, especialmente del algodón para tiendas por departamento, fueron contrarrestados por la apreciación del dólar y una eficiente importación y operación local.

En términos de margen bruto, los negocios de retail no presentaron grandes variaciones en comparación con el año 2010. Por su parte, CMR presenta un crecimiento importante debido a un menor nivel de provisiones. El negocio inmobiliario también presenta un mayor margen bruto debido a los altos niveles de venta asociados a la industria.

Resultados operacionales 1Q 2011 (MMUS\$)

MMUS\$ y % Ingresos	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	1Q 10	1Q 11	Var %	1Q 10	1Q 11	Var %	1Q 10	1Q 11	Var %
Ingresos	371,1	452,4	21,9%	627,3	749,2	19,4%	163,4	186,6	14,2%
Margen Bruto	29,6%	28,7%	18,1%	27,8%	28,0%	20,4%	24,4%	23,6%	10,2%
Gastos s/ Depreciación	-23,5%	-23,1%	19,7%	-18,3%	-17,8%	16,3%	-19,7%	-21,0%	22,1%
EBITDA	6,1%	5,6%	11,7%	9,5%	10,2%	28,3%	4,8%	2,5%	-39,0%
Resultado Operacional	4,1%	4,0%	18,4%	8,0%	8,5%	27,8%	1,7%	-0,3%	-122,4%

MMUS\$ y % Ingresos	Promotora CMR			Plaza S.A.		
	1Q 10	1Q 11	Var %	1Q 10	1Q 11	Var %
Ingresos	128,5	149,1	16,1%	55,7	65,4	17,6%
Margen Bruto	46,6%	50,6%	26,0%	81,8%	82,9%	19,2%
Gastos s/ Depreciación	-9,2%	-9,3%	17,4%	-14,4%	-12,1%	-1,5%
EBITDA	37,4%	41,3%	28,1%	81,0%	82,4%	19,6%
Resultado Operacional	37,4%	41,3%	28,1%	67,4%	70,8%	23,6%

2. Operaciones Internacionales

Durante el trimestre se pudo observar un importante crecimiento de los ingresos de explotación en comparación con el 2010, en parte por el crecimiento de la operación en Same Store Sales y además por la reactivación del plan de inversiones durante el 2010. En Colombia, la inauguración de 3 tiendas durante el 2010 ha favorecido el crecimiento de las ventas y aportado a la consolidación de las tiendas por departamento en este país. En Perú, el crecimiento económico se ha mantenido constante, lo que se ve reflejado en todas las áreas de negocio, especialmente en Mejoramiento del Hogar y Supermercados, además cabe destacar que durante el 2010 se inauguraron 13 tiendas nuevas, las que alcanzarán una mayor maduración durante el 2011. En Argentina, el negocio de Tiendas por Departamento y Mejoramiento de Hogar ha sabido aprovechar el mayor consumo visto en el país, lo que ve reflejado en un importante crecimiento en las ventas.

Resultados operacionales 1Q 2011 (MMUS\$)³

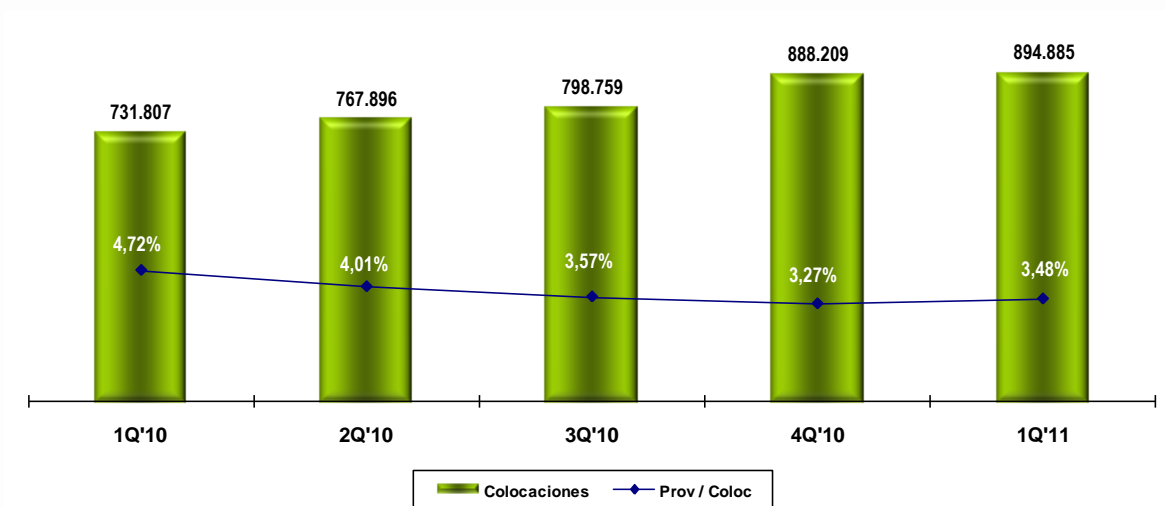
MMUS\$ y % Ingresos	Perú			Argentina			Colombia		
	1Q 10	1Q 11	Var %	1Q 10	1Q 11	Var %	1Q 10	1Q 11	Var %
Ingresos	370,5	448,7	21,1%	120,7	166,9	38,2%	73,2	111,7	52,6%
Margen Bruto	31,6%	30,3%	16,1%	35,6%	40,0%	55,3%	39,6%	37,7%	45,3%
Gastos s/ Depreciación	-20,3%	-19,5%	16,6%	-35,0%	-35,1%	38,6%	-33,8%	-31,8%	43,8%
EBITDA	11,3%	10,8%	15,2%	0,6%	4,9%	1092,8%	5,8%	5,8%	54,0%
Resultado Operacional	8,5%	7,8%	11,1%	-1,5%	3,0%	n/a	1,5%	2,5%	154,9%

³ Resultados Operacionales Incluyen negocios que desarrollan giro Bancario en Perú y Colombia

V. Indicadores de Crédito

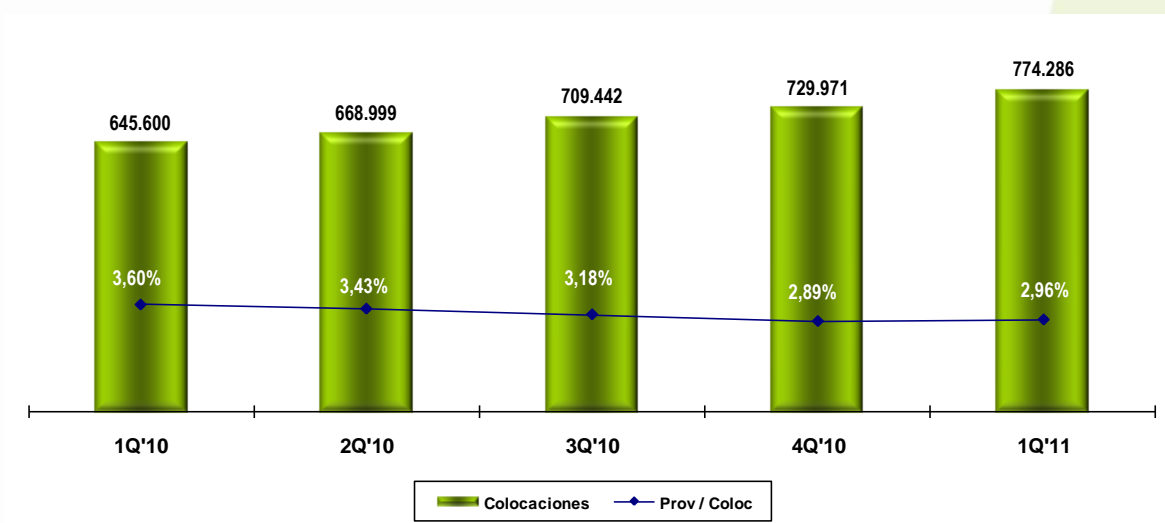
1. Colocaciones y Provisiones

CMR Chile



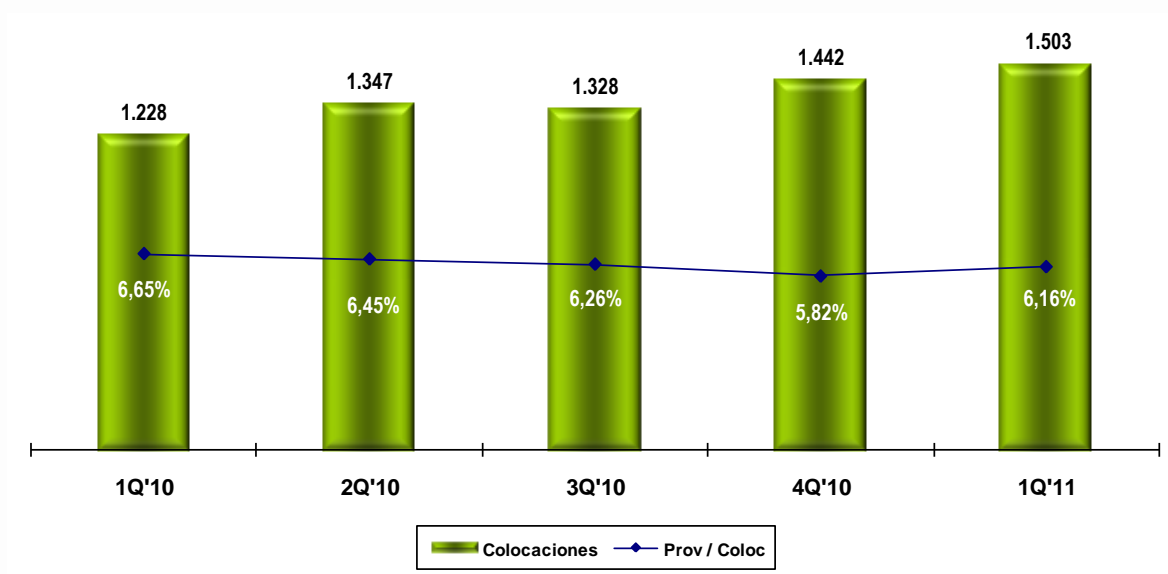
Nota: Colocaciones en MM\$ de cada período

Banco Falabella Chile



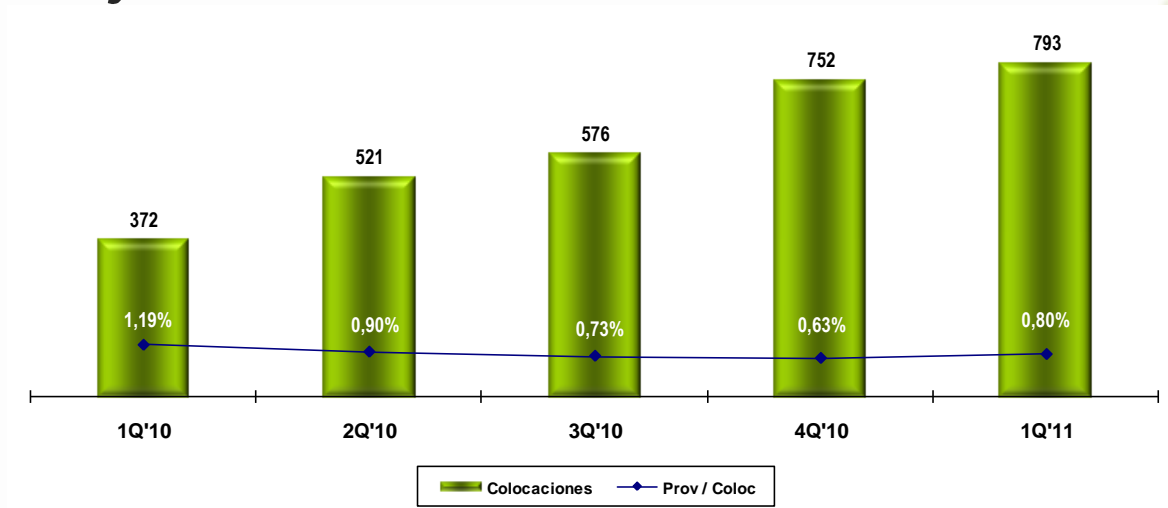
Nota: Colocaciones en MM\$ de cada período

Banco Falabella Perú (Ex CMR Perú)⁴



Nota: Colocaciones en MM Soles de cada período

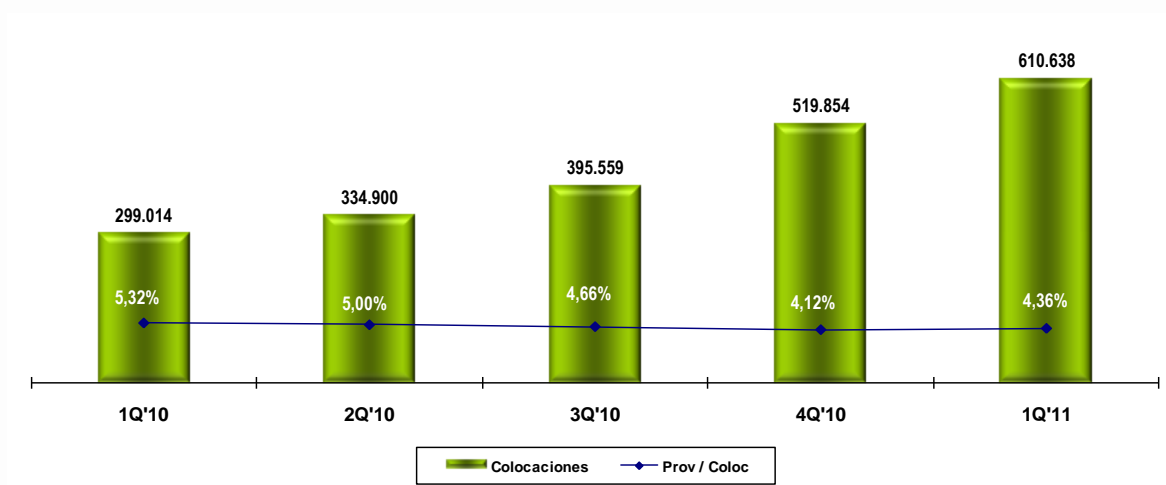
CMR Argentina



Nota: Colocaciones en MM AR\$ de cada período

⁴ Nota: Banco Falabella Perú aplica el calendario de provisiones indicado por la superintendencia de banca y seguros peruana. Además, ha mantenido provisiones adicionales, exigidas hace un tiempo, aún cuando la norma procíclica ya no está vigente.

Financiera CMR Colombia



Nota: Colocaciones en MM COP de cada período

2. Venta a través de tarjeta CMR

Porcentaje de Venta con CMR⁵

	1Q 2010	1S 2010	9M 2010	2010	1Q 2011
Tiendas por Depto. Chile	58,7%	60,2%	61,1%	60,9%	58,4%
Mejoramiento del Hogar Chile	27,5%	30,5%	29,6%	30,0%	30,6%
Supermercados - Chile	17,7%	19,1%	20,1%	20,2%	19,1%
Retail Perú (Saga, Sodimac y Tottus)	47,7%	49,7%	49,0%	48,9%	45,9%
Retail Argentina (Falabella y Sodimac)	39,5%	43,1%	41,6%	41,6%	43,8%
Retail Colombia (Falabella y Sodimac)	21,1%	23,3%	24,7%	27,3%	30,9%

A Marzo de 2011, el número de cuentas activas que tenía la tarjeta CMR por país era el siguiente: en Chile 2,3 millones de cuentas, en Perú 1 millón de cuentas, en Argentina 612 mil cuentas y Colombia con 772 mil cuentas.

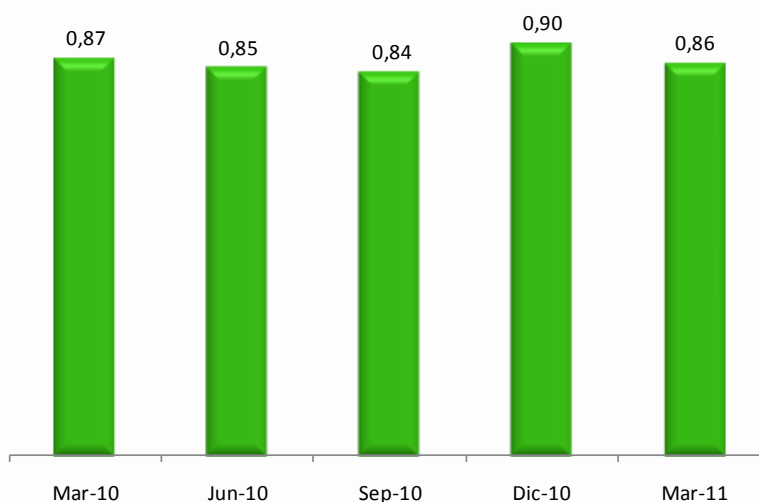
⁵ Porcentaje de venta con CMR: es la venta a través de la tarjeta con respecto a la venta total de cada negocio.

VI. Estructura Financiera

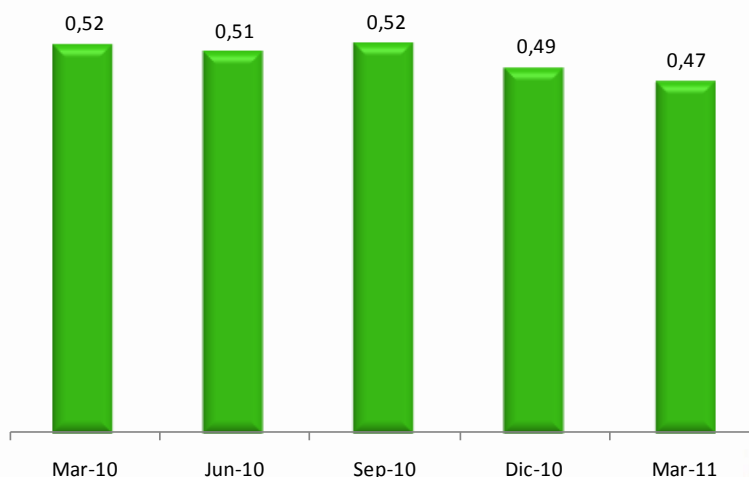
El Total Pasivos al 31 de Marzo de 2011 alcanzó MM\$3.815.136 (MMUS\$7.957). Este nivel de pasivos implica un Leverage⁶ de 1,27 veces.

Sin considerar las empresas que desarrollan el giro bancario (Banco Falabella Chile, Banco Falabella Perú y CMR Colombia) el Leverage consolidado es de 0,86 veces. Excluyendo estas mismas empresas, el Leverage financiero Neto consolidado al 31 de Marzo es de 0,47 veces.

Leverage



Leverage Financiero Neto



⁶ Leverage = Pasivos totales (sin bancos) dividido en Patrimonio total. Gráficos no incluyen empresas del negocio Bancario

VII. Estados Financieros S.A.C.I. Falabella – IFRS

Estado de Resultados Integrales	Por el Periodo	Por el Periodo
	terminado al 31-Mar-11	terminado al 31-Mar-10
	M\$	M\$
Estado de Resultados		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Ingresos de actividades ordinarias	1.098.459.645	894.843.865
Costo de ventas	-739.679.275	-606.779.376
Ganancia bruta	358.780.370	288.064.489
Costos de distribución	-12.204.282	-10.305.580
Gasto de administración	-183.203.191	-162.097.691
Otros gastos, por función	-39.293.924	-20.690.974
Otras ganancias (pérdidas)	3.969.638	-9.463.566
Ingresos financieros	999.133	5.971.830
Costos financieros	-17.761.191	-18.138.201
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios	3.387.877	4.719.542
Diferencias de cambio	1.086.871	-943.445
Resultado por unidades de reajuste	-2.969.234	-1.141.211
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	112.792.067	75.975.193
Gasto por impuestos a las ganancias	-20.378.928	-12.364.355
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas	92.413.139	63.610.838
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones discontinuadas	0	0
Ganancia (pérdida) de negocios no bancarios	92.413.139	63.610.838
Servicios Bancarios (Presentación)		
Ingresos por intereses y reajustes	54.006.050	43.143.779
Gastos por intereses y reajustes	-15.921.686	-10.199.074
Ingreso neto por intereses y reajustes	38.084.364	32.944.705
Ingresos por comisiones	14.551.874	13.105.164
Gastos por comisiones	-2.588.335	-1.330.630
Ingreso neto por comisiones	11.963.539	11.774.534
Utilidad neta de operaciones financieras	2.879.424	2.525.810
Utilidad (Pérdida) de cambio neta	-810.876	-65.126
Otros ingresos operacionales	1.609.198	1.709.949
Provisión por riesgo de crédito	-9.942.944	-13.280.134
Total ingreso operacional neto	43.782.705	35.609.738
Remuneraciones y gastos del personal	-11.566.143	-9.048.202
Gastos de Administración	-13.627.284	-10.954.577
Depreciaciones y amortizaciones	-1.849.514	-2.231.893
Otros gastos operacionales	-1.126.507	-835.492
Total gastos operacionales	-28.169.448	-23.070.164
Resultado operacional	15.613.257	12.539.574
Resultado por inversiones en sociedades	32.634	103.192
Resultado antes de impuesto a la renta	15.645.891	12.642.766
Impuesto a la renta	-4.299.834	-3.242.013
Ganancia (Pérdida) de servicios bancarios	11.346.057	9.400.753
Ganancia (Pérdida)	103.759.196	73.011.591
Ganancia (pérdida), atribuible a		
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	95.684.343	66.847.972
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras	8.074.853	6.163.619
Ganancia (pérdida)	103.759.196	73.011.591

Estado de Situación Financiera Clasificado	SACI Falabella 31-Mar-11 M\$	SACI Falabella 31-Dic-10 M\$
Activos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Activos corrientes		
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	136.306.094	114.739.404
Otros activos financieros corrientes	9.777.445	16.148.898
Otros Activos No Financieros, Corriente	16.087.053	16.004.909
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	963.178.939	980.604.331
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, Corriente	3.610.973	606.311
Inventarios	600.634.632	575.557.091
Activos por impuestos corrientes	44.421.056	48.335.258
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	1.774.016.192	1.751.996.202
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta		
Activos, Corriente, Total	1.774.016.192	1.751.996.202
Activos, No Corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	38.009	38.009
Otros activos no financieros no corrientes	15.626.893	15.289.780
Derechos por cobrar no corrientes	215.913.915	210.163.277
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, No Corriente	518.985	570.338
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	92.796.477	80.967.256
Activos intangibles distintos de la plusvalía	151.795.961	149.454.845
Plusvalía	260.273.967	260.273.967
Propiedades, Planta y Equipo	1.265.034.518	1.253.477.688
Propiedad de inversión	1.524.384.531	1.511.159.864
Activos por impuestos diferidos	37.718.465	34.199.100
Activos, No Corrientes, Total	3.564.101.721	3.515.594.124
Total activos de negocios no bancarios	5.338.117.913	5.267.590.326
Activos Servicios Bancarios (Presentación)		
Efectivo y depósitos en bancos	125.397.396	105.506.057
Operaciones con liquidación en curso	45.016.055	4.309.616
Instrumentos para negociación	122.444.864	105.457.392
Contratos de derivados financieros	9.460.166	11.341.108
Adeudado por bancos	-	-
Créditos y cuentas por cobrar a clientes	1.136.154.673	1.043.391.549
Inversiones en sociedades	1.566.040	1.543.659
Intangibles	9.293.497	8.783.780
Activo fijo	19.306.512	18.738.344
Impuestos corrientes	559.497	436.744
Impuestos diferidos	7.202.484	7.727.713
Otros activos	15.894.484	8.651.169
Total activos servicios bancarios	1.492.295.668	1.315.887.131
Activos, Total	6.830.413.581	6.583.477.457

Estado de Situación Financiera Clasificado	SACI Falabella 31-Mar-11 M\$	SACI Falabella 31-Dic-10 M\$
Patrimonio Neto y Pasivos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Pasivos, Corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	382.203.380	399.996.823
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	666.311.715	670.178.920
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas, Corriente	1.816.642	2.138.222
Otras provisiones a corto plazo	7.609.067	4.796.041
Pasivos por Impuestos corrientes	44.726.724	61.864.428
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	49.492.717	55.155.525
Otros pasivos no financieros corrientes	37.078.312	38.167.111
Pasivos, Corrientes, Total	1.189.238.557	1.232.297.070
Pasivos, No Corrientes		
Otros pasivos financieros, no corrientes	1.165.927.292	1.136.568.195
Pasivos no corrientes	-	2.002
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas, no corriente	-	-
Otras provisiones, No corrientes	485.325	635.225
Pasivo por impuestos diferidos	210.777.678	208.523.568
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	9.773.440	9.700.475
Otros pasivos no financieros no corrientes	28.580.167	28.478.930
Total de pasivos no corrientes	1.415.543.902	1.383.908.395
Total pasivos de negocios no bancarios	2.604.782.459	2.616.205.465
Pasivos Servicios Bancarios (Presentación)		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	66.550.989	64.041.784
Operaciones con liquidación en curso	43.371.506	3.394.564
Depósitos y otras captaciones a plazo	630.823.636	545.650.022
Contratos de derivados financieros	9.769.795	12.584.496
Obligaciones con bancos	47.368.462	37.254.461
Instrumentos de deuda emitidos	157.482.274	157.889.468
Otras obligaciones financieras	214.361.891	208.742.171
Impuestos corrientes	8.058.230	6.814.178
Impuestos diferidos	3.125.630	3.053.735
Provisiones	1.897.037	2.261.848
Otros pasivos	27.544.280	29.855.085
Total pasivos Servicios Bancarios	1.210.353.730	1.071.541.812
Total pasivos	3.815.136.189	3.687.747.277
Patrimonio Neto		
Capital emitido	526.812.163	526.798.286
Ganancias (pérdidas) acumuladas	1.998.921.008	1.903.236.665
Primas de emisión	21.150.935	20.984.541
Otras reservas	(60.960.158)	(73.571.352)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	2.485.923.948	2.377.448.140
Participaciones no controladoras	529.353.444	518.282.040
Patrimonio total	3.015.277.392	2.895.730.180
Total de patrimonio y pasivos	6.830.413.581	6.583.477.457



www.falabella.com

S.A.C.I. Falabella

Dirección:

Rosas 1665
Santiago, Chile

Contactos:

Jordi Gaju N. / Humberto Solovera R. / Domingo Godoy U.
Gerencia de Planificación y Desarrollo Corporativa
Teléfono: (56 2) 380 2012
Email: inversionistas@falabella.cl

Website:

www.falabella.com
Click en "Inversionistas" al final de la página.

La información del presente reporte fue elaborada en base a los estados financieros Interinos Consolidados entregada a la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS).

S.A.C.I. Falabella no se hace responsable por daños, perjuicios o pérdidas que pudiesen resultar de la interpretación de este reporte o de la evolución de los mercados, en particular de la Bolsa de Valores.