



RESULTADOS 1er. trimestre 2012



SACI FALABELLA

Índice

I. Resumen Ejecutivo	2
II. Estado de Resultados Consolidado a Marzo de 2012	3
III. Principales Hechos del Período.....	5
IV. Indicadores de Retail.....	6
V. Indicadores de Crédito	8
VI. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio	9
VII. Estructura Financiera	12
VIII. Estados Financieros S.A.C.I. Falabella – IFRS	13

Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado del 02 de Abril de 2012: 487,4 \$/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

Los ingresos consolidados del trimestre alcanzaron los \$1.362.695 millones (MMUS\$2.796) creciendo un 17,7% en comparación al mismo trimestre del 2011. Este crecimiento se debe principalmente a los altos niveles de consumo que se han continuado observando en la región, los que se han visto reflejados en fuertes crecimientos de ventas mismas tiendas (SSS) en todos los formatos y países. Otro elemento importante que explica los mayores ingresos es la mayor superficie existente que supera en casi 8% a la del primer trimestre de 2011. Por su parte, el negocio bancario también presenta altas tasas de crecimiento de los ingresos en todos los países producto de las mayores colocaciones existentes en comparación a 2011.

Durante el trimestre, se reconoció una provisión por \$ 20.071 millones (MMUS\$41), que se refleja en los gastos de administración y ventas, lo que genera un aumento de estos, como porcentaje sobre los ingresos, de 1,2 puntos porcentuales, comparado con el mismo periodo del año 2011. Esta provisión se efectuó luego que la Promotora CMR Falabella S.A. detectara que la empresa Cuentas Punto Com S.A., se había apropiado indebidamente de fondos pertenecientes a la sociedad Promotora CMR Falabella S.A. correspondientes a pagos de estados de cuentas efectuados en el sitio de Internet miscuentas.com. Aislado este efecto el porcentaje de gastos de administración y ventas sobre ingresos disminuyó 0,2 puntos porcentuales, por una mayor eficiencia en el manejo de los gastos operacionales, especialmente en los negocios bancarios e internacionales.

El Ebitda consolidado alcanzó los \$151.593 millones (MMUS\$311), lo que representa un decrecimiento de un 11,3% en comparación al mismo trimestre del 2011. Aislado el efecto de la provisión realizada por CMR, el Ebitda habría incrementado en un 0,5%.

La cartera de colocaciones consolidada al 31 de marzo alcanzó los MMUS\$5.674¹, lo que representa un crecimiento de 25,7% respecto a marzo de 2011. Este crecimiento de colocaciones genera también un aumento de las provisiones, pero a pesar de este mayor nivel de provisiones, todas las carteras de colocaciones en los distintos países mantienen buenos comportamientos con plazos de pago y niveles de endeudamiento de clientes estables.

La utilidad neta consolidada se contrajo un 24,6% comparado con el mismo período del año 2011, alcanzando los \$72.102 millones (MMUS\$148) debido principalmente a la provisión realizada por la Promotora CMR. Excluyendo este factor, la utilidad neta consolidada se contrajo un 7,5% comparada con la obtenida en igual período de 2011.

Al cierre de marzo, el Leverage Consolidado fue 1,32 veces. Excluyendo las entidades que desarrollan el giro bancario, el Leverage Consolidado fue de 0,84 veces y el Leverage Financiero Neto fue de 0,48 veces.

Durante el primer trimestre se inauguraron siete tiendas nuevas en la región. Sodimac inauguró tres tiendas: una en Chile (Puente Alto), una en Colombia (Bogotá Cedritos) y una en Perú (Chimbote). Falabella inauguró una tienda en Perú (Chimbote) y finalmente Tottus inauguró tres tiendas nuevas en Perú (Lima, Chincha y Chimbote). Posterior al cierre del trimestre, el 26 de abril, Falabella inauguró la tienda Villa Country en la ciudad de Barranquilla, Colombia. A su vez Sodimac inauguró el 25 de mayo, la tienda Ribera Norte en la ciudad de Concepción, Chile.

¹ Cartera consolidada se calcula en base a tipos de cambio de cierre de marzo 2012.

II. Estado de Resultados Consolidado a Marzo de 2012

Resultados Consolidados 1Q 2012 (MM\$)

<i>Millones de Pesos</i>	1Q 2011	% Ingresos	1Q 2012	% Ingresos	Var. 12/11
Ingresos de Negocios no bancarios	1.088.118		1.264.477		16,2%
Ingresos por Servicios bancarios	69.641		98.218		41,0%
Total Ingresos	1.157.759		1.362.695		17,7%
Costo de ventas no bancarios	(727.323)	-66,8%	(868.532)	-68,7%	19,4%
Costo de ventas bancarios	(26.137)	-37,5%	(48.725)	-49,6%	86,4%
Ganancia Bruta	404.299	34,9%	445.438	32,7%	10,2%
GAV	(264.088)	-22,8%	(327.688)	-24,0%	24,1%
Resultado Operacional	140.210	12,1%	117.749	8,6%	-16,0%
Depreciación+Amortización	30.680	2,6%	33.843	2,5%	10,3%
EBITDA	170.890	14,8%	151.593	11,1%	-11,3%
Otras ganancias (pérdidas)	3.780		279		-92,6%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(20.285)		(26.430)		30,3%
Ganancia / (pérdida en asociadas)	3.421		6.055		77,0%
Diferencias de cambio	1.084		273		-74,8%
Resultado No Operacional	(12.001)	-1,0%	(19.823)	-1,5%	65,2%
Resultado antes de Impuestos	128.209	11,1%	97.926	7,2%	-23,6%
Impuesto a la renta	(24.450)		(15.800)		-35,4%
Interés minoritario	(8.075)		(10.024)		24,1%
Ganancia / (Pérdida) Neta	95.684	8,3%	72.102	5,3%	-24,6%

1. Resultado Operacional

Durante el trimestre fue posible continuar observando altos niveles de consumo en la región, lo que agregado al aumento de superficie de ventas, permitió obtener un crecimiento de los ingresos de explotación de un 17,7% en comparación al mismo trimestre del 2011. El crecimiento de los ingresos provenientes de negocios no bancarios es producto de los fuertes niveles de demanda que se siguen observando en la región y que se ven reflejados en importantes crecimientos de ventas mismas tiendas. El negocio de supermercados sigue presentando un alto crecimiento de los ingresos en Chile y Perú gracias al mayor número de tiendas y al crecimiento en ventas mismas tiendas de 9,5% y 15,0%, respectivamente. El crecimiento de los ingresos de los negocios bancarios se explica por el crecimiento mostrado por las carteras de colocaciones durante todo 2011.

Los gastos de administración y ventas como porcentaje de los ingresos aumentaron 1,2 puntos porcentuales, debido a la provisión extraordinaria producto de la apropiación indebida de fondos pertenecientes a CMR por parte de Cuentas Punto Com S.A. Aislado este efecto, el porcentaje de gastos de administración y ventas sobre ingresos disminuyó 0,2 puntos porcentuales, comparado con el mismo período de 2011, debido a que el mayor nivel de ingresos de explotación ha permitido que se produzcan eficiencias operacionales. Estas mayores eficiencias se vieron en mayor medida en los negocios bancarios e internacionales. En el negocio bancario los gastos con respecto a los ingresos

disminuyeron 6,2 puntos porcentuales y en los negocios internacionales se observa que gracias a la maduración de tiendas, especialmente de Falabella en Colombia y Sodimac en Perú, han aumentado las ventas manteniendo los gastos controlados.

Al cierre del primer trimestre de 2012 se observa un aumento de la ganancia bruta de un 10,2% en comparación con el mismo periodo del año 2011, debido al fuerte crecimiento de los ingresos. Por su parte, el margen bruto consolidado se contrajo en 2,2 puntos porcentuales en comparación al mismo período del año anterior. Esta disminución se debe principalmente a 2 factores: mayores ventas promocionales en tiendas por departamento y spreads más ajustados en el negocio financiero.

Durante el trimestre, en el negocio financiero, junto con un crecimiento de un 41,0% de los ingresos, se observó un aumento de las provisiones que se reflejan en los costos. El crecimiento de las provisiones se debe principalmente al alto crecimiento de las colocaciones y a un aumento en los niveles de morosidad debido al crecimiento de éstas, acorde con las expectativas del negocio.

El resultado operacional del trimestre alcanzó los \$117.749 millones (MMUS\$242) afectado por la provisión extraordinaria de CMR por el problema con miscuentas. Este resultado representa una disminución de 16,0% comparado con el mismo período de 2011.

2. Resultado No Operacional

El Resultado Fuera de la Explotación del trimestre alcanzó una pérdida de \$19.823 millones (MMUS\$41). La mayor pérdida no operacional en comparación al año anterior es provocada por dos razones fundamentales: menores ingresos no operacionales y mayores gastos financieros.

Los menores ingresos no operacionales en comparación al primer trimestre de 2011, se deben a que en el año 2011 fueron recibidos \$4.000 millones provenientes del pago de seguros por daños sufridos en el terremoto del 2010. Por otra parte, los gastos financieros presentaron un incremento de 30,3% principalmente impulsados por la deuda financiera indexada a la inflación a través de la UF en Chile. A pesar de que el saldo de deuda financiera en UF no presentó grandes variaciones, el valor de la UF presentó un crecimiento de 1,3% en el trimestre, más del doble del crecimiento observado para igual período de 2011.

III. Principales Hechos del Período

- En febrero, Fitch Ratings publicó su decisión de mejorar la clasificación de riesgo de Plaza SA y sus bonos, llevándola desde AA- a AA. De esta forma, Plaza SA queda con ambas clasificaciones (Fitch y Humphreys) en AA.
- En marzo Falabella.com obtuvo el primer lugar en la categoría “Los Líderes del eCommerce” en los eCommerce Awards Latam 2011, entregado por el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (ILCE).
- El 27 de febrero se lleva a cabo la inscripción de CMR en la Superintendencia de Valores y Seguros de Chile.
- En el trimestre se abrieron 7 tiendas nuevas en toda la región, las que se detallan a continuación:
 - Sodimac Chile inaugura en el mes de marzo la tienda de Sodimac Puente Alto con una superficie de 11.217 m².
 - Tottus Perú inaugura 3 tiendas en el trimestre: en el mes de enero la tienda de Chíncha con 2.725 m², en el mes de febrero la tienda Campoy con 918 m² y en el mes de marzo la tienda Chimbote con una superficie de 3.452 m².
 - Sodimac Perú inaugura en el mes de marzo la tienda Sodimac Chimbote con una superficie de 5.355 m².
 - Saga Falabella inaugura en el mes de marzo la tienda Saga Falabella Chimbote con una superficie de 2.824 m².
 - Sodimac Colombia inaugura en el mes de marzo la tienda de Sodimac Cedritos, ubicada en la ciudad de Bogotá, la cual posee una superficie de 10.507 m².

Hechos Posteriores

- Se informa el rescate anticipado del bono serie B (BFALAB-B), emitido en diciembre del año 2001 por un monto de UF 2 millones, y fecha de vencimiento 1 de diciembre del año 2020. El rescate se realizará a partir del 1 de junio de 2012 y será por la totalidad del monto vigente, el cual asciende a UF1,42 millones, considerando el capital insoluto más los intereses devengados.
- El 26 de abril Falabella inaugura la tienda Villa Country con una superficie de más de 7.000 m² de venta, ubicada en la ciudad de Barranquilla, Colombia.
- El 25 de mayo Sodimac inaugura la tienda Ribera Norte ubicada en la ciudad de Concepción, Chile.

IV. Indicadores de Retail

1. Ingresos de Negocios Retail

Ingresos Retail 1Q 2012² (MMUS\$)
 (Pesos chilenos nominales, convertidos a USD al t/c observado del 2 de abril de 2012)

INGRESOS RETAIL	1Q2011	1Q2012	Var. 12/11	Var. Moneda Local ³
CHILE				
Tiendas por Depto.	445,0	500,8	12,5%	12,5%
Mejoramiento del Hogar	737,4	831,9	12,8%	12,8%
Supermercados	181,9	215,0	18,2%	18,2%
PERU				
Tiendas por Depto.	150,9	178,5	18,3%	12,1%
Mejoramiento del Hogar	91,0	122,0	34,1%	27,0%
Supermercados	141,3	184,6	30,6%	23,8%
ARGENTINA				
Tiendas por Depto.	109,5	124,0	13,3%	20,6%
Mejoramiento del Hogar	40,8	49,0	19,9%	27,7%
COLOMBIA				
Tiendas por Depto.	83,7	106,5	27,3%	19,7%
Mejoramiento del Hogar	241,5	309,0	27,9%	20,9%

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)

SAME STORE SALES	2011				2011	2012 1Q
	1Q	2Q	3Q	4Q		
CHILE						
Tiendas por Depto.	20,9%	3,7%	9,1%	5,6%	8,8%	9,2%
Mejoramiento del Hogar	18,3%	7,0%	8,8%	13,6%	12,0%	10,6%
Supermercados	4,9%	3,7%	4,0%	8,0%	5,3%	9,5%
PERU						
Tiendas por Depto.	9,2%	6,7%	10,9%	11,8%	9,8%	11,3%
Mejoramiento del Hogar	19,5%	19,3%	17,6%	11,8%	16,7%	15,7%
Hipermercados	9,0%	10,6%	8,9%	12,2%	10,3%	15,0%
ARGENTINA						
Tiendas por Depto.	32,2%	14,6%	28,9%	23,9%	24,1%	18,4%
Mejoramiento del Hogar	25,6%	19,7%	24,0%	29,0%	25,0%	27,4%
COLOMBIA						
Tiendas por Depto.	19,3%	32,9%	22,2%	31,2%	27,5%	18,2%
Mejoramiento del Hogar	18,2%	19,2%	14,7%	8,7%	14,7%	8,8%

² No incluye ingresos de negocio de crédito.

³ Variación de ventas en moneda local aísla los efectos de tipo de cambio en la traducción de los estados financieros en IFRS para Chile.

2. Número de Locales y Superficie de Venta Neta⁴

Superficies de Venta	Marzo 2011		Marzo 2012	
	Superficie (m ²)	Locales	Superficie (m ²)	Locales
Chile				
Tiendas por Depto.	234.984	36	242.806	36
Expos Falabella Retail	5.444	4	5.045	4
Mejoramiento del Hogar	553.183	67	592.481	71
Supermercados	111.910	31	135.115	37
Perú				
Tiendas por Depto.	111.078	17	120.471	18
Mejoramiento del Hogar	123.805	16	136.922	18
Supermercados	107.597	24	123.253	30
Argentina				
Tiendas por Depto.	66.337	11	59.652	11
Mejoramiento del Hogar	65.185	6	65.185	6
Colombia				
Tiendas por Depto.	73.530	11	68.183	11
Mejoramiento del Hogar	214.080	20	248.497	24
Total Tiendas	1.667.133	243	1.797.611	266
Mall Plaza	854.962	11	885.000	11
Soc. de Rentas Falabella	134.076	6	151.399	7
Aventura Plaza	165.888	3	176.000	3
Open Plaza	191.378	7	191.378	7
Total Inmobiliario	1.346.304	27	1.403.777	28

⁴ Sociedad de Rentas considera los Power Centers (ubicaciones donde hay 2 formatos del grupo como anclas y locales menores) y Centros Comerciales (ubicaciones con 3 formatos del grupo como anclas además de tiendas menores) distintos a los operados por Mall Plaza.

V. Indicadores de Crédito

1. Cartera de Colocaciones⁵

INDICADORES DE CREDITO			4Q'10	1Q'11	2Q'11	3Q'11	4Q'11	1Q'12
CHILE CMR (Crédito)	STOCK COLOCACIONES	MM CLP	888.209	894.885	922.479	942.105	1.043.718	1.062.622
	STOCK PROVISIONES	MM CLP	-29.074	-31.174	-32.880	-36.476	-40.634	-45.582
	CASTIGO NETO (de recuperó)	MM CLP	43.382	7.919	14.048	21.765	33.106	16.040
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	1.885.750	1.917.602	1.986.343	2.008.651	2.084.522	2.075.779
	PLAZO PROMEDIO PAGO	DIAS	160	163	153	150	164	159
	DEUDA PROMEDIO	CLP	471.011	466.669	464.411	469.024	500.699	511.626
PERU BANCO (Tarjeta)	STOCK COLOCACIONES	MM SOL	1.442	1.503	1.731	1.734	1.863	1.868
	STOCK PROVISIONES	MM SOL	-84	-93	-104	-111	-130	-138
	CASTIGO NETO (de recuperó)	MM SOL	74	22	34	47	63	23
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	817.253	831.003	860.095	871.702	891.609	913.705
	STOCK COLOCACIONES CONSUMO	MM SOL	1.409	1.469	1.696	1.719	1.850	1.855
	PLAZO PROMEDIO PAGO	DIAS	111	119	124	127	129	125
	DEUDA PROMEDIO CONSUMO	SOL	1.724	1.768	1.971	1.972	2.090	2.044
COLOMBIA BANCO (Tarjeta)	STOCK COLOCACIONES	MM COP	519.854	610.638	702.197	804.858	932.702	990.669
	STOCK PROVISIONES	MM COP	-21.418	-25.218	-32.691	-41.511	-54.871	-62.941
	CASTIGO NETO (de recuperó)	MM COP	10.201	2.179	3.823	5.534	16.428	9.573
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	500.043	529.413	573.869	614.237	655.326	627.528
	STOCK COLOCACIONES CONSUMO	MM COP	519.854	610.638	702.197	804.858	932.702	990.669
	PLAZO PROMEDIO PAGO	DIAS	174	172	168	168	174	167
	DEUDA PROMEDIO CONSUMO	COP	1.039.881	1.153.425	1.223.619	1.310.338	1.423.264	1.578.685
CMR ARGENTINA (Tarjeta)	STOCK COLOCACIONES	MM ARG	752,0	793,2	899,8	915,9	1.034,0	1.020,1
	STOCK PROVISIONES	MM ARG	-4,77	-6,33	-7,87	-10,79	-18,24	-23,71
	CASTIGO NETO (de recuperó)	MM ARG	4,53	0,94	2,83	5,81	8,73	5,69
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	444.642	449.849	471.559	491.858	525.546	524.596
	PLAZO PROMEDIO PAGO	DIAS	184	175	184	176	185	168
	DEUDA PROMEDIO	ARG	1.691	1.763	1.908	1.862	1.968	1.945
CHILE BANCO	STOCK COLOCACIONES	MM CLP	729.971	774.286	824.033	868.724	945.767	976.831
	STOCK PROVISIONES	MM CLP	-21.094	-22.900	-24.805	-27.173	-31.000	-31.811
	CASTIGO NETO (de recuperó)	MM CLP	22.358	4.683	9.555	15.312	21.875	9.984

2. Venta a través de tarjeta CMR

Porcentaje de Venta con CMR⁶

	1Q 2011	1S 2011	9M 2011	2011	1Q 2012
Tiendas por Depto. Chile	58,4%	60,4%	60,0%	59,8%	56,6%
Mejoramiento del Hogar Chile	30,6%	31,5%	31,5%	31,9%	31,0%
Supermercados - Chile	19,1%	19,7%	20,2%	20,6%	18,8%
Retail Perú (Saga, Sodimac y Tottus)	45,7%	48,3%	47,8%	48,5%	44,8%
Retail Argentina (Falabella y Sodimac)	44,3%	40,3%	39,9%	39,6%	38,6%
Retail Colombia (Falabella y Sodimac)	31,0%	30,1%	29,5%	29,7%	25,1%

⁵ a. Cartera de Colocaciones CMR Chile, considera saldo de colocaciones automotrices. Las nuevas colocaciones de este tipo forman parte de la cartera de Banco Falabella.

b. Provisiones de Banco Falabella Chile incluyen provisiones adicionales sugeridas por SBIF presentadas como pasivos.

c. Plazos y Deuda promedio se calculan sobre colocaciones de consumo y no sobre colocaciones totales.

⁶ Porcentaje de venta con CMR: es la venta a través de la tarjeta con respecto a la venta total de cada negocio.

VI. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio

1. Chile

Durante el primer trimestre de 2012 fue posible continuar observando crecimiento en los ingresos de explotación de todos los negocios. En tiendas por departamento, se pudo observar un crecimiento de los ingresos de un 12,5% durante el trimestre, la que obedece a mayores ventas principalmente en la línea de vestuario. A pesar de este crecimiento, durante el trimestre se observó una disminución en el margen EBITDA de 3,5 puntos porcentuales, debido principalmente a una disminución en el margen bruto de 3,3 puntos porcentuales, ambos comparados el mismo período del año 2011. Esta disminución del margen bruto se acentúa en las líneas de electrónicos y vestuario por distintas razones. En electrónicos, al igual que en trimestres anteriores, se ha observado una fuerte competencia afectando el margen. Por su parte, en vestuario, la gran cantidad de ventas promocionales han generado una disminución en el margen bruto.

Los ingresos de mejoramiento del hogar en Chile crecieron 12,8% durante el trimestre. El crecimiento se explica principalmente por la alta demanda de materiales de construcción, que hizo que el área de venta por volumen tuviera un crecimiento de los ingresos cercano al 20% en el trimestre. Por su parte, el área retail continuó impulsada por los sólidos niveles de consumo, donde la mayor superficie de ventas permitió capturar de buena manera los niveles de demanda observados. La mayor participación del negocio por volumen, con respecto al año 2011, se tradujo en un menor margen bruto, por la naturaleza de este negocio. A pesar del menor margen bruto, el crecimiento de ingresos permitió obtener un crecimiento de 7,0 % del resultado operacional.

Los ingresos de supermercados en Chile crecieron un 18,2% durante el trimestre. Al igual que en los últimos trimestres, y sin desmerecer el desempeño de las tiendas ya existentes que presentaron un SSS de 9,5%, el crecimiento se atribuye principalmente al mayor número de tiendas existente durante el trimestre en comparación al mismo período del año anterior. El mayor número de tiendas ha incrementado los gastos de operación principalmente por mayor gasto de arriendo y otros relacionados con la operación de tiendas. Debido a que aún estas tiendas, abiertas a finales de 2011, se encuentran en proceso de maduración, el indicador de gastos como porcentaje de los ingresos es mayor al del primer trimestre de 2011. Por otro lado, un mayor margen bruto anuló una parte de estos mayores gastos reduciendo el efecto en el margen operacional.

Los ingresos de CMR Chile presentan un crecimiento de 16,0% gracias al constante crecimiento de la cartera de colocaciones observado durante 2011. A pesar de esto, el resultado operacional disminuyó 37,9 puntos porcentuales con respecto al mismo período del año pasado, debido a la provisión extraordinaria realizada a raíz de la apropiación indebida de fondos de la empresa Cuentas Punto Com S.A., la cual generó un aumento importante en los gastos. Aislado este efecto, se observa una disminución en el porcentaje de gastos sobre ingresos de 2,4 puntos porcentuales, gracias a que CMR ha sido capaz de mantener la eficiencia de gastos con ingresos mayores. Los principales ahorros en gastos se observan en remuneraciones y publicidad. El crecimiento de la cartera de colocaciones ha generado también un aumento en las provisiones y de los niveles de morosidad, que van en línea con las expectativas del negocio. Se observa, por tanto, un mayor gasto en provisiones y castigos debido a que la eliminación del registro histórico de deudores ha afectado los niveles de morosidad en los primeros meses del año. El nivel de provisiones alcanzó un 4,3% de las colocaciones brutas lo que significa un aumento de 0,8 puntos porcentuales comparado con el mismo período de 2011. A pesar de que este crecimiento tiene un efecto relevante en el margen bruto del negocio, el nivel de riesgo de la

cartera se mantiene dentro de los rangos históricos en los que opera CMR. Al cierre de marzo el porcentaje de la cartera de colocaciones al día, en términos de dinero colocado, alcanza un 92,3%, considerando dentro de los clientes al día a los clientes con atrasos menores a 30 días.

Los ingresos de Mall Plaza crecieron en línea con el aumento del consumo observado durante el trimestre. El estricto control de gastos operativos de Mall Plaza permitió lograr menores gastos como porcentaje de las ventas, lo que produjo un crecimiento de 1,8 puntos porcentuales en el margen operacional.

Resultados Operacionales 1Q 2012 (MMUS\$)

MMUS\$ y % Ingresos	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	1Q '11	1Q '12	Var %	1Q '11	1Q '12	Var %	1Q '11	1Q '12	Var %
Ingresos	445,0	500,8	12,5%	737,4	831,9	12,8%	181,9	215,0	18,2%
Margen Bruto	28,7%	25,4%	-0,5%	28,1%	27,5%	10,5%	22,9%	23,8%	23,1%
Gastos s/ Depreciación	-23,3%	-23,6%	13,8%	-17,9%	-17,9%	12,9%	-20,3%	-21,5%	25,2%
EBITDA	5,3%	1,8%	-62,6%	10,2%	9,6%	6,3%	2,6%	2,3%	6,5%
Resultado Operacional	3,8%	0,4%	-88,3%	8,5%	8,1%	7,0%	-0,3%	-0,5%	91,9%

MMUS\$ y % Ingresos	Promotora CMR			Plaza S.A.		
	1Q '11	1Q '12	Var %	1Q '11	1Q '12	Var %
Ingresos	135,4	157,0	16,0%	64,2	75,2	17,1%
Margen Bruto	54,8%	40,7%	-13,7%	84,6%	84,4%	16,7%
Gastos s/ Depreciación	-10,1%	-33,9%	290,1%	-13,7%	-11,6%	-0,8%
EBITDA	44,7%	6,8%	-82,3%	81,5%	82,7%	18,8%
Resultado Operacional	44,7%	6,8%	-82,3%	71,0%	72,8%	20,1%

2. Operaciones Internacionales

Los negocios internacionales continuaron mostrando un importante crecimiento en los ingresos de explotación, especialmente en tiendas por departamento, donde la maduración de tiendas abiertas en los años 2010 y 2011 han permitido altos SSS. Los mayores ingresos se atribuyen también al crecimiento de un 8% de la superficie de ventas en comparación con el mismo período del año pasado.

El resultado operacional tuvo comportamiento dispar en los distintos países, mientras Colombia creció un 95,6%, Perú lo hizo en un 4,0% y Argentina registró pérdidas debido a mayores gastos operacionales y una disminución del margen bruto.

El margen bruto se vio afectado en toda la región debido a que en el negocio de tiendas por departamento se observó una mayor cantidad de ventas promocionales y que en los negocios bancarios, se ha observado un crecimiento del gasto en provisiones por mayor morosidad en las carteras de colocaciones.

Los gastos de administración y ventas como porcentaje de los ingresos presentaron una reducción en Perú y Colombia, debido al crecimiento de los ingresos y la capacidad de generar economías de escala. Por su parte, Argentina aumentó su gasto en 2,2 puntos porcentuales, debido principalmente a mayores gastos en remuneraciones en tiendas por departamento.

En el negocio financiero, se observa un importante crecimiento de las colocaciones en Colombia, de un 62,2% comparado con marzo de 2011, debido principalmente al lanzamiento de Banco Falabella Colombia, lo que permitió llegar a más clientes a través de un fondeo más eficiente, el lanzamiento de la tarjeta CMR Mastercard a fines de 2011, ha aportado al crecimiento ya que ha ampliado el uso de la tarjeta fuera de las tiendas del Grupo.

Resultados operacionales 1Q 2012 (MMUS\$)⁷

MMUS\$ y % Ingresos	Perú			Argentina			Colombia		
	1Q '11	1Q '12	Var %	1Q '11	1Q '12	Var %	1Q '11	1Q '12	Var %
Ingresos	437,5	548,7	25,4%	163,1	194,7	19,3%	109,3	156,2	42,9%
Margen Bruto	30,9%	28,7%	16,4%	38,0%	36,4%	14,2%	37,9%	35,4%	33,5%
Gastos s/ Depreciación	-20,0%	-19,3%	20,9%	-32,7%	-34,9%	27,3%	-32,0%	-29,0%	29,5%
EBITDA	10,9%	9,4%	8,1%	5,3%	1,5%	-66,3%	5,8%	6,4%	55,5%
Resultado Operacional	7,8%	6,5%	4,0%	3,4%	-0,3%	-110,3%	2,5%	3,4%	95,6%

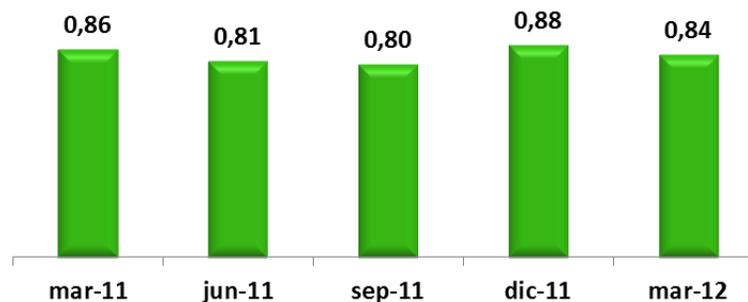
⁷ Resultados Operacionales Incluyen negocios que desarrollan giro Bancario en Perú y Colombia y negocio de crédito en Argentina.

VII. Estructura Financiera

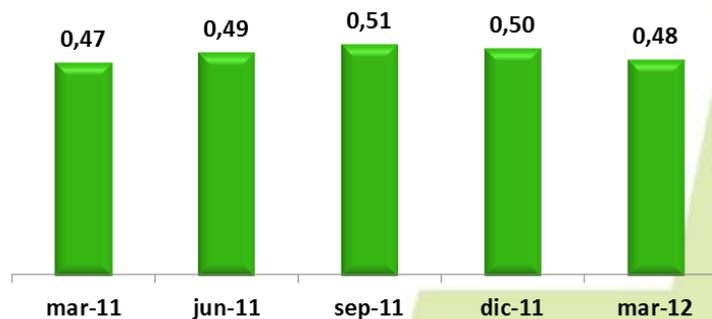
El Total Pasivos al 31 de marzo de 2012 alcanzó \$4.481.906 millones (MMUS\$9.195). Este nivel de pasivos implica un Leverage⁸ de 1,32 veces.

Sin considerar las empresas que desarrollan el giro bancario (Banco Falabella Chile, Banco Falabella Perú y Banco Falabella Colombia) el Leverage consolidado es de 0,84 veces. Excluyendo estas mismas empresas, el Leverage financiero neto⁹ consolidado al 31 de marzo es de 0,48 veces.

Leverage



Leverage Financiero Neto



⁸ Leverage = Pasivos totales dividido en Patrimonio total.

⁹ Leverage financiero neto = Pasivos financieros corrientes y no corrientes menos efectivo dividido por Patrimonio total.

* Gráficos no incluyen empresas del negocio Bancario.

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

	CONSOLIDADO con apertura Bancos					
	Día Mes Año			Día Mes Año		
	01-ene-12 31-mar-12			01-ene-11 31-mar-11		
	M\$			M\$		
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES						
GANANCIA (PÉRDIDA) DE OPERACIONES						
Ingresos Ordinarios	1.264.477.262			1.088.117.808		
Costos de Ventas (menos)	(868.532.405)			(727.323.188)		
MARGEN BRUTO	395.944.857			360.794.620		
Gastos de Administración y Ventas (menos)	(294.056.400)			(235.963.353)		
Ingresos Financieros	1.081.409			1.149.004		
Participación en Ganancia (Pérdida) de Asociadas	6.002.943			3.387.877		
Otras ganancias (pérdidas)	278.945			3.779.676		
Gastos Financieros (menos)	(27.510.976)			(21.434.002)		
Diferencia de Cambio	272.643			1.083.523		
OTROS RESULTADOS	(313.931.436)			(247.997.275)		
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO RENTA	82.013.421			112.797.345		
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias						
UTILIDAD (PERDIDA) DE ACTIVIDADES CONTINUAS	70.376.900			92.413.139		
UTILIDAD (PERDIDA) DE NEGOCIOS NO BANCARIOS	70.376.900			92.413.139		
RESULTADOS SERVICIOS BANCARIOS						
Ingresos por intereses y reajustes	78.084.383			54.006.050		
Gastos por intereses y reajustes	(27.031.844)			(15.921.749)		
Ingreso neto por intereses y reajustes	51.052.539			38.084.301		
Ingresos por comisiones	17.333.525			13.311.186		
Gastos por comisiones	(3.607.546)			(2.628.663)		
Ingreso neto por comisiones	13.725.979			10.682.523		
Utilidad neta de operaciones financieras	2.560.277			2.879.424		
Utilidad (Pérdida) de cambio neta	903.813			(810.876)		
Otros ingresos operacionales	2.800.405			2.323.757		
Provisión por riesgo de crédito	(21.549.764)			(9.655.125)		
Total ingreso operacional neto	(15.285.269)			(5.262.820)		
Remuneraciones y gastos del personal	(14.079.037)			(13.546.638)		
Gastos de administración	(15.749.095)			(11.650.627)		
Depreciaciones y amortizaciones	(2.383.146)			(1.849.515)		
Otros gastos operacionales	(1.420.465)			(1.078.362)		
Total gastos operacionales	(33.631.743)			(28.125.142)		
Resultado operacional	15.861.506			15.378.862		
Resultado por inversiones en sociedades	51.627			32.634		
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO RENTA	15.913.133			15.411.496		
Impuesto a la renta	(4.163.496)			(4.065.439)		
UTILIDAD (PERDIDA) DE NEGOCIOS BANCARIOS	11.749.637			11.346.057		
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES DE PARTICIPACIONES MINORITARIAS	82.126.537			103.759.196		
Participaciones Minoritarias	(10.023.725)			(8.074.853)		
UTILIDAD (PÉRDIDA) DEL EJERCICIO	72.102.812			95.684.343		

Estado de Situación Financiera Clasificado	SACI Falabella 31-mar-12 M\$	SACI Falabella 31-dic-11 M\$
Activos		
Negocios no Bancarios		
Activos Corrientes		
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	162.845.499	125.543.206
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	1.128.769.589	1.163.061.234
Inventarios	662.512.195	680.472.204
Otros	115.055.315	123.008.298
Activos, Corriente, Total	2.069.182.598	2.092.084.942
Activos, No Corrientes		
Derechos por cobrar no corrientes	231.436.841	222.146.445
Plusvalía	260.273.967	260.273.967
Propiedades, Planta y Equipo & Propiedades de Inversión	2.989.582.219	2.961.696.865
Otros	334.745.358	330.790.119
Activos, No Corrientes, Total	3.816.038.385	3.774.907.396
Total activos de negocios no bancarios	5.885.220.983	5.866.992.338
Activos Servicios Bancarios	1.978.033.584	1.918.619.317
Total activos servicios bancarios	1.978.033.584	1.918.619.317
Activos, Total	7.863.254.567	7.785.611.655

Estado de Situación Financiera Clasificado	SACI Falabella 31-mar-12 M\$	SACI Falabella 31-dic-11 M\$
Patrimonio Neto y Pasivos		
Negocios no Bancarios		
Pasivos, Corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	424.419.451	435.741.245
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar y otros	818.661.363	896.150.633
Pasivos, Corrientes, Total	1.243.080.814	1.331.891.878
Pasivos, No Corrientes		
Otros pasivos financieros, no corrientes	1.353.158.349	1.344.407.041
Otros	244.914.474	246.187.922
Total de pasivos no corrientes	1.598.072.823	1.590.594.963
Total pasivos de negocios no bancarios	2.841.153.637	2.922.486.841
Pasivos Servicios Bancarios	1.640.752.563	1.564.232.339
Total pasivos Servicios Bancarios	1.640.752.563	1.564.232.339
Total Pasivos	4.481.906.200	4.486.719.180
Patrimonio Total	3.381.348.367	3.298.892.475
Patrimonio Total	3.381.348.367	3.298.892.475
Total de Patrimonio y Pasivos	7.863.254.567	7.785.611.655



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.

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.