



RESULTADOS 2do. trimestre 2012



SACI FALABELLA

Índice

I. Resumen Ejecutivo	2
II. Estado de Resultados Consolidado a junio de 2012	3
III. Principales Hechos del Período	6
IV. Indicadores de Retail	7
V. Indicadores de Crédito	9
VI. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio	10
VII. Estructura Financiera	13
VIII. 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 julio de 2012: 501,8 \$/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 ascendieron a \$1.432.197 millones (MMUS\$ 2.854), creciendo un 16,2% en comparación con el mismo período del año anterior, manteniendo la tendencia observada en los últimos trimestres. La incorporación de nuevas tiendas a finales de 2011 y durante el primer trimestre de 2012 aporta de forma relevante al crecimiento de los ingresos. Adicionalmente, cabe destacar la maduración de las tiendas ya existentes, que se reflejan en positivos crecimientos de ventas mismas tiendas (SSS), en particular Sodimac Chile (11,8%), Tottus Chile (7,5%), Tottus Perú (10,9%), Sodimac Argentina (35,6%) y Falabella Colombia (11,6%).

La cartera de colocaciones alcanzó los \$ 2.883.604 millones (MMUS\$ 5.746) al 30 de junio, con un crecimiento de 21,7% respecto a junio de 2011, destacando el crecimiento de 50,4% que tuvo Banco Falabella Colombia.

La ganancia bruta del segundo trimestre ascendió a \$ 477.320 millones (MMUS\$ 951), con un margen bruto de 33,3%, 2,8 puntos porcentuales por debajo de lo obtenido en el mismo trimestre del año anterior. Esto se explica por los mayores costos por provisiones que se observan en el negocio financiero, especialmente en Chile donde la eliminación del registro histórico ha continuado afectando los niveles de morosidad. Por su parte, el margen bruto de los negocios de tienda por departamento se vio afectado negativamente en Perú por efectos climáticos y Colombia por mayores ventas promocionales debido a algunas semanas de atraso en la apertura de la tienda Titán.

Los gastos de administración y ventas ascendieron a \$ 329.440 millones (MMUS\$ 657), mostrando un aumento de 18,7% en comparación con el mismo trimestre de 2011, en parte explicado por mayores gastos logísticos en Falabella Chile producto de algunos proyectos que se están llevando a cabo, y en menor medida, por una mayor participación en el mix de ventas de algunos negocios con mayores gastos como porcentaje de sus ingresos. Finalmente, las aperturas de tiendas durante el primer semestre de 2012 también contribuyen al alza de los gastos.

Como resultado de esto, el EBITDA consolidado disminuyó un 7,7% en comparación al mismo trimestre del 2011, alcanzando los \$183.005 millones (MMUS\$ 365). La utilidad neta consolidada se contrajo un 14,2% comparado con el mismo período del año 2011, alcanzando los \$93.175 millones (MMUS\$ 186).

Al cierre de Junio, el Leverage Consolidado fue 1,38 veces. Excluyendo las entidades que desarrollan el giro bancario, el Leverage Consolidado fue de 0,85 veces y el Leverage Financiero Neto fue de 0,49 veces. Estos indicadores no muestran grandes cambios en los últimos trimestres, reflejando la sólida posición financiera que presenta la compañía.

Durante el segundo trimestre se inauguraron tres tiendas nuevas en la región. Sodimac inauguró su tienda en Mall Plaza Bio Bio (Concepción, Chile), y Falabella inauguró su primera tienda en la ciudad de Barranquilla Colombia y la tienda ubicada en el mall Costanera Center en Santiago. Posterior al cierre del trimestre se han inaugurado siete tiendas adicionales y un mall: Falabella Titán en Bogotá, dos tiendas Imperial (Viña del Mar y Talca), Tottus en Mall Plaza Bio Bio Concepción, Sodimac Envigado en Medellín y el Mall Santa Anita de Aventura Plaza que incluye tiendas de Saga Falabella y Tottus.

Adicionalmente, se han incorporado nuevas marcas exclusivas al portfolio de Falabella (Benefit y Kiehl's en del departamento de belleza, y Desigual y Benetton en del departamento de Niños). A su vez, marcas Clarks, Geox y Benetton abrieron sus primeras tiendas operadas por Falabella.

II. Estado de Resultados Consolidado a junio de 2012

Resultados Consolidados 2Q 2012 (MM\$)

Millones de Pesos	2Q 2011	% Ingresos	2Q 2012	% Ingresos	Var. 12/11
Ingresos de Negocios no bancarios	1.152.356		1.332.172		15,6%
Ingresos por Servicios bancarios	80.612		100.025		24,1%
Total Ingresos	1.232.968		1.432.197		16,2%
Costo de ventas no bancarios	(752.946)	-65,3%	(899.776)	-67,5%	19,5%
Costo de ventas bancarios	(34.608)	-42,9%	(55.101)	-55,1%	59,2%
Ganancia Bruta	445.415	36,1%	477.320	33,3%	7,2%
GAV	(277.475)	-22,5%	(329.440)	-23,0%	18,7%
Resultado Operacional	167.939	13,6%	147.879	10,3%	-11,9%
Depreciación+Amortización	30.386	2,5%	35.125	2,5%	15,6%
EBITDA	198.325	16,1%	183.005	12,8%	-7,7%
Otras ganancias (pérdidas)	2.169		1.126		-48,1%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(25.371)		(21.777)		-14,2%
Ganancia / (pérdida en asociadas)	3.517		4.737		34,7%
Diferencias de cambio	(1.061)		(761)		-28,3%
Resultado No Operacional	(20.745)	-1,7%	(16.675)	-1,2%	-19,6%
Resultado antes de Impuestos	147.194	11,9%	131.204	9,2%	-10,9%
Impuesto a la renta	(29.250)		(26.247)		-10,3%
Interés minoritario	(9.296)		(11.782)		26,8%
Ganancia / (Pérdida) Neta	108.648	8,8%	93.175	6,5%	-14,2%

Resultados Consolidados 1S 2012 (MM\$)

Millones de Pesos	1S 2011	% Ingresos	1S 2012	% Ingresos	Var. 12/11
Ingresos de Negocios no bancarios	2.240.474		2.596.650		15,9%
Ingresos por Servicios bancarios	150.253		198.243		31,9%
Total Ingresos	2.390.727		2.794.892		16,9%
Costo de ventas no bancarios	(1.480.269)	-66,1%	(1.768.309)	-68,1%	19,5%
Costo de ventas bancarios	(60.744)	-40,4%	(103.826)	-52,4%	70,9%
Ganancia Bruta	849.713	35,5%	922.758	33,0%	8,6%
GAV	(541.564)	-22,7%	(657.128)	-23,5%	21,3%
Resultado Operacional	308.150	12,9%	265.629	9,5%	-13,8%
Depreciación+Amortización	61.066	2,6%	68.969	2,5%	12,9%
EBITDA	369.215	15,4%	334.598	12,0%	-9,4%
Otras ganancias (pérdidas)	5.949		1.405		-76,4%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(45.656)		(48.207)		5,6%
Ganancia / (pérdida en asociadas)	6.938		10.791		55,5%
Diferencias de cambio	23		(488)		-2226,6%
Resultado No Operacional	(32.747)	-1,4%	(36.499)	-1,3%	11,5%
Resultado antes de Impuestos	275.403	11,5%	229.131	8,2%	-16,8%
Impuesto a la renta	(53.700)		(42.047)		-21,7%
Interés minoritario	(17.371)		(21.806)		25,5%
Ganancia / (Pérdida) Neta	204.333	8,5%	165.278	5,9%	-19,1%

1. Resultado Operacional

Los ingresos consolidados continuaron creciendo en el trimestre a un ritmo similar al que lo habían venido haciendo durante 2011 y el primer trimestre de 2012.

Los ingresos de los negocios no bancarios aumentaron 15,6% en el segundo trimestre impulsados principalmente por un crecimiento de 7,9% de la superficie de ventas. Los negocios donde este crecimiento es más notorio son Supermercados en Chile y Perú y Mejoramiento del Hogar en Perú y Colombia. La estabilidad macroeconómica en la región ha contribuido a mantener los buenos niveles de consumo que se han venido observando desde 2010. Este hecho lo vemos reflejado en los sólidos crecimientos de ventas mismas tiendas (SSS) en todos los negocios en los que participamos. Además de los buenos niveles de consumo, estos crecimientos SSS se explican también por la maduración de las tiendas abiertas durante 2010, en especial las que se abrieron en Perú y Colombia. Las ventas de las tiendas abiertas en 2010 en Perú crecieron 16,8% durante el segundo trimestre de 2012, mientras que en el caso de las tiendas abiertas durante ese año en Colombia lo hicieron en 17,4%.

Por su parte, los ingresos de los negocios bancarios crecieron en 24,1% durante el trimestre. Los mayores ingresos se explican por el incremento de sus respectivas carteras de colocaciones, principalmente en Colombia y Perú, con un 50,4% y 22,5% de crecimiento respectivamente.

La ganancia bruta obtenida en el segundo trimestre aumentó en 7,2% en comparación a la obtenida durante el segundo trimestre de 2011, producto del crecimiento en las ventas, ya que la presión sobre el margen bruto se mantuvo durante del segundo trimestre, continuando con la tendencia observada durante los últimos períodos.

El margen bruto de los negocios financieros disminuyó en comparación al segundo trimestre de 2011. En Chile, la eliminación del registro histórico de deudores ha continuado afectando los niveles de morosidad lo que ha generado un mayor gasto en provisiones. En el caso de los negocios bancarios de Perú y Colombia, el mayor costo en provisiones se debe al crecimiento que experimentaron sus carteras de colocaciones, lo que se ha visto acompañado de un mayor riesgo, en línea con las expectativas de la compañía. Acumulado a junio, el margen bruto consolidado disminuyó en 2,3 puntos porcentuales

Los gastos de administración y ventas como porcentaje de los ingresos aumentaron 0,5 puntos porcentuales durante el trimestre. Esto se explica por mayores gastos en logística en tiendas por departamento en Chile, por otro lado, por un cambio en el mix, ya que negocios con mayores gastos, aumentaron su contribución a total consolidado. Por otro lado, los gastos pre operativos de las tiendas abiertas en el primer semestre han aumentado los gastos debido al mayor número de tiendas abiertas durante el primer semestre de 2012 en comparación a igual período del año anterior.

El menor margen bruto, junto con el aumento en los gastos de administración y ventas, afectaron negativamente el EBITDA, el cual presentó una disminución de 7,7% llegando a \$183.005 millones (MMUS\$365) en el segundo trimestre del 2012. A su vez, el margen EBITDA cayó en 3,3 puntos porcentuales en el mismo período.

Al cierre del segundo trimestre de 2012, el resultado operacional del trimestre alcanzó los \$147.879 millones (MMUS\$ 295), lo que representa una disminución de 11,9% comparado con el mismo período de 2011. En el acumulado a junio, el resultado operacional ascendió a \$265.629 millones (MMUS\$529).

2. Resultado No Operacional

El Resultado Fuera de la Explotación del trimestre alcanzó una pérdida de \$16.675 millones (MMUS\$33), la cual fue un 19,6% menor a la obtenida durante el segundo trimestre de 2011. El mayor resultado no operacional se explica por menores gastos financieros en el trimestre. La deuda financiera en UF, la cuál representa un 47,6% de la deuda consolidada, se ha mantenido en un nivel similar al existente durante el mismo período de 2011. Con esto, la menor inflación de este trimestre en Chile, en comparación con el mismo trimestre del 2011, provocó un menor efecto negativo de \$4.984 millones (MMUS\$10).

Por otra parte, el mejor resultado obtenido en empresas asociadas en comparación al segundo trimestre de 2011 contribuye también a disminuir la pérdida no operacional. En este ámbito, la utilidad de Sodimac Colombia y Aventura Plaza aumentan en 30,7% y 69,4% respectivamente en comparación al mismo período de 2011.

La pérdida no operacional acumulada a junio resultó en una pérdida 11,5% mayor a la obtenida durante el primer semestre de 2011.

III. Principales Hechos del Período

- En junio, se realizó 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 realizó por la totalidad del monto vigente, el cual asciende a UF1,42 millones, considerando el capital insoluto más los intereses devengados.
- El 7 de junio, Mall Plaza colocó en el mercado local, dos series de bonos por montos de UF 1 millón y UF 3 millones, con vencimientos en mayo de 2018 y mayo de 2034 respectivamente.
- Durante el trimestre, el departamento de Belleza de Falabella incorporó Benefit y Kiehl's a su portfolio de marcas exclusivas potenciando la propuesta al cliente. Por su parte, el departamento de niños incorporó Desigual y Benetton, también como marcas exclusivas. Por último, Clarks, Geox y Benetton abrieron sus primeras tiendas stand alone en Chile.
- En el trimestre se abrieron 3 tiendas nuevas en toda la región, las que se detallan a continuación:
 - Falabella Chile inaugura en el mes de junio la tienda Costanera center con una superficie de 9.241 m².
 - Sodimac Chile inaugura en el mes de mayo una nueva tienda ubicada en Mall Plaza Bio Bio con una superficie de 11.217 m².
 - Falabella Colombia inaugura en el mes de abril la tienda Villa Country, lo que implica la llegada de Falabella a una nueva ciudad en Colombia. La tienda posee una superficie de 6.541 m².

Hechos Posteriores

- En julio Falabella inaugura en Colombia la tienda Titan, ubicada en el centro de la ciudad de Bogotá. Con cerca de un mes en operación, la tienda ha mostrado un desempeño sobresaliente.
- En agosto, inauguramos 6 tiendas nuevas en la región:
 - Imperial inaugura dos tiendas: una ubicada en la ciudad de Viña del Mar y la segunda en Talca.
 - El 15 de agosto, Tottus Chile inaugura su primera tienda en la VIII región, en la ciudad de Concepción, en el Mall Plaza Bio Bio.
 - El 15 de Agosto, Sodimac abre su tienda Envigado en Medellín, Colombia
 - El 23 de agosto, se abrieron las primeras tiendas del Mall Aventura Santa Anita en Perú, entre éstas, una tiendas Tottus y una tienda Saga Falabella.

IV. Indicadores de Retail

1. Ingresos de Negocios Retail

Ingresos Retail 2Q 2012¹ (MMUS\$)
(Pesos chilenos nominales, convertidos a USD al t/c observado del 1 de julio de 2012)

INGRESOS RETAIL	2Q '11	2Q '12	Var. 12/11	Var. Moneda Local ²
CHILE				
Tiendas por Depto.	502	513	2,2%	2,2%
Mejoramiento del Hogar	665	784	17,8%	17,8%
Supermercados	187	218	16,7%	16,7%
PERU				
Tiendas por Depto.	186	221	18,7%	7,8%
Mejoramiento del Hogar	86	115	33,3%	20,6%
Supermercados	143	194	35,4%	22,5%
ARGENTINA				
Tiendas por Depto.	127	142	11,9%	13,2%
Mejoramiento del Hogar	37	50	34,6%	36,5%
COLOMBIA				
Tiendas por Depto.	102	129	26,6%	16,8%
Mejoramiento del Hogar	233	289	23,8%	14,5%

Ingresos Retail 1S 2012 (MMUS\$)
(Pesos chilenos nominales, convertidos a USD al t/c observado del 1 de julio de 2012)

INGRESOS RETAIL	6M '11	6M '12	Var. 12/11	Var. Moneda Local ²
CHILE				
Tiendas por Depto.	934	999	7,0%	7,0%
Mejoramiento del Hogar	1.382	1.592	15,2%	15,2%
Supermercados	363	427	17,5%	17,5%
PERU				
Tiendas por Depto.	333	394	18,5%	9,6%
Mejoramiento del Hogar	174	233	33,7%	23,8%
Supermercados	280	373	33,1%	23,2%
ARGENTINA				
Tiendas por Depto.	233	263	12,5%	16,5%
Mejoramiento del Hogar	76	97	27,0%	32,1%
COLOMBIA				
Tiendas por Depto.	183	232	26,9%	18,1%
Mejoramiento del Hogar	468	589	25,9%	17,7%

¹ No incluye ingresos de negocio de crédito.

² Variación de ventas en moneda local aísla los efectos de tipo de cambio en la traducción de los estados financieros en IFRS para Chile.

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				2012		6M '11	6M '12
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q		
CHILE								
Tiendas por Depto.	20,9%	3,7%	9,1%	5,6%	9,2%	1,6%	11,0%	5,1%
Mejoramiento del Hogar	18,3%	7,0%	8,8%	13,6%	10,6%	11,8%	12,0%	11,2%
Supermercados	4,9%	3,7%	4,0%	8,0%	9,5%	7,5%	4,3%	8,4%
PERU								
Tiendas por Depto.	9,2%	6,7%	10,9%	11,8%	11,3%	5,5%	7,8%	8,2%
Mejoramiento del Hogar	19,5%	19,3%	17,6%	11,8%	15,7%	7,4%	19,4%	11,6%
Supermercados	9,0%	10,6%	8,9%	12,2%	15,0%	10,9%	9,8%	12,9%
ARGENTINA								
Tiendas por Depto.	32,2%	14,6%	28,9%	23,9%	18,4%	13,3%	21,7%	15,5%
Mejoramiento del Hogar	25,6%	19,7%	24,0%	29,0%	27,4%	35,6%	22,4%	31,4%
COLOMBIA								
Tiendas por Depto.	19,3%	32,9%	22,2%	31,2%	18,2%	11,6%	27,5%	14,5%
Mejoramiento del Hogar	18,2%	19,2%	14,7%	8,7%	8,8%	3,9%	18,6%	6,3%

2. Número de Locales y Superficie de Venta Neta³

Superficies de Venta	Junio 2011 ⁴		Junio 2012	
	Superficie (m ²)	Locales	Superficie (m ²)	Locales
Chile				
Tiendas por Depto.	236.218	36	245.459	37
Expos Falabella Retail	5.444	4	5.045	4
Mejoramiento del Hogar	560.530	67	605.079	72
Supermercados	120.210	31	137.215	37
Perú				
Tiendas por Depto.	117.517	17	120.499	18
Mejoramiento del Hogar	123.127	16	136.922	18
Supermercados	114.557	25	129.040	30
Argentina				
Tiendas por Depto.	58.606	11	58.606	11
Mejoramiento del Hogar	65.185	6	65.185	6
Colombia				
Tiendas por Depto.	68.184	11	74.725	12
Mejoramiento del Hogar	222.952	21	248.496	24
Total Tiendas	1.692.530	245	1.826.270	269
Total Inmobiliario				
Mall Plaza	867.944	11	885.000	11
Soc. de Rentas Falabella	156.920	6	174.249	7
Aventura Plaza	165.888	3	176.000	3
Open Plaza	191.378	7	200.891	7
Total Inmobiliario	1.382.129	27	1.436.140	28

³ 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.

⁴ La información sobre superficies de Junio 2011 no coincide con lo publicado en el Informe de Resultados del segundo trimestre de 2011, por recuento de superficie que realizan los negocios.

V. Indicadores de Crédito

1. Cartera de Colocaciones⁵

INDICADORES DE CREDITO			4Q'10	1Q'11	2Q'11	3Q'11	4Q'11	1Q'12	2Q'12
CHILE CMR (Tarjeta)	STOCK COLOCACIONES	MM CLP	888.209	894.885	922.479	942.105	1.043.718	1.062.622	1.047.342
	STOCK PROVISIONES	MM CLP	-29.074	-31.174	-32.880	-36.476	-40.634	-45.582	-51.105
	CASTIGO NETO (de recupero)	MM CLP	43.382	7.919	14.048	21.765	33.106	16.040	34.454
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	1.885.750	1.917.602	1.986.343	2.008.651	2.084.522	2.075.779	2.084.857
	PLAZO PROMEDIO PAGO	DIAS	160	163	153	150	164	159	149
	DEUDA PROMEDIO	CLP	471.011	466.669	464.411	469.024	500.699	511.626	502.357
PERU BANCO (Tarjeta)	STOCK COLOCACIONES	MM SOL	1.442	1.503	1.731	1.734	1.863	1.868	2.121
	STOCK PROVISIONES	MM SOL	-84	-93	-104	-111	-130	-138	-148
	CASTIGO NETO (de recupero)	MM SOL	74	22	34	47	63	23	53
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	817.253	831.003	860.095	871.702	891.609	913.705	950.534
	STOCK COLOCACIONES CONSUMO	MM SOL	1.409	1.469	1.696	1.719	1.850	1.855	2.109
	PLAZO PROMEDIO PAGO	DIAS	111	119	124	127	129	125	128
	DEUDA PROMEDIO CONSUMO	SOL	1.724	1.768	1.971	1.972	2.090	2.044	2.231
COLOMBIA BANCO (Tarjeta)	STOCK COLOCACIONES	MM COP	519.854	610.638	702.197	804.858	932.702	990.669	1.056.028
	STOCK PROVISIONES	MM COP	-21.418	-25.218	-32.691	-41.511	-54.871	-62.941	-76.592
	CASTIGO NETO (de recupero)	MM COP	10.201	2.179	3.823	5.534	16.428	9.573	21.016
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	500.043	529.413	573.869	614.237	655.326	627.528	649.497
	STOCK COLOCACIONES CONSUMO	MM COP	519.854	610.638	702.197	804.858	932.702	990.669	1.056.028
	PLAZO PROMEDIO PAGO	DIAS	174	172	168	168	174	167	167
	DEUDA PROMEDIO CONSUMO	COP	1.039.881	1.153.425	1.223.619	1.310.338	1.423.264	1.578.685	1.625.917
CMR ARGENTINA (Tarjeta)	STOCK COLOCACIONES	MM ARG	752,0	793,2	899,8	915,9	1.034,0	1.020,1	1.053,7
	STOCK PROVISIONES	MM ARG	-4,77	-6,33	-7,87	-10,79	-18,24	-23,71	-28,09
	CASTIGO NETO (de recupero)	MM ARG	4,53	0,94	2,83	5,81	8,73	5,69	12,83
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	444.642	449.849	471.559	491.858	525.546	524.596	515.349
	PLAZO PROMEDIO PAGO	DIAS	184	175	184	176	185	168	161
	DEUDA PROMEDIO	ARG	1.691	1.763	1.908	1.862	1.968	1.945	2.045
CHILE BANCO	STOCK COLOCACIONES	MM CLP	729.971	774.286	824.033	868.724	945.767	976.831	1.022.622
	STOCK PROVISIONES	MM CLP	-21.094	-22.900	-24.805	-27.173	-31.000	-31.811	-34.013
	CASTIGO NETO (de recupero)	MM CLP	22.358	4.683	9.555	15.312	21.875	9.984	19.938

2. Venta a través de tarjeta CMR

Porcentaje de Venta con CMR⁶

	1Q 2011	1S 2011	9M 2011	2011	1Q 2012	1S 2012
Tiendas por Depto. Chile	58,4%	60,4%	60,0%	59,8%	56,6%	57,5%
Mejoramiento del Hogar Chile	30,6%	31,5%	31,5%	31,9%	31,0%	31,2%
Supermercados - Chile	19,1%	19,7%	20,2%	20,6%	18,8%	19,3%
Retail Perú (Saga, Sodimac y Tottus)	45,7%	48,3%	47,8%	48,5%	44,8%	47,3%
Retail Argentina (Falabella y Sodimac)	44,3%	40,3%	39,9%	39,6%	38,6%	36,8%
Retail Colombia (Falabella y Sodimac)	31,0%	30,1%	29,5%	29,7%	25,1%	26,1%

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

Resultados Operacionales 2Q 2012 (MMUS\$)

MMUS\$ y % Ingresos	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	2Q '11	2Q '12	Var %	2Q '11	2Q '12	Var %	2Q '11	2Q '12	Var %
Ingresos	501,7	512,6	2,2%	665,5	783,9	17,8%	186,6	217,7	16,7%
Margen Bruto	29,9%	30,2%	3,2%	28,5%	27,8%	14,7%	23,5%	23,4%	16,3%
Gastos s/ Depreciación	-21,9%	-23,8%	11,1%	-19,1%	-19,3%	19,2%	-20,8%	-20,0%	12,2%
EBITDA	7,9%	6,3%	-18,5%	9,4%	8,5%	5,4%	2,7%	3,4%	48,1%
Resultado Operacional	6,6%	5,0%	-22,0%	7,9%	6,9%	3,2%	-0,1%	0,6%	n/a

MMUS\$ y % Ingresos	Promotora CMR			Plaza S.A.		
	2Q '11	2Q '12	Var %	2Q '11	2Q '12	Var %
Ingresos	142,6	151,1	6,0%	66,2	78,8	19,0%
Margen Bruto	59,1%	37,6%	-32,5%	83,2%	83,9%	20,0%
Gastos s/ Depreciación	-9,8%	-8,7%	-5,9%	-9,3%	-8,7%	10,3%
EBITDA	49,3%	29,0%	-37,8%	86,3%	86,7%	19,5%
Resultado Operacional	49,3%	29,0%	-37,8%	73,8%	75,3%	21,3%

El resultado operacional de tiendas por departamento en Chile disminuyó 22,0% durante el segundo trimestre, principalmente como resultado de mayores gastos, los que se han visto afectados por la implementación de proyectos logísticos. Estos proyectos están programados para entrar en operación antes de los períodos de alta demanda a fin de año. Producto de las mejoras que se están realizando en el centro de distribución, se han debido arrendar bodegas temporales y aumentar la dotación de trabajadores para estas bodegas, lo que aumenta los costos logísticos. El mayor porcentaje de gastos sobre ingresos se ve favorecido también por el menor crecimiento de ventas observado en el trimestre. Este menor crecimiento ha sido producto de menores ventas en electrónicos y decoración, los que se enfrentaban a difíciles bases de comparación, en especial en el caso de electrónicos, que había mostrado un importante crecimiento en igual período de 2011 producto de la Copa América de fútbol.

Durante el segundo trimestre es posible observar un cambio en la tendencia que habíamos venido observando en el margen bruto. Principalmente esto se produce debido a que los menores niveles de inventario han reducido la necesidad de recurrir a ventas promocionales, y por otro lado, una mayor participación de artículos de vestuario en las ventas que contribuyó también a la recuperación. Por último, aunque la cantidad de lluvia caída en Chile se encuentra en niveles similares al 2011, este año las lluvias se concentraron durante las primeras semanas del invierno, lo que permitió observar mayores ventas de temporada en vestuario.

El resultado operacional de Sodimac crece 3,2% en relación al mismo trimestre de 2011, principalmente como resultado de mayores ingresos de explotación. Los mayores ingresos, lograron compensar el menor margen bruto del trimestre producto de una mayor participación de las ventas provenientes de

grandes proyectos, y los mayores gastos de administración y ventas, como consecuencia de las aperturas de tiendas observadas durante los últimos 12 meses.

En Tottus, la mayor superficie de ventas existente en comparación al mismo trimestre de 2011 explica en gran parte el aumento de los ingresos. Además de esto, la maduración de algunas tiendas abiertas en 2010, y el trabajo que se ha estado realizando en algunas categorías como perecibles han impulsado un crecimiento de 7,5% en ventas mismas tiendas (SSS).

El resultado operacional de CMR Chile disminuye en 37,8% afectado principalmente por mayores costos asociados a provisiones producto de un mayor nivel de riesgo. El mayor riesgo, ha producido también una mayor restricción en el otorgamiento de crédito, lo que se puede observar a través de la cartera de colocaciones que presenta un crecimiento acumulado durante 2012 menor al 1%. Este bajo crecimiento influye en los ingresos de explotación los cuales crecen a menores tasas de lo que lo habían venido haciendo durante los últimos trimestres.

Resultados Operacionales 1S 2012 (MMUS\$)

MMUS\$ y % Ingresos	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	1S '11	1S '12	Var %	1S '11	1S '12	Var %	1S '11	1S '12	Var %
Ingresos	934,0	999,1	7,0%	1.381,7	1.592,0	15,2%	363,2	426,6	17,5%
Margen Bruto	29,3%	27,8%	1,5%	28,3%	27,7%	12,5%	23,2%	23,6%	19,6%
Gastos s/ Depreciación	-22,6%	-23,7%	12,4%	-18,5%	-18,6%	16,1%	-20,6%	-20,7%	18,5%
EBITDA	6,7%	4,1%	-34,7%	9,9%	9,1%	5,9%	2,6%	2,9%	28,3%
Resultado Operacional	5,3%	2,8%	-43,9%	8,2%	7,5%	5,3%	-0,2%	0,0%	n/a

MMUS\$ y % Ingresos	Promotora CMR			Plaza S.A.		
	1S '11	1S '12	Var %	1S '11	1S '12	Var %
Ingresos	274,2	303,6	10,8%	128,6	151,8	18,0%
Margen Bruto	57,0%	39,2%	-23,9%	83,9%	84,1%	18,4%
Gastos s/ Depreciación	-9,9%	-21,3%	138,5%	-11,4%	-10,1%	3,9%
EBITDA	47,1%	17,8%	-58,0%	84,0%	84,8%	19,2%
Resultado Operacional	47,1%	17,8%	-58,0%	72,4%	74,1%	20,7%

2. Operaciones Internacionales

En el segundo trimestre, el resultado operacional de Perú se mantuvo constante. Los mayores ingresos de explotación del período, producto del crecimiento en la superficie de ventas y sólidos crecimientos SSS, no alcanzaron a compensar la disminución del margen bruto. Este menor margen bruto se produce principalmente en tiendas por departamento, donde a pesar de que todas las categorías se han visto afectadas por mayores ventas promocionales, la más afectada ha sido vestuario. Esto fue producto de un atraso en la llegada del invierno, observándose mayores temperaturas en comparación con un año normal debido a la llegada de El Niño, lo que implicó que la lluvia y las bajas temperaturas recién comenzaran en Agosto. En el caso de Banco Falabella, los mayores costos por provisiones afectan también negativamente el margen bruto pero en una menor medida. Adicionalmente, el margen bruto también se ve afectado por el cambio que se observa en el mix de ventas. Los negocios de mayor margen bruto como el bancario y tiendas por departamento, presentan un menor crecimiento de sus

ingresos que los negocios de supermercados y mejoramiento del hogar, los que aumentan su participación en cerca de 2 puntos porcentuales y 1 punto porcentual respectivamente.

Por otro lado, los mayores gastos que se generaron en Perú producto de la apertura de tiendas durante la primera mitad de 2012, pudieron ser contrarrestados gracias a que el alto crecimiento de los ingresos de explotación permitió diluir algunos gastos fijos, permitiendo que los gastos como porcentaje de las ventas disminuyeran en comparación a 2011.

El resultado operacional de Argentina en el segundo trimestre de 2012, disminuyó un 0,6% en comparación con el mismo período de 2011. La ganancia bruta aumentó un 25,2%, mientras que el margen bruto lo hizo en 1,4 puntos porcentuales, gracias a una disminución de la participación de artículos electrónicos en las ventas, y una menor promocionalidad en vestuario. La mayor ganancia bruta, no alcanzó a compensar el fuerte aumento en los gastos de administración y ventas, que se explican por aumento en las remuneraciones.

El resultado operacional de Colombia experimentó una caída de 13,2% en comparación al segundo trimestre del año anterior. A pesar de que los ingresos de explotación crecen 35,4%, una reducción de 4,9 puntos porcentuales en el margen bruto produce un menor resultado operacional. El menor margen bruto se explica principalmente por los resultados de tiendas por departamento y Banco Falabella. En el primer caso, esto se debe a retrasos en la apertura de las tiendas abiertas en 2012, lo que generó un sobrestock transitorio y mayores ventas promocionales. Banco Falabella, por su parte, presenta un mayor costo en provisiones en comparación a igual período de 2011.

Resultados operacionales 2Q 2012 (MMUS\$)⁷

MMUS\$ y % Ingresos	Perú			Argentina			Colombia		
	2Q '11	2Q '12	Var %	2Q '11	2Q '12	Var %	2Q '11	2Q '12	Var %
Ingresos	469,7	596,0	26,9%	176,2	213,1	21,0%	132,0	178,7	35,4%
Margen Bruto	32,9%	30,4%	17,2%	40,3%	41,7%	25,2%	38,6%	33,7%	18,2%
Gastos s/ Depreciación	-20,1%	-19,7%	24,4%	-32,1%	-35,0%	32,0%	-30,5%	-27,5%	21,9%
EBITDA	12,8%	10,7%	6,0%	8,2%	6,6%	-1,6%	8,1%	6,2%	4,3%
Resultado Operacional	10,4%	8,2%	0,0%	6,1%	5,0%	-0,6%	5,2%	3,3%	-13,2%

Resultados Operacionales 1S 2012 (MMUS\$)

MMUS\$ y % Ingresos	Perú			Argentina			Colombia		
	1S '11	1S '12	Var %	1S '11	1S '12	Var %	1S '11	1S '12	Var %
Ingresos	894,6	1.128,9	26,2%	334,6	402,2	20,2%	238,1	330,4	38,7%
Margen Bruto	32,0%	29,6%	16,9%	39,2%	39,2%	20,1%	38,3%	34,5%	25,0%
Gastos s/ Depreciación	-20,1%	-19,5%	22,7%	-32,4%	-35,0%	29,8%	-31,2%	-28,2%	25,4%
EBITDA	11,9%	10,1%	6,9%	6,8%	4,2%	-25,6%	7,1%	6,3%	23,2%
Resultado Operacional	9,2%	7,4%	1,6%	4,9%	2,5%	-37,3%	4,0%	3,4%	17,3%

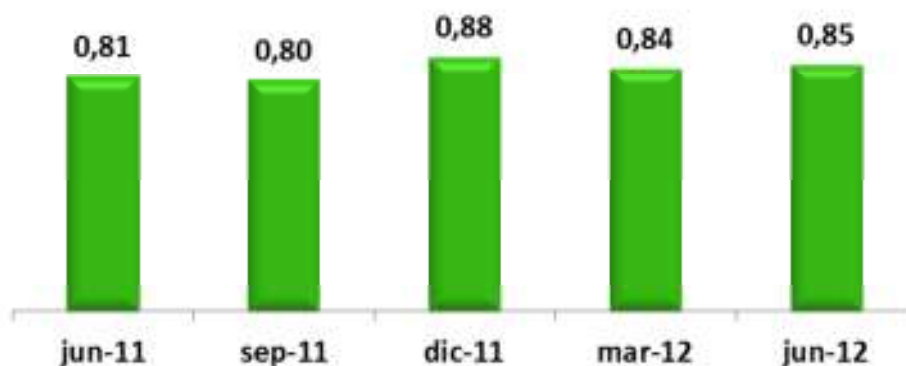
⁷ Resultados Operacionales Incluyen negocios que desarrollan giro Bancario en Perú y Colombia y negocio de crédito en Argentina.

VII. Estructura Financiera

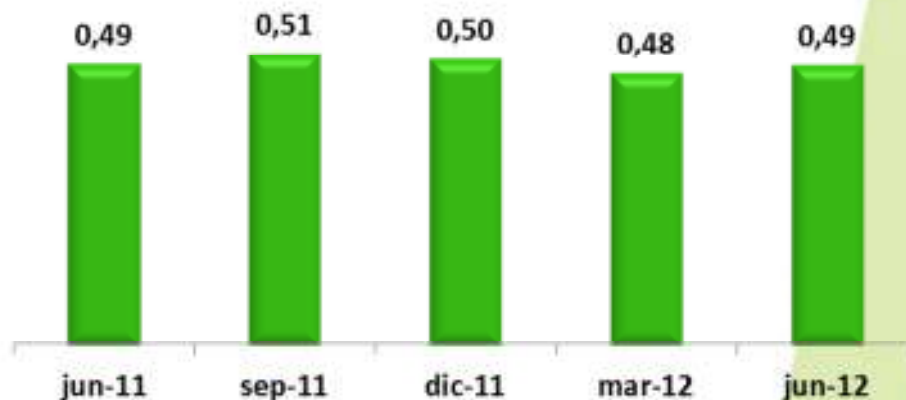
El Total Pasivos al 30 de Junio de 2012 alcanzó \$4.785.492 millones (MMUS\$9.537). Este nivel de pasivos implica un Leverage⁸ de 1,38 veces.

Sin considerar las empresas que desarrollan el giro bancario (Banco Falabella Chile, Banco Falabella Perú y Banco Falabella Colombia) el Leverage consolidado es de 0,85 veces. Excluyendo estas mismas empresas, el Leverage financiero neto⁹ consolidado al 30 de Junio es de 0,49 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

	Por el Periodo terminado al 30-Jun-12 M\$	Por el Periodo terminado al 30-Jun-11 M\$	Por el Trimestre Abril a Junio de 2012 M\$	Por el Trimestre Abril a Junio de 2011 M\$
Estado de Resultados				
Negocios no Bancarios (Presentación)				
Ingresos de actividades ordinarias	2.596.649.622	2.240.474.019	1.332.172.360	1.152.356.211
Costo de ventas	(1.768.308.707)	(1.480.269.016)	(899.776.302)	(752.945.828)
Ganancia bruta	828.340.915	760.205.003	432.396.058	399.410.383
Costos de distribución	(38.330.365)	(31.347.666)	(20.059.912)	(16.520.875)
Gasto de administración	(468.380.995)	(379.922.461)	(227.062.921)	(192.208.769)
Otros gastos, por función	(82.070.502)	(71.893.692)	(47.602.629)	(38.470.822)
Otras ganancias (pérdidas)	1.404.688	5.948.796	1.125.743	2.169.120
Ingresos financieros	4.310.941	3.422.318	3.229.532	2.273.314
Costos financieros	(39.336.898)	(34.893.753)	(20.946.905)	(18.600.430)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	10.538.731	6.783.567	4.535.788	3.395.690
Diferencias de cambio	(487.939)	22.945	(760.582)	(1.060.578)
Resultado por unidades de reajuste	(13.181.015)	(14.184.888)	(4.060.032)	(9.044.209)
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	202.807.561	244.140.169	120.794.140	131.342.824
Gasto por impuestos a las ganancias	(35.021.913)	(45.541.468)	(23.385.392)	(25.157.262)
Ganancia (pérdida) de negocios no bancarios	167.785.648	198.598.701	97.408.748	106.185.562
Servicios Bancarios (Presentación)				
Ingresos por intereses y reajustes	158.127.182	117.714.127	80.042.799	63.708.077
Gastos por intereses y reajustes	(52.432.332)	(37.083.903)	(25.400.488)	(21.162.154)
Ingreso neto por intereses y reajustes	105.694.850	80.630.224	54.642.311	42.545.923
Ingresos por comisiones	34.562.640	27.412.861	17.229.115	14.101.675
Gastos por comisiones	(7.852.516)	(4.593.307)	(4.244.970)	(1.964.644)
Ingreso neto por comisiones	26.710.124	22.819.554	12.984.145	12.137.031
Utilidad neta de operaciones financieras	4.217.506	5.355.570	1.657.229	2.476.146
Utilidad (Pérdida) de cambio neta	745.876	(1.254.536)	(157.937)	(443.660)
Otros ingresos operacionales	5.553.045	5.125.993	2.752.640	2.802.236
Provisión por riesgo de crédito	(48.504.473)	(23.168.320)	(26.954.709)	(13.513.195)
Total ingreso operacional neto	94.416.928	89.508.485	44.923.679	46.004.481
Remuneraciones y gastos del personal	(28.947.197)	(23.507.681)	(14.868.160)	(11.968.309)
Gastos de Administración	(31.716.776)	(29.064.692)	(15.967.681)	(15.406.799)
Depreciaciones y amortizaciones	(4.924.368)	(3.737.500)	(2.541.222)	(1.887.985)
Otros gastos operacionales	(2.758.184)	(2.090.237)	(1.337.719)	(1.011.875)
Total gastos operacionales	(68.346.525)	(58.400.110)	(34.714.782)	(30.274.968)
Resultado operacional	26.070.403	31.108.375	10.208.897	15.729.513
Resultado por inversiones en sociedades	252.690	154.320	201.063	121.686
Resultado antes de impuesto a la renta	26.323.093	31.262.695	10.409.960	15.851.199
Impuesto a la renta	(7.024.996)	(8.158.300)	(2.861.500)	(4.092.861)
Ganancia (Pérdida) de servicios bancarios	19.298.097	23.104.395	7.548.460	11.758.338
Ganancia (Pérdida)	187.083.745	221.703.096	104.957.208	117.943.900
Ganancia (pérdida), atribuible a				
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	165.277.695	204.332.588	93.174.883	108.648.245
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras	21.806.050	17.370.508	11.782.325	9.295.655
Ganancia (pérdida)	187.083.745	221.703.096	104.957.208	117.943.900

	SACI Falabella 30-jun-12 M\$	SACI Falabella 31-dic-11 M\$
Activos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Activos corrientes		
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	201.584.970	125.543.206
Otros activos financieros corrientes	20.519.881	39.565.224
Otros Activos No Financieros, Corriente	43.806.251	45.606.192
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	1.155.099.255	1.161.642.764
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, Corriente	885.048	903.846
Inventarios	677.181.215	680.472.204
Activos por impuestos corrientes	50.438.613	38.351.506
Activos, Corriente, Total	2.149.515.233	2.092.084.942
Activos, No Corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	163.627	95.767
Otros activos no financieros no corrientes	21.446.281	21.109.901
Derechos por cobrar no corrientes	214.482.703	222.146.445
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, No Corriente	260.874	375.638
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	117.185.786	110.061.027
Activos intangibles distintos de la plusvalía	157.783.938	157.605.013
Plusvalía	260.273.967	260.273.967
Propiedades, Planta y Equipo	1.400.703.864	1.360.179.417
Propiedad de inversión	1.687.984.017	1.601.517.448
Activos por impuestos diferidos	50.114.814	41.542.773
Activos, No Corrientes, Total	3.910.399.871	3.774.907.396
Total activos de negocios no bancarios	6.059.915.104	5.866.992.338
Activos Servicios Bancarios (Presentación)		
Efectivo y depósitos en bancos	202.071.612	178.105.226
Operaciones con liquidación en curso	72.995.509	7.848.591
Instrumentos para negociación	122.062.811	161.773.489
Contratos de derivados financieros	4.993.922	17.022.941
Adeudado por bancos	-	15.996.505
Créditos y cuentas por cobrar a clientes	1.633.742.357	1.467.337.177
Instrumentos de inversión disponibles para la venta	89.063.595	1.903.868
Inversiones en sociedades	1.790.791	2.018.986
Intangibles	11.494.872	10.994.416
Activo fijo	29.429.065	27.339.685
Impuestos corrientes	4.161.589	4.046.574
Impuestos diferidos	9.944.161	8.765.431
Otros activos	13.183.005	15.466.428
Total activos servicios bancarios	2.194.933.289	1.918.619.317
Activos, Total	8.254.848.393	7.785.611.655

	SACI Falabella 30-jun-12 M\$	SACI Falabella 31-dic-11 M\$
Patrimonio Neto y Pasivos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Pasivos, Corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	418.391.932	435.741.245
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	636.155.325	691.148.645
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas, Corriente	1.939.058	2.507.454
Otras provisiones a corto plazo	10.277.879	6.605.674
Pasivos por Impuestos corrientes	8.186.158	27.132.988
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	68.963.250	70.884.376
Otros pasivos no financieros corrientes	64.835.251	97.871.496
Pasivos, Corrientes, Total	1.208.748.853	1.331.891.878
Pasivos, No Corrientes		
Otros pasivos financieros no corrientes	1.489.442.334	1.344.407.041
Pasivos no corrientes	4.535.597	4.410.861
Otras provisiones a largo plazo	602.036	556.284
Pasivo por impuestos diferidos	210.970.665	208.849.852
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	12.775.398	11.690.576
Otros pasivos no financieros no corrientes	21.724.535	20.680.349
Total de pasivos no corrientes	1.740.050.565	1.590.594.963
Total pasivos de negocios no bancarios	2.948.799.418	2.922.486.841
Pasivos Servicios Bancarios (Presentación)		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	109.100.756	99.254.859
Operaciones con liquidación en curso	85.457.788	6.288.617
Contratos de retrocompra y préstamos de valores	-	3.799.092
Depósitos y otras captaciones a plazo	1.022.044.462	834.014.060
Contratos de derivados financieros	4.924.529	14.218.180
Obligaciones con bancos	33.421.676	81.290.305
Instrumentos de deuda emitidos	319.421.967	268.120.441
Otras obligaciones financieras	213.973.833	218.974.382
Impuestos corrientes	339.567	708.633
Impuestos diferidos	4.623.480	5.000.124
Provisiones	3.447.954	2.490.277
Otros pasivos	39.936.732	30.073.369
Total pasivos Servicios Bancarios	1.836.692.744	1.564.232.339
Total pasivos	4.785.492.162	4.486.719.180
Patrimonio Neto		
Capital emitido	529.726.588	527.253.518
Ganancias (pérdidas) acumuladas	2.302.397.190	2.179.075.464
Primas de emisión	57.322.434	26.572.387
Otras reservas	(22.100.900)	(13.924.990)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	2.867.345.312	2.718.976.379
Participaciones no controladoras	602.010.919	579.916.096
Patrimonio total	3.469.356.231	3.298.892.475
Total de patrimonio y pasivos	8.254.848.393	7.785.611.655



S.A.C.I. Falabella

Dirección:

Rosas 1665
Santiago, Chile

Contactos:

Jordi Gaju N. / Humberto Solovera R.
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.