



RESULTADOS

2^{do} TRIMESTRE

2014



SACI
FALABELLA



f....





Índice

I.	Resumen Ejecutivo	3
II.	Resultados Consolidados a junio 2014.....	4
III.	Principales Hechos del Período.....	9
IV.	Indicadores de Retail	10
V.	Indicadores Financieros	14
VI.	Otros Indicadores.....	15
VII.	Resultados Operacionales por Unidad de Negocio	16
VIII.	Estructura Financiera.....	20
IX.	Estados Financieros S.A.C.I. Falabella – IFRS.....	21

Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado del 01 de julio de 2014: 552,72 \$/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; M: miles; MM: millones.



RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA

I. Resumen Ejecutivo

Los ingresos consolidados del segundo trimestre del 2014 lograron un crecimiento de 15,1% en comparación al mismo trimestre de 2013, alcanzando un total de \$1.819.168 millones (MMUS\$ 3.291). Los mayores ingresos se explican por el crecimiento observado en nuestras operaciones internacionales, destacando la incorporación de los 56 locales adquiridos en Brasil, además de la mayor superficie de venta incorporada en los últimos doce meses por la apertura de 30 locales nuevos en la región, de los cuales 21 fueron de las operaciones internacionales. Se destaca también los positivos crecimientos de las ventas mismas tiendas (SSS) de Falabella en Colombia (13,6%) y en Chile (5,6%), y de Tottus en Chile (9,3%) y en Perú (6,4%).

Por su parte, la cartera consolidada de colocaciones creció 15,7% en comparación con el segundo trimestre de 2013, en línea con el crecimiento observado en los ingresos de nuestras operaciones Retail. La cartera alcanzó un total de \$3.356.528 millones (MMUS\$ 6.073) al 30 de junio de 2014, destacando el crecimiento logrado por nuestras operaciones en Colombia y Chile, la cual en el primer caso aumentó 19,9% comparado con el segundo trimestre de 2013. En el caso de Chile, se observa un crecimiento sostenido por tres trimestres seguidos de las colocaciones en CMR, aumentando 16,4% a junio respecto del año anterior, mientras que el Banco Falabella aumentó en 12,7% sus colocaciones en el mismo período. El crecimiento de ambas operaciones fue mayor al observado en la industria en Chile.

La ganancia bruta en el trimestre ascendió a \$635.188 millones (MMUS\$ 1.149), creciendo un 13,4% en el período, mientras que el margen bruto disminuyó 0,5 puntos porcentuales en comparación al mismo trimestre de 2013. Esto último se explica por un menor margen bruto en Falabella Chile, principalmente por el efecto que tuvo en el mix de productos vendidos la mayor venta de electrónicos debido al Mundial de Fútbol, por el mayor peso de la venta mayorista en Sodimac Chile, y por la reversión de provisiones de CMR realizada en el mismo periodo del año anterior debido al menor volumen de colocaciones observado en el 2013.

Durante el segundo trimestre de 2014, los gastos de administración y ventas ascendieron a \$447.614 millones (MMUS\$ 810), siendo un 15,8% mayor en comparación con el mismo período del año anterior, implicando un aumento de 10 puntos base como porcentaje de los ingresos, principalmente por mayores gastos en Falabella Chile y en nuestras operaciones en Perú. Por otra parte, destacamos las continuas mejoras observadas en Sodimac Chile y en nuestras operaciones en Argentina, gracias a los controles de procesos que se han implementado en los últimos trimestres para incrementar eficiencias y productividad a lo largo de la cadena.

En el segundo trimestre el EBITDA consolidado ascendió a \$237.062 millones (MMUS\$ 429), lo que significó un crecimiento de 10,8%, mientras que el margen EBITDA disminuyó 0,5 puntos porcentuales comparado con el mismo período de 2013.

Por su parte, la utilidad neta consolidada en el trimestre disminuyó 0,4% en comparación al mismo período de 2013, alcanzando los \$104.966 millones (MMUS\$ 190), explicado principalmente por un mayor costo financiero neto producto del incremento de la UF, afectando la deuda financiera en esa moneda. Cabe resaltar que la utilidad neta no incluye revalorización de activos por nuestras propiedades de inversión, ya que la compañía adoptó en 2009 el método de costo histórico.

En el segundo trimestre se inauguraron tres tiendas nuevas en la región. Falabella abrió una tienda por departamento en la ciudad de Lima, Perú, mientras que por su parte, Tottus abrió dos supermercados, uno en Chile en la ciudad de Santiago, y uno en Perú en la ciudad de Ica. Además, se han abierto once nuevas tiendas standalone en la región.



II. Resultados Consolidados a junio 2014

Estado de Resultados Consolidados 2Q 2014 (MM\$)

	2Q13	% Ing.	2Q14	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	1.470.507		1.682.027		14,4%
Ingresos de Negocios Bancarios	109.929		137.141		24,8%
Total Ingresos	1.580.436		1.819.168		15,1%
Costo de Ventas no Bancarios	(969.514)	-65,9%	(1.121.991)	-66,7%	15,7%
Costo de Ventas Bancarios	(51.027)	-46,4%	(61.988)	-45,2%	21,5%
Ganancia Bruta	559.895	35,4%	635.188	34,9%	13,4%
GAV	(386.675)	-24,5%	(447.614)	-24,6%	15,8%
Resultado Operacional	173.221	11,0%	187.574	10,3%	8,3%
Depreciación + Amortización	40.678	2,6%	49.488	2,7%	21,7%
EBITDA	213.899	13,5%	237.062	13,0%	10,8%
Otras Ganancias (Pérdidas)	(1.105)		(1.465)		32,5%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(17.964)		(46.135)		156,8%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	3.075		4.444		44,5%
Diferencias de Cambio	(4.533)		(2.913)		-35,7%
Resultado No Operacional	(20.527)	-1,3%	(46.068)	-2,5%	124,4%
Resultado Antes de Impuestos	152.694	9,7%	141.506	7,8%	-7,3%
Impuesto a la Renta	(34.738)		(27.238)		-21,6%
Interés Minoritario	(12.591)		(9.302)		-26,1%
Ganancia / (Pérdida) Neta	105.364	6,7%	104.966	5,8%	-0,4%

Estado de Resultados Consolidados 1S 2014 (MM\$)

	1S13	% Ing.	1S14	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	2.847.884		3.276.474		15,0%
Ingresos de Negocios Bancarios	215.431		266.919		23,9%
Total Ingresos	3.063.314		3.543.393		15,7%
Costo de Ventas no Bancarios	(1.893.770)	-66,5%	(2.192.642)	-66,9%	15,8%
Costo de Ventas Bancarios	(102.296)	-47,5%	(123.860)	-46,4%	21,1%
Ganancia Bruta	1.067.248	34,8%	1.226.891	34,6%	15,0%
GAV	(744.171)	-24,3%	(872.665)	-24,6%	17,3%
Resultado Operacional	323.077	10,5%	354.227	10,0%	9,6%
Depreciación + Amortización	79.932	2,6%	96.882	2,7%	21,2%
EBITDA	403.008	13,2%	451.109	12,7%	11,9%
Otras Ganancias (Pérdidas)	(2.112)		(280)		-86,7%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(39.429)		(80.169)		103,3%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	8.087		11.250		39,1%
Diferencias de Cambio	(5.840)		(15.518)		165,7%
Resultado No Operacional	(39.293)	-1,3%	(84.717)	-2,4%	115,6%
Resultado Antes de Impuestos	283.784	9,3%	269.510	7,6%	-5,0%
Impuesto a la Renta	(61.802)		(52.450)		-15,1%
Interés Minoritario	(22.770)		(18.630)		-18,2%
Ganancia / (Pérdida) Neta	199.213	6,5%	198.429	5,6%	-0,4%


RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA
Balance Consolidado Resumido - Junio 2014 (MM\$)

	31/12/2013	30/06/2014	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	2.697.881	2.588.606	-4,1%
Activos No Corrientes No Bancarios	4.479.917	4.728.315	5,5%
Activos Total No Bancarios	7.177.798	7.316.921	1,9%
Activos Total Negocios Bancarios	2.717.515	2.774.799	2,1%
Activos Total	9.895.313	10.091.721	2,0%
Pasivos Corrientes No Bancarios	1.752.340	1.594.953	-9,0%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	2.019.233	2.090.421	3,5%
Pasivos Total No Bancarios	3.771.573	3.685.374	-2,3%
Pasivos Total Negocios Bancarios	2.299.094	2.326.521	1,2%
Pasivos Total	6.070.667	6.011.895	-1,0%
Patrimonio Total	3.824.646	4.079.826	6,7%
Total Pasivo y Patrimonio Total	9.895.313	10.091.721	2,0%

Flujo de Caja Resumido - Junio 2014 (MM\$)

	30/06/2013	30/06/2014	Var %
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	303.821	176.801	-41,8%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	95.967	57.998	-39,6%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Total	399.788	234.798	-41,3%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(312.317)	(288.957)	-7,5%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	(127.235)	(132.064)	3,8%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total	(439.552)	(421.022)	-4,2%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	51.897	(10.033)	-119,3%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	(34.976)	(41.011)	17,3%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total	16.921	(51.044)	-401,7%
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(22.843)	(237.267)	938,7%
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	6.417	13.780	114,7%
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	568.306	647.690	14,0%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	551.880	424.202	-23,1%



RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA

1. Resultado Operacional

En el segundo trimestre de 2014, los ingresos de los negocios no bancarios mostraron un crecimiento de 14,4%, principalmente por la mayor superficie de venta, agregando aproximadamente 290.000 m² en los últimos doce meses, de los cuales 119.000 m² corresponden a la adquisición de 56 locales de mejoramiento del hogar en Brasil. Adicionalmente, se destacan los crecimientos SSS de Falabella en Colombia (13,6%) y en Chile (5,6%), y de Tottus en Chile (9,3%) y en Perú (6,4%) en el período.

En el caso del negocio bancario, en el segundo trimestre los ingresos lograron un incremento de 24,8% en comparación al mismo período de 2013, destacando el crecimiento de Banco Falabella en Colombia y Chile debido a un mayor nivel de colocaciones en los últimos trimestres, principalmente por el incremento en los créditos de consumo, y por el positivo efecto del aumento de la inflación en Chile que tiene sobre el Banco dado una mayor posición en activos en UF de este.

Por su parte, la ganancia bruta creció 13,4%, ascendiendo a \$635.188 millones (MMUS\$ 1.149), mientras que el margen bruto disminuyó 0,5 puntos porcentuales en comparación con el mismo período del año anterior. Esto último se explica por un menor margen bruto en Falabella Chile, principalmente por la estacionalidad de la venta de electrónicos dado el Mundial de Fútbol; a un mayor crecimiento en la venta a empresas en Sodimac Chile, y el efecto de la reversión de provisiones en CMR dado el menor volumen de colocaciones en el mismo trimestre del año anterior.

Los gastos de administración y ventas, medidos como porcentaje de los ingresos consolidados, crecieron 0,1 puntos porcentuales, por mayores gastos en remuneraciones en Falabella Chile y mayores gastos de apertura de tiendas en Perú. Este trimestre se observa una desaceleración en el crecimiento de los gastos en comparación a los trimestres anteriores, explicado por las medidas de control de gastos implementadas a nivel regional, destacando las mejoras en logística y eficiencias laborales logradas en Sodimac Chile y en las operaciones de Argentina. Adicionalmente, un mayor dinamismo en el consumo en Colombia permitió diluir los gastos de la operación en el trimestre, mostrando una mejora en comparación al año pasado.

El EBITDA consolidado del segundo trimestre ascendió a \$237.062 millones (MMUS\$ 429) mientras que a nivel acumulado alcanzó los \$451.109 millones (MMUS\$ 816).

Finalmente, el resultado operacional del período alcanzó los \$187.574 millones (MMUS\$ 339), lo que implicó un crecimiento de 8,3% en comparación al mismo trimestre de 2013. En el acumulado del primer semestre del 2014, el resultado operativo ascendió a \$354.227 millones (MMUS\$ 641).



2. Resultado No Operacional

El resultado no operacional resultó en una pérdida de \$46.068 millones (MMUS\$ 83), siendo un 124,4% mayor a la pérdida obtenida en el segundo trimestre de 2013. Esto se debió principalmente por un mayor gasto financiero neto producto de la mayor inflación en el período, ya que la UF creció 1,8% en el segundo trimestre en comparación con una disminución de 0,1% en el mismo trimestre del año anterior. Cabe destacar, que el incremento en la UF se ha desacelerado en los últimos dos meses, habiendo crecido un 0,3% en el período julio-agosto.

Como resultado, la utilidad neta del período ascendió a \$104.966 millones (MMUS\$ 190), o un 0,4% menor al mismo período del año anterior. Cabe recordar que la utilidad neta no incluye revalorización de activos por nuestras propiedades de inversión, ya que la compañía adoptó en 2009 el método de costo histórico.

3. Balance Consolidado

El activo corriente no bancario disminuyó en \$109.274 millones en comparación al cierre de 2013, explicado principalmente por menor efectivo y equivalentes al efectivo y por la caída en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar. Por su parte, el activo no corriente no bancario se vio incrementado en \$248.398 millones, por el aumento en propiedades, plantas y equipo y propiedades de inversión, reflejando las inversiones realizadas por la compañía en nuevas tiendas y centros comerciales. En el caso de los negocios bancarios, el total de activos creció en \$57.284 millones en comparación a diciembre 2013, debido tanto al aumento en créditos y cuentas por cobrar a clientes, dado un mayor nivel de actividad en este negocio, como a un incremento en instrumentos de inversión disponibles para la venta. Como resultado, el activo total aumentó en \$196.408 millones.

El pasivo corriente no bancario se vio disminuido en \$157.387 millones en comparación con diciembre 2013, explicado principalmente por menores cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar; mientras que el pasivo no corriente no bancario se incrementó en \$71.188 millones por el crecimiento en los pasivos financieros no corrientes, para acompañar el crecimiento de las inversiones de la compañía. Por su parte, el pasivo total de negocios bancarios creció en \$27.427 millones por mayores depósitos y otras captaciones a plazo. Como resultado, el pasivo total disminuyó \$58.772 millones.



4. Flujo de Caja Consolidado

El flujo de efectivo procedente de actividades de operación del negocio no bancario disminuyó en \$127.020 millones a junio 2014 en comparación al mismo período del año anterior, por una mayor inversión en capital de trabajo, dado el incremento en inventarios y la disminución en las cuentas a pagar. El flujo de efectivo procedente de actividades de operación de negocios bancarios, en tanto, disminuyó \$37.969 millones, debido principalmente a un mayor crecimiento en créditos y cuentas por cobrar a clientes, dado el mayor nivel de actividad observado en la operación de los tres países. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de operación consolidado disminuyó en \$164.990 millones en el período.

El flujo de efectivo procedente de actividades de inversión del negocio no bancario fue \$23.360 millones menos negativo en comparación al mismo período del año anterior, debido a que en el 2013 se registró una disminución de alrededor de \$78.500 millones en la caja que fueron luego destinados a la adquisición de Dicico en Brasil. Esto compensó la mayor inversión en el período en nuevos activos fijos y propiedades de inversión, principalmente por nuevas tiendas y centros comerciales. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de inversión de negocios bancarios fue \$4.829 millones más negativo respecto al mismo período del año anterior, debido principalmente a una mayor inversión en instrumentos de inversión disponibles para la venta. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de inversión consolidado a junio 2014 resultó en \$18.530 millones menos negativo que el mismo período del año 2013.

El flujo de efectivo procedente de actividades de financiación del negocio no bancario a junio 2014 disminuyó en \$61.930 millones en comparación al año anterior, explicado principalmente por menores importes procedentes de préstamos de largo plazo. Por su parte, el flujo de efectivo procedente de actividades de financiación fue \$6.035 millones menor a lo obtenido a junio del año anterior debido al mayor pago de bonos. Como resultado, el flujo de efectivo procedente de actividades de financiación consolidado disminuyó en \$67.965 millones en el período.



RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA

III. Principales Hechos del Período

- En el segundo trimestre se abrieron 3 tiendas en la región:
 - Falabella abrió una nueva tienda:
 - En Perú, en la ciudad de Lima, con una superficie de venta de 8.500 m².
 - Tottus abrió dos nuevas tiendas:
 - En Chile, en La Florida en la ciudad de Santiago, con una superficie de venta de 2.000 m².
 - En Perú, en Ica, con una superficie de venta de 600 m².
- Adicionalmente, se inauguraron 11 nuevas tiendas *stand alone*:
 - En Chile, abrimos 4 nuevas tiendas standalone en Santiago: dos tiendas Clarks y dos tiendas Americanino.
 - En Perú, abrimos 6 nuevas tiendas standalone en Lima: una tienda MAC, una tienda La Martina, dos tiendas Mango, una tienda Call It Spring y una tienda HE by Mango.
 - En Colombia, abrimos una tienda Call it Spring en el Centro Comercial El Tesoro, en Medellín.
- La Bolsa de Santiago distinguió a Falabella como la acción favorita del MILA (Mercado Integrado Latinoamericano) de 2013, siendo la acción más transada del año en ese mercado.
- El 8 de mayo, Open Plaza colocó un bono en Perú por 54,4 millones de soles a 14 años, a una tasa de 7,125%.
- El 16 de junio, Tottus Perú realizó una emisión de 40 millones de soles a 20 años, enmarcado en su Primer Programa de Bonos Corporativos.

Hechos posteriores

- El 30 de julio, Sodimac Chile anunció el rescate anticipado de los Bonos Serie F, por un monto total de \$ 12.064 millones.
- El 31 de julio, Sodimac abrió una nueva tienda en Argentina, en la ciudad de La Plata, con una superficie de venta de 9.500 m².
- Falabella.com Colombia fue reconocido por segunda vez consecutiva como líder en la categoría Retail de los eCommerce Awards Colombia, otorgado por el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico.
- Banco Falabella Chile fue reconocido como el banco con mejor servicio a clientes, de acuerdo a un estudio realizado por la consultora Ipsos en la que se evalúan los principales bancos del país.
- A finales de agosto, Etam, marca número uno en participación de mercado de lencería en Francia, se incorporó al portafolio de marcas exclusivas de Falabella.
- En agosto, Mango Kids se incorpora en la tienda como extensión de Mango, habiendo ya incorporado en marzo de 2013 HE by Mango, la línea de hombres de la cadena.



IV. Indicadores de Retail

1. Ingresos de Negocios Retail

Ingresos Retail 2Q 2014¹ (MMUS\$)

(Pesos chilenos nominales, convertidos a USD al t/c observado del 1 de julio de 2014)

	2Q13	2Q14	Var %	Var Moneda Local ² %
Chile				
Tiendas por Departamento	507,4	571,6	12,6%	12,6%
Mejoramiento del Hogar	776,4	814,0	4,8%	4,8%
Supermercados	230,3	266,3	15,6%	15,6%
Perú				
Tiendas por Departamento	221,4	250,9	13,3%	3,9%
Mejoramiento del Hogar	120,4	143,1	18,8%	9,0%
Supermercados	200,4	252,6	26,1%	15,6%
Colombia				
Tiendas por Departamento	127,3	162,6	27,7%	14,8%
Mejoramiento del Hogar	275,6	337,4	22,4%	9,4%
Argentina				
Tiendas por Departamento	144,2	147,8	2,5%	38,1%
Mejoramiento del Hogar	53,8	48,6	(9,6%)	21,6%
Brasil				
Mejoramiento del Hogar		88,1		

Ingresos Retail 1S 2014¹ (MMUS\$)

(Pesos chilenos nominales, convertidos a USD al t/c observado del 1 de julio de 2014)

	1S13	1S14	Var %	Var Moneda Local ² %
Chile				
Tiendas por Departamento	963,0	1.069,8	11,1%	11,1%
Mejoramiento del Hogar	1.563,5	1.670,5	6,8%	6,8%
Supermercados	451,1	517,6	14,7%	14,7%
Perú				
Tiendas por Departamento	393,2	452,4	15,1%	6,4%
Mejoramiento del Hogar	243,9	298,1	22,2%	13,2%
Supermercados	392,3	493,8	25,9%	16,4%
Colombia				
Tiendas por Departamento	236,1	283,6	20,1%	11,3%
Mejoramiento del Hogar	569,5	680,3	19,5%	10,7%
Argentina				
Tiendas por Departamento	253,9	271,8	7,0%	41,5%
Mejoramiento del Hogar	107,1	101,8	(4,9%)	25,2%
Brasil				
Mejoramiento del Hogar		172,0		

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.


RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA
Crecimiento de Ventas Nominal por Local Equivalente – Same Store Sales (SSS)³

(Todos los crecimientos son en términos nominales y han sido calculados en moneda local de cada país)

	1Q13	2Q13	3Q13	4Q13	2013	1Q14	2Q14	1S13	1S14
Chile									
Tiendas por Departamento	(0,8%)	4,7%	8,2%	7,4%	5,0%	5,5%	5,6%	1,8%	5,5%
Mejoramiento del Hogar	3,4%	7,7%	6,4%	8,9%	6,6%	7,2%	3,7%	5,5%	5,5%
Supermercados	8,0%	8,5%	6,7%	8,4%	7,4%	6,5%	9,3%	8,2%	7,9%
Perú									
Tiendas por Departamento	4,6%	6,5%	1,5%	9,6%	5,9%	3,7%	(3,4%)	5,6%	(1,1%)
Mejoramiento del Hogar	10,8%	10,9%	8,7%	0,1%	7,3%	(2,5%)	(5,0%)	10,8%	(3,7%)
Supermercados	8,5%	7,2%	2,7%	9,2%	6,9%	5,3%	6,4%	7,7%	5,6%
Colombia									
Tiendas por Departamento	(0,4%)	(3,2%)	(7,4%)	9,1%	0,8%	2,2%	13,6%	(1,9%)	8,3%
Mejoramiento del Hogar	(2,2%)	0,5%	2,2%	6,5%	1,9%	5,9%	4,1%	(0,9%)	5,1%
Argentina									
Tiendas por Departamento	24,3%	31,1%	32,0%	36,1%	31,6%	35,6%	31,3%	28,0%	33,4%
Mejoramiento del Hogar	31,1%	25,9%	21,8%	38,8%	29,7%	28,8%	21,4%	28,4%	25,0%
Brasil									
Mejoramiento del Hogar			8,5%	13,3%		2,2%	(0,9%)		0,6%

³ Los crecimientos de venta nominal por local equivalente incorporan las ventas de nuestro canal online (en los casos que exista dicha operación).



RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA

2. Número de Locales y Superficies de Ventas de Formatos Retail^{4,5}

	Junio 2013		Junio 2014	
	Superficie (m ²)	Locales (#)	Superficie (m ²)	Locales (#)
Chile				
Tiendas por Departamento	269.794	42	295.809	44
Mejoramiento del Hogar	657.716	80	680.201	83
Supermercados	156.865	44	174.630	49
Perú				
Tiendas por Departamento	132.947	20	152.932	24
Mejoramiento del Hogar	147.503	19	188.153	25
Supermercados	145.141	35	165.142	43
Colombia				
Tiendas por Departamento	95.405	15	95.405	15
Mejoramiento del Hogar	302.713	30	322.609	33
Argentina				
Tiendas por Departamento	57.762	11	57.762	11
Mejoramiento del Hogar	74.785	7	74.785	7
Brasil				
Mejoramiento del Hogar			121.706	57
Total Locales	2.040.632	303	2.329.135	391

3. Número de Centros Comerciales y Superficie Arrendable de Operadores Inmobiliarios⁶

	Junio 2013		Junio 2014	
	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)
Chile				
Mall Plaza	1.035.000	13	1.136.000	14
Open Plaza	158.575	7	234.850	10
Perú				
Aventura Plaza	229.000	4	258.000	4
Open Plaza	206.000	7	231.000	8
Colombia				
Mall Plaza	26.000	1	26.000	1
Total Inmobiliario	1.654.575	32	1.885.850	37

Adicionalmente, el Grupo es dueño de 792.000 m² adicionales de superficie arrendable en ubicaciones *free standing* de Falabella, Sodimac y Tottus en la región.

⁴ Durante 2013 hubo recuento de superficies que puede implicar diferencias con la información entregada en junio 2013.

⁵ La superficie de venta incluye la línea de caja. En particular, en el caso de Tottus, representa aproximadamente un 7% de la superficie. Esta definición puede diferir de cómo lo miden otros actores del mercado, y tiene implicancias en la comparación de venta/m².

⁶ Open Plaza considera los Power Centers (ubicaciones donde hay 2 tiendas anclas y locales menores) y Shopping Centers (ubicaciones con 3 tiendas anclas además de tiendas menores) distintos a los operados por Mall Plaza.



4. Venta por metro cuadrado de Formatos Retail⁷

Ventas por metro cuadrado – 2Q 2014 (US\$ / m²)

	2Q13	2Q14	Var %
Chile			
Tiendas por Departamento	1.878	1.932	2,9%
Mejoramiento del Hogar	1.180	1.197	1,4%
Supermercados	1.468	1.527	4,0%
Perú			
Tiendas por Departamento	1.688	1.682	-0,3%
Mejoramiento del Hogar	816	760	-6,8%
Supermercados	1.404	1.533	9,2%
Colombia			
Tiendas por Departamento	1.377	1.704	23,8%
Mejoramiento del Hogar	920	1.046	13,6%
Argentina			
Tiendas por Departamento	2.495	2.557	2,5%
Mejoramiento del Hogar	719	650	-9,6%
Brasil			
Mejoramiento del Hogar		724	
TOTAL	1.308	1.326	1,3%

Ventas por metro cuadrado – 1S 2014 (US\$ / m²)

	1S13	1S14	Var %
Chile			
Tiendas por Departamento	3.562	3.684	3,4%
Mejoramiento del Hogar	2.387	2.464	3,2%
Supermercados	2.894	2.993	3,4%
Perú			
Tiendas por Departamento	2.967	2.998	1,0%
Mejoramiento del Hogar	1.705	1.620	-4,9%
Supermercados	2.748	3.037	10,5%
Colombia			
Tiendas por Departamento	2.530	2.945	16,4%
Mejoramiento del Hogar	1.901	2.122	11,6%
Argentina			
Tiendas por Departamento	4.333	4.638	7,0%
Mejoramiento del Hogar	1.432	1.361	-4,9%
Brasil			
Mejoramiento del Hogar		1.434	
TOTAL	2.554	2.604	1,9%

⁷ Ingresos dividido por superficie promedio del período. Los montos en dólares de ambos períodos se convirtieron al tipo de cambio del período corriente. Es decir, la variación observada corresponde a variación registrada en pesos chilenos, y no en moneda local. La venta por metro cuadrado "Total" corresponde a la suma de los ingresos del negocio Retail dividido por el promedio de la superficie total de tiendas del período. Los ingresos de cada negocio comprenden todos los canales, incluyendo también el canal online.



V. Indicadores Financieros

1. Indicadores de Crédito^{8,9,10}

		1Q13	2Q13	3Q13	4Q13	1Q14	2Q14
CMR Chile (Tarjeta)							
Stock Colocaciones Brutas	MM CLP	953.839	935.829	950.348	1.064.208	1.068.905	1.089.630
Stock Provisiones	MM CLP	(43.716)	(41.265)	(39.314)	(38.389)	(39.911)	(44.582)
Castigo Neto (de recuperó)	MM CLP	18.978	31.410	43.263	53.458	10.536	18.369
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	2.057.981	2.048.103	2.042.300	2.115.368	2.113.062	2.140.968
Duración	Meses	3,8	4,0	4,0	3,9	3,7	4,0
Deuda Promedio	CLP	463.483	456.924	465.332	503.084	505.856	508.943
Banco Falabella Chile							
Stock Colocaciones Brutas	MM CLP	1.102.124	1.121.957	1.157.741	1.201.103	1.240.235	1.264.198
Stock Provisiones	MM CLP	(42.905)	(45.745)	(48.779)	(52.152)	(60.483)	(64.174)
Castigo Neto (de recuperó)	MM CLP	11.455	19.853	28.237	36.758	8.600	18.570
Banco Falabella Perú							
Stock Colocaciones Brutas	MM SOL	2.256	2.421	2.393	2.529	2.479	2.620
Stock Provisiones	MM SOL	(169)	(179)	(178)	(185)	(187)	(193)
Castigo Neto (de recuperó)	MM SOL	33	64	93	116	26	52
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	949.032	948.672	928.817	939.214	922.545	948.773
Duración	Meses	9,3	9,2	9,5	9,3	9,8	9,6
Deuda Promedio Consumo	SOL	2.377	2.552	2.576	2.693	2.687	2.761
Banco Falabella Colombia							
Stock Colocaciones Brutas	MM COP	1.013.531	1.039.039	1.064.317	1.160.903	1.153.403	1.245.697
Stock Provisiones	MM COP	(77.071)	(77.995)	(75.088)	(75.050)	(76.451)	(78.869)
Castigo Neto (de recuperó)	MM COP	20.226	37.547	52.871	67.448	12.788	24.812
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	649.450	669.422	692.658	730.740	722.110	739.464
Duración	Meses	6,6	6,7	6,8	6,9	7,6	7,8
Deuda Promedio Consumo	COP	1.560.598	1.552.144	1.536.570	1.588.667	1.597.268	1.684.595
CMR Argentina (Tarjeta)							
Stock Colocaciones Brutas	MM ARS	1.276	1.397	1.508	1.847	1.797	1.819
Stock Provisiones	MM ARS	(31)	(32)	(28)	(32)	(43)	(53)
Castigo Neto (de recuperó)	MM ARS	11	20	29	25	(9)	(21)
Cuentas Abiertas (con saldo)	#	515.364	519.358	519.748	546.385	539.337	525.034
Duración	Meses	3,6	3,4	3,6	3,6	3,1	2,8
Deuda Promedio	ARS	2.476	2.690	2.900	3.380	3.332	3.465

2. Porcentaje de Venta a través de tarjeta CMR¹¹

	1Q 2013	1S 2013	9M 2013	2013	1Q 2014	1S 2014
Chile - Falabella	54,3%	55,6%	56,1%	56,1%	54,3%	55,6%
Chile - Sodimac	30,9%	30,8%	30,5%	30,9%	29,8%	30,0%
Chile - Tottus	16,8%	17,6%	18,1%	18,5%	17,4%	18,4%
Perú - Saga, Sodimac y Tottus	43,2%	45,5%	44,9%	44,6%	39,5%	41,9%
Colombia - Falabella y Sodimac	23,8%	24,8%	24,6%	25,0%	22,6%	24,7%
Argentina - Falabella y Sodimac	36,6%	35,0%	34,0%	32,9%	27,7%	29,7%

⁸ 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.

⁹ La duración se calcula en meses según la duración de Macaulay, suponiendo vencimiento revolving de 30 días.

¹⁰ El stock de colocaciones brutas incluye todas las colocaciones, no solamente consumo.

¹¹ Porcentaje de venta con CMR: es la venta a través de la tarjeta con respecto a la venta total de cada negocio.



VI. Otros Indicadores

Días de Cobro,¹² de Pago y Rotación de Inventario 2Q 2014¹³

Chile

	Tiendas por Dep.		Mejor. del Hogar		Supermercados		Promotora CMR		Plaza S.A.	
	2Q13	2Q14	2Q13	2Q14	2Q13	2Q14	2Q13	2Q14	2Q13	2Q14
Días promedio de cobro	4,7	5,5	27,1	25,6	2,9	2,7	120,0	120,0	35,0	28,0
Días promedio de pago	42,9	42,8	49,7	49,3	46,4	44,6	NA	NA	NA	NA
Días de inventario	73,6	78,6	75,4	70,2	31,9	38,9	NA	NA	NA	NA

Operaciones Internacionales¹⁴

	Perú		Argentina		Colombia		Brasil
	2Q13	2Q14	2Q13	2Q14	2Q13	2Q14	2Q14
Días promedio de cobro	3,0	2,8	10,7	15,4	6,6	8,9	69,3
Días promedio de pago	50,0	45,7	71,4	65,3	68,3	56,7	73,2
Días de inventario	74,6	82,6	100,2	121,0	103,2	86,8	113,0

¹² Días de cobro no incluye las cuentas por cobrar de los formatos de *retail* (tiendas por departamento, mejoramiento del hogar y supermercados) con Promotora CMR S.A.

¹³ Promedio de cobro: Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar, Corrientes (neto) * 90 / Ingresos Ordinarios

Promedio de pago: Acreedores Comerciales y Otras Cuentas por Pagar, Corrientes * 90 / Costos de ventas

Rotación de Inventarios: Inventarios (neto) * 90 / Costos de ventas

¹⁴ Los indicadores incluyen nuestras operaciones de *retail* únicamente.



VII. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio

Los ingresos de nuestro negocio de tiendas por departamento en Chile aumentaron 12,6% durante el segundo trimestre del año, explicado en parte por la mayor superficie del período, junto con el positivo crecimiento SSS logrado en el trimestre, principalmente por el crecimiento en el canal online además del positivo efecto que tuvo el Mundial de Fútbol en las ventas. Por su parte, el margen bruto se vio afectado negativamente principalmente por un cambio en el mix, dado que el Mundial de Fútbol implicó una mayor venta de electrónica en comparación a otros trimestres, observándose una disminución de 80 puntos base en el margen. A su vez, los gastos de administración y ventas crecieron 16,6%, producto de un mayor gasto en remuneraciones en el período. Como consecuencia, el resultado operacional disminuyó 26,4% en el trimestre.

En el área de mejoramiento del hogar en Chile, el resultado operacional creció 4,0% en el segundo trimestre del año, como resultado de un mayor nivel de ingresos y un menor crecimiento en los gastos de administración y ventas, que compensaron el menor margen bruto del período. Un mayor porcentaje de venta a empresas en comparación al mismo trimestre del año anterior explica la caída de 0,4 puntos porcentuales en el margen bruto. Por su parte, la política de control de gastos que la compañía viene implementando hace varios trimestres implicó mayores eficiencias en temas logísticos y laborales, contribuyendo a lograr una caída de 40 puntos base en los gastos de administración y ventas como porcentaje de ingresos.

El resultado operacional de Tottus en Chile alcanzó los \$734 millones en el segundo trimestre, logrando un crecimiento de 573,2% en comparación al mismo trimestre del año anterior, producto de los mayores ingresos en el período junto con un menor crecimiento en los gastos de administración y ventas. Los más de 17 mil metros cuadrados incorporados en los últimos doce meses, junto con un importante crecimiento SSS logrado en el período, explican el crecimiento de 15,6% en los ingresos. Por su parte, una mayor eficiencia en los servicios de mantención implicó menores gastos en este rubro.

En el segundo trimestre, CMR Chile alcanzó un crecimiento de 9,6% en el resultado operacional, principalmente por los mayores ingresos junto con menores gastos de administración y venta como proporción de los ingresos, logrando compensar el menor margen bruto del período. En el primer caso, se explica por el mayor volumen de colocaciones, destacando el crecimiento que han tenido las ventas fuera del grupo y los avances/super avances en efectivo. Por su parte, el menor crecimiento en los gastos se debe principalmente a mayores eficiencias logradas en el ámbito laboral y en sistemas y marketing. Por su parte, el menor margen bruto se explica por la reversión de provisiones que se había dado en el segundo trimestre del año anterior, dado un menor volumen de colocaciones, situación que contrasta con el crecimiento experimentado por la cartera durante este año.

El resultado operacional del Banco Falabella en Chile en el segundo trimestre creció un 137,5% alcanzando los \$10.160 millones. Esto se explica, por un lado, por el crecimiento en los ingresos, dado el mayor nivel de colocaciones en el trimestre. Además, contribuye el positivo efecto que tiene la inflación en los resultados del banco dada una posición sobreactivada en UF junto con menores costos de fondeos. Por último, las eficiencias logradas en la operación, como el aumento del uso del canal electrónico por parte de nuestros clientes, entre otras cosas, aportó también a este positivo resultado.



RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA

El resultado operacional de Plaza S.A. aumentó 11,5% en el segundo trimestre del año, principalmente por los mayores ingresos del período, que lograron compensar una caída de 2,4 puntos porcentuales en el margen bruto y un mayor crecimiento de los gastos de administración y ventas. La mayor superficie arrendable por la entrada en operación del Mall Plaza Egaña explica en parte el crecimiento en los ingresos. Por su parte, el menor margen bruto y el mayor gasto como porcentaje de ingresos se deben a que contamos con varios centros comerciales nuevos que aún se encuentran en maduración, especialmente Mall Plaza Egaña.

Los ingresos consolidados de nuestras operaciones en Perú lograron un crecimiento de 19,0% en el segundo trimestre del año, producto de la mayor superficie de venta de los tres formatos en el país, junto con el positivo crecimiento SSS de 6,4% en Tottus. Por su parte, Falabella y Sodimac vieron su crecimiento SSS afectado, en el primer caso, principalmente por mayores temperaturas a las normales debido a la corriente El Niño, lo que afectó la demanda por vestuario de temporada; mientras que Sodimac, se ve afectado por canibalización en las ventas dado el importante número de aperturas que se han llevado a cabo, creciendo en casi 30% su superficie en el último año. Por su parte, el margen bruto sufrió una caída de 1,2 puntos porcentuales en el trimestre, debido principalmente al mayor crecimiento que experimentó nuestro negocio de supermercados, cuyo margen bruto es menor al de los otros negocios; y por un menor margen bruto en Falabella dada la mayor actividad promocional. Además, los gastos se vieron incrementados en un 20,9%, principalmente por los gastos de aperturas de tiendas, ya que en los últimos 12 meses se han abierto 19 tiendas en el país, en comparación con las 8 tiendas abiertas en el mismo período del año anterior. Como consecuencia, el resultado operacional disminuyó 6,5% en el período.

En el caso de nuestras operaciones en Colombia, en el segundo trimestre del año el resultado operacional creció un 67,6% producto de mayores ingresos en el período junto con un menor crecimiento en los gastos de administración y ventas, que lograron compensar una disminución en el margen bruto. El positivo crecimiento SSS logrado por Falabella en el período junto con el crecimiento de 19,9% en las colocaciones del Banco Falabella explica el aumento de 25,2% en los ingresos. Por su parte, Falabella ha visto afectado su margen bruto debido al aumento arancelario introducido el año pasado, y que no había alcanzado a afectar la mercadería vendida en el mismo período del año anterior. Esto, fue compensado por el mayor margen bruto logrado en el Banco, producto de un menor costo de fondeo. Por último, una mayor eficiencia lograda principalmente en el área laboral en ambos negocios ha permitido disminuir en 300 puntos bases los gastos de administración y ventas como porcentaje de ingresos.

Con respecto a Argentina, el resultado operacional creció un 6,2% en el período, debido a menores gastos de administración y ventas, que lograron compensar el menor margen bruto. En el caso de los gastos de administración y ventas, cabe resaltar las eficiencias generadas que llevaron a una mayor productividad laboral resultando en una disminución de 2,7% en los gastos totales. Por su parte, una mayor venta de electrónica durante el trimestre por el Mundial de Fútbol afectó el margen bruto en Falabella.

Por último, en el segundo trimestre los ingresos de nuestra operación en Brasil alcanzaron los \$48.683 millones (MMUS\$ 88). El margen operacional resultó en -1,9% de los ingresos dado el aumento en gastos de administración y ventas relacionados con la integración del equipo de Sodimac en Brasil, enfocado en desarrollar el formato Homecenter en este país.


RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA
Resultados operacionales 2Q 2014 (MMUS\$)^{15,16}

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	2Q13	2Q14	Var %	2Q13	2Q14	Var %	2Q13	2Q14	Var %
Ingresos	507,4	571,6	12,6%	776,4	814,0	4,8%	230,3	266,3	15,6%
Margen Bruto	30,1%	29,4%	9,8%	28,8%	28,3%	3,2%	24,7%	24,7%	16,0%
Margen GAV (s/ dep.)	(24,0%)	(24,8%)	16,6%	(21,2%)	(20,8%)	2,8%	(21,6%)	(21,4%)	14,2%
Margen EBITDA	6,2%	4,6%	(16,6%)	7,8%	7,7%	4,1%	3,0%	3,4%	28,7%
Margen Operacional	4,7%	3,0%	(26,4%)	6,0%	6,0%	4,0%	0,1%	0,5%	573,2%

	Promotora CMR			Plaza S.A.			Banco Falabella Chile		
	2Q13	2Q14	Var %	2Q13	2Q14	Var %	2Q13	2Q14	Var %
Ingresos	130,9	150,2	14,7%	87,2	100,4	15,2%	90,7	122,2	34,7%
Margen Bruto	54,0%	50,9%	8,1%	83,0%	80,6%	11,9%	42,5%	44,9%	42,3%
Margen GAV (s/ dep.)	(10,3%)	(9,2%)	1,9%	(11,1%)	(11,0%)	14,2%	(31,5%)	(27,5%)	17,8%
Margen EBITDA	43,7%	41,7%	9,6%	81,3%	80,9%	14,6%	11,0%	17,3%	112,3%
Margen Operacional	43,7%	41,7%	9,6%	71,6%	69,3%	11,5%	8,5%	15,0%	137,5%

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil
	2Q13	2Q14	Var %	2Q13	2Q14	Var %	2Q13	2Q14	Var %	2Q14
Ingresos	607,5	722,7	19,0%	176,5	220,9	25,2%	219,4	219,4	(0,0%)	88,1
Margen Bruto	31,7%	30,5%	14,5%	37,6%	36,3%	20,9%	41,9%	41,0%	(2,0%)	30,6%
Margen GAV (s/ dep.)	(20,7%)	(21,1%)	20,9%	(30,7%)	(27,7%)	13,1%	(35,6%)	(34,6%)	(2,7%)	(30,5%)
Margen EBITDA	10,9%	9,4%	2,5%	6,9%	8,6%	55,5%	6,3%	6,4%	2,2%	0,1%
Margen Operacional	8,4%	6,6%	(6,5%)	3,9%	5,3%	67,6%	4,9%	5,2%	6,2%	(1,9%)

¹⁵ Resultados Operacionales incluyen negocios que desarrollan giro Bancario en Perú y Colombia y negocio de crédito en Argentina.

¹⁶ Las variaciones presentadas en la columna Var% corresponden a variaciones de montos absolutos y no de los márgenes sobre ingresos.



RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA

Resultados operacionales 1S 2014 (MMUS\$)^{15,16}

	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	1S13	1S14	Var %	1S13	1S14	Var %	1S13	1S14	Var %
Ingresos	963,0	1.069,8	11,1%	1.563,5	1.670,5	6,8%	451,1	517,6	14,7%
Margen Bruto	29,7%	29,1%	8,8%	29,2%	28,5%	4,3%	24,4%	24,5%	15,2%
Margen GAV (s/ dep.)	(24,6%)	(25,5%)	15,3%	(20,9%)	(20,3%)	3,7%	(21,0%)	(21,4%)	16,5%
Margen EBITDA	5,1%	3,6%	(22,4%)	8,4%	8,4%	5,8%	3,3%	3,1%	6,9%
Margen Operacional	3,6%	2,0%	(38,7%)	6,8%	6,7%	5,5%	0,4%	0,2%	(53,2%)

	Promotora CMR			Plaza S.A.			Banco Falabella Chile		
	1S13	1S14	Var %	1S13	1S14	Var %	1S13	1S14	Var %
Ingresos	264,4	295,8	11,9%	166,4	193,1	16,1%	179,2	238,1	32,9%
Margen Bruto	50,6%	50,7%	12,0%	82,1%	79,9%	12,9%	39,8%	41,7%	38,9%
Margen GAV (s/ dep.)	(9,6%)	(9,5%)	10,8%	(11,2%)	(11,1%)	15,4%	(31,2%)	(27,6%)	17,6%
Margen EBITDA	41,0%	41,2%	12,3%	81,2%	80,5%	15,2%	8,6%	14,0%	116,3%
Margen Operacional	41,0%	41,2%	12,3%	70,7%	68,5%	12,4%	6,1%	11,7%	155,3%

	Perú			Colombia			Argentina			Brasil
	1S13	1S14	Var %	1S13	1S14	Var %	1S13	1S14	Var %	1S14
Ingresos	1.156,8	1.393,9	20,5%	332,0	398,5	20,0%	403,4	422,2	4,6%	172,0
Margen Bruto	30,7%	29,9%	17,5%	36,7%	37,3%	21,9%	40,1%	41,1%	7,5%	31,2%
Margen GAV (s/ dep.)	(20,5%)	(21,2%)	24,6%	(30,3%)	(29,8%)	18,1%	(35,9%)	(34,2%)	(0,1%)	(30,5%)
Margen EBITDA	10,2%	8,7%	3,2%	6,5%	7,5%	39,8%	4,2%	6,9%	71,8%	0,7%
Margen Operacional	7,6%	5,8%	(6,9%)	3,2%	4,2%	57,7%	2,7%	5,6%	119,5%	(1,4%)

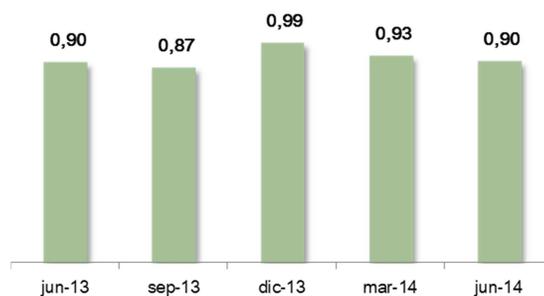


VIII. Estructura Financiera

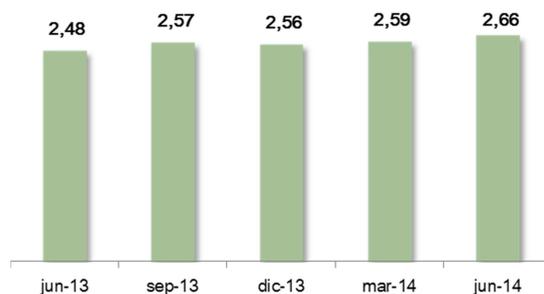
El Total Pasivos al 30 de junio de 2014 alcanzó \$6.011.895 millones (MMUS\$10.877).

Por su parte, el Leverage de los Negocios no Bancarios¹⁷ asciende a 0,90. Considerando la deuda financiera¹⁸ de los negocios no bancarios, el ratio Deuda Financiera Neta / EBITDA asciende a 2,66.

1. Leverage Negocios No Bancarios



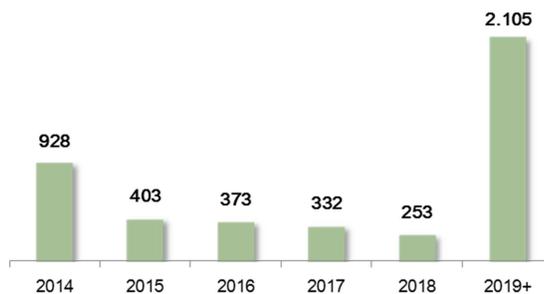
2. Deuda Financiera Neta / EBITDA Negocios No Bancarios



3. Perfil de Vencimientos de Deuda^{19, 20}

Deuda Financiera Total Consolidada (sin operaciones bancarias): MM US\$ 4.395

(Millones de US\$)



¹⁷ Leverage Negocios No Bancarios = Pasivos totales negocios no bancarios dividido en Patrimonio total consolidado.

¹⁸ Deuda Financiera Negocios No Bancarios = Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros, no corrientes.

¹⁹ La Deuda Financiera Total Consolidada no incluye las operaciones bancarias del Grupo Falabella (Banco Falabella Chile, Banco Falabella Perú y Banco Falabella Colombia) ni intereses devengados, pero sí incluye la operación de CMR en Chile y Argentina.

²⁰ Saldos en USD a fines de junio 2014 convertidos al tipo de cambio de cierre de cada país.



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

	30-jun-14	31-dic-13
	M\$	M\$
Activos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Activos corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	183.660.403	275.536.508
Otros activos financieros corrientes	41.110.042	31.092.383
Otros activos no financieros corrientes	87.091.316	67.235.864
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	1.299.089.754	1.361.212.730
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	3.611.266	3.608.843
Inventarios	937.331.170	916.670.685
Activos por impuestos corrientes	36.712.544	42.523.671
Total activos corrientes	2.588.606.495	2.697.880.684
Activos no corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	183.659	183.129
Otros activos no financieros no corrientes	17.691.482	18.288.685
Derechos por cobrar no corrientes	185.401.790	178.064.620
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	164.861.692	148.775.246
Activos intangibles distintos de la plusvalía	190.095.964	185.852.765
Plusvalía	302.694.774	298.112.966
Propiedades, planta y equipo	1.784.083.948	1.671.176.569
Propiedad de inversión	2.015.134.442	1.928.060.213
Activos por impuestos diferidos	68.167.176	51.403.041
Total activos no corrientes	4.728.314.927	4.479.917.234
Total activos de negocios no bancarios	7.316.921.422	7.177.797.918
Activos Negocios Bancarios (Presentación)		
Efectivo y depósitos en bancos	212.201.807	342.345.059
Operaciones con liquidación en curso	12.165.428	47.396.787
Instrumentos para negociación	37.365.183	83.084.118
Contratos de derivados financieros	4.287.941	6.607.804
Créditos y cuentas por cobrar a clientes	2.022.671.279	1.886.630.217
Instrumentos de inversión disponibles para la venta	385.485.744	260.038.309
Inversiones en sociedades	1.723.503	1.621.617
Intangibles	21.999.901	19.978.641
Activo fijo	36.328.630	36.175.090
Impuestos corrientes	3.238.527	288.608
Impuestos diferidos	18.972.784	16.752.822
Otros activos	18.358.380	16.595.992
Total activos negocios bancarios	2.774.799.107	2.717.515.064
Total activos	10.091.720.529	9.895.312.982



RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA

	30-jun-14	31-dic-13
	M\$	M\$
Patrimonio Neto y Pasivos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Pasivos corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	659.352.468	641.297.879
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	723.962.077	878.178.136
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	4.072.745	3.089.892
Otras provisiones a corto plazo	9.637.051	6.147.851
Pasivos por Impuestos corrientes	18.414.837	18.891.851
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	94.690.588	93.750.401
Otros pasivos no financieros corrientes	84.822.918	110.983.691
Total pasivos corrientes	1.594.952.684	1.752.339.701
Pasivos no corrientes		
Otros pasivos financieros no corrientes	1.790.693.410	1.720.465.349
Pasivos no corrientes	916.030	2.300.188
Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes	355.563	340.547
Otras provisiones a largo plazo	5.377.783	4.839.707
Pasivo por impuestos diferidos	253.564.700	252.608.535
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	15.920.667	14.934.866
Otros pasivos no financieros no corrientes	23.593.302	23.744.207
Total pasivos no corrientes	2.090.421.455	2.019.233.399
Total pasivos de negocios no bancarios	3.685.374.139	3.771.573.100
Pasivos Negocios Bancarios (Presentación)		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	179.036.316	160.428.104
Operaciones con liquidación en curso	8.503.435	55.361.946
Depósitos y otras captaciones a plazo	1.601.474.000	1.502.609.515
Contratos de derivados financieros	6.099.421	4.486.973
Obligaciones con bancos	29.504.732	52.451.222
Instrumentos de deuda emitidos	251.922.830	277.114.232
Otras obligaciones financieras	184.240.321	188.589.350
Impuestos corrientes	2.896.800	3.846.203
Impuestos diferidos	7.334.492	6.650.643
Provisiones	5.543.530	6.049.741
Otros pasivos	49.964.941	41.506.288
Total pasivos negocios bancarios	2.326.520.818	2.299.094.217
Total pasivos	6.011.894.957	6.070.667.317
Patrimonio Neto		
Capital emitido	533.409.643	530.806.267
Ganancias acumuladas	2.833.360.652	2.676.678.527
Primas de emisión	93.482.329	67.679.807
Otras reservas	(83.658.289)	(123.136.318)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	3.376.594.335	3.152.028.283
Participaciones no controladoras	703.231.237	672.617.382
Patrimonio total	4.079.825.572	3.824.645.665
Total de patrimonio y pasivos	10.091.720.529	9.895.312.982



RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA

	Por el Periodo	Por el Periodo
	terminado al 30-junio-14	terminado al 30-junio-13
	M\$	M\$
Estado de Resultados		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Ingresos de actividades ordinarias	3.276.473.502	2.847.883.580
Costo de ventas	(2.192.641.847)	(1.893.770.360)
Ganancia bruta	1.083.831.655	954.113.220
Costos de distribución	(42.035.769)	(37.317.686)
Gastos de administración	(669.489.782)	(575.229.924)
Otros gastos, por función	(64.470.731)	(52.844.620)
Otras ganancias (pérdidas)	(279.981)	(2.111.505)
Ingresos financieros	7.204.075	7.110.390
Costos financieros	(60.815.413)	(45.839.600)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	11.034.030	7.984.060
Diferencias de cambio	(15.517.883)	(5.839.666)
Resultado por unidades de reajuste	(26.557.756)	(699.581)
Ganancia antes de impuestos	222.902.445	249.325.088
Gasto por impuestos a las ganancias	(39.518.278)	(52.059.551)
Ganancia de negocios no bancarios	183.384.167	197.265.537
Negocios Bancarios (Presentación)		
Ingresos por intereses y reajustes	215.843.932	171.612.078
Gastos por intereses y reajustes	(65.687.704)	(52.620.726)
Ingreso neto por intereses y reajustes	150.156.228	118.991.352
Ingresos por comisiones	49.260.131	42.328.786
Gastos por comisiones	(12.651.866)	(10.722.453)
Ingreso neto por comisiones	36.608.265	31.606.333
Utilidad neta de operaciones financieras	4.442.789	2.963.105
Utilidad (Pérdida) de cambio neta	727.336	4.952.966
Otros ingresos operacionales	1.814.994	1.489.897
Provisión por riesgo de crédito	(50.690.182)	(46.868.751)
Total ingreso operacional neto	143.059.430	113.134.902
Remuneraciones y gastos del personal	(38.927.136)	(32.524.005)
Gastos de Administración	(45.799.030)	(36.128.362)
Depreciaciones y amortizaciones	(6.917.916)	(5.756.835)
Otros gastos operacionales	(5.024.211)	(4.369.920)
Total gastos operacionales	(96.668.293)	(78.779.122)
Resultado operacional	46.391.137	34.355.780
Resultado por inversiones en sociedades	215.954	103.308
Resultado antes de impuesto a la renta	46.607.091	34.459.088
Impuesto a la renta	(12.931.573)	(9.742.099)
Ganancia de negocios bancarios	33.675.518	24.716.989
Ganancia	217.059.685	221.982.526
Ganancia atribuible a		
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	198.429.453	199.212.701
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	18.630.232	22.769.825
Ganancia	217.059.685	221.982.526
Ganancias por acción		
Ganancia por acción básica		
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	0,0817	0,0823
Ganancia por acción básica	0,0817	0,0823
Ganancias por acción diluida		
Ganancias diluida por acción procedente de operaciones continuadas	0,0814	0,0823
Ganancias diluida por acción	0,0814	0,0823



RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA

	30-jun-14	30-jun-13
	M\$	M\$
Estado de flujos de efectivo		
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	3.912.092.155	3.466.178.225
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(3.062.771.933)	(2.568.555.151)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(405.854.417)	(345.011.951)
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(42.339.435)	(50.340.638)
Otras salidas de efectivo	(224.325.705)	(198.449.435)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación de negocios no bancarios	176.800.665	303.821.050
Negocios Bancarios (Presentación)		
Utilidad consolidada del período	33.675.518	24.716.989
Cargos (abonos) a resultados que no significan movimientos de efectivo:		
Depreciaciones y amortizaciones	6.917.916	5.756.835
Provisiones por riesgo de crédito	50.690.182	46.868.751
Utilidad neta por inversiones en sociedades con influencia significativa	(215.954)	(103.308)
Aumento en créditos y cuentas por cobrar a clientes	(154.415.656)	(66.880.124)
Disminución neta de instrumentos para negociación	32.623.682	8.761.040
Aumento de depósitos y otras obligaciones a la vista	18.608.212	7.316.816
Aumento de depósitos y otras captaciones a plazo	98.864.485	63.510.113
Aumento (disminución) de obligaciones con bancos	(22.946.490)	10.956.846
Otros	(5.804.117)	(4.936.996)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de la operación negocios bancarios	57.997.778	95.966.962
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	234.798.443	399.788.012
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	-	(16.155.466)
Flujos de efectivo utilizados en la compra de participaciones no controladoras	-	(5.281.209)
Otros cobros por la venta de patrimonio o instrumentos de deuda de otras entidades	-	5.000.000
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	588.216	254.977
Compras de propiedades, planta y equipo	(182.495.547)	(131.127.946)
Compras de activos intangibles	(9.916.378)	(4.024.043)
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	518.249	1.788.051
Compras de otros activos a largo plazo	(107.194.105)	(98.610.777)
Dividendos recibidos	4.536.843	6.332.666
Intereses recibidos	3.910.215	4.533.933
Otras entradas (salidas) de efectivo	1.095.414	(75.026.893)
Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión de negocios no bancarios	(288.957.093)	(312.316.707)
Negocios Bancarios (Presentación)		
Aumento neto de instrumentos de inversión disponibles para la venta	(125.447.435)	(119.289.797)
Compras de activos fijos	(7.242.711)	(8.299.843)
Dividendos recibidos de inversiones en sociedades	202.870	-
Otros	422.839	354.390
Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión negocios bancarios	(132.064.437)	(127.235.250)
Flujos de Efectivo Netos utilizados en actividades de inversión	(421.021.530)	(439.551.957)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Importes procedentes de la emisión de acciones	36.153.391	14.121.540
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	66.439.607	461.828.052
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	889.940.437	694.758.331
Total importes procedentes de préstamos	956.380.044	1.156.586.383
Préstamos recibidos (otorgados) a entidades relacionadas	995.446	(57.400)
Pagos de préstamos	(863.735.617)	(1.012.378.873)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(4.438.690)	(6.285.573)
Dividendos pagados	(105.473.653)	(82.789.747)
Intereses pagados	(28.516.791)	(23.307.959)
Otras (salidas) entradas de efectivo	(1.397.359)	6.008.849
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación de negocios no bancarios	(10.033.229)	51.897.220
Negocios Bancarios (Presentación)		
Rescate de letras de crédito	(4.349.029)	(7.442.198)
Pago de bonos	(25.191.402)	(16.467.365)
Otros	(11.470.416)	(11.066.470)
Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de financiación negocios bancarios	(41.010.847)	(34.976.033)
Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	(51.044.076)	(16.921.187)
Disminución neta en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	(237.267.163)	(22.842.758)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo		
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	13.779.705	6.417.319
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	(223.487.458)	(16.425.439)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	647.689.942	568.305.938
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	424.202.484	551.880.499



RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA

Flujo de Caja – Operaciones en Chile

Junio 2014	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Promotora CMR	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	43.596	66.988	(6.846)	61.175	87.039
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(804)	(16.996)	(15.093)	(11.224)	(76.932)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(57.427)	(55.112)	20.933	(41.266)	(72.383)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(14.635)	(5.121)	(1.006)	8.686	(62.276)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(130)	123	10	7	139
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	30.616	21.017	9.656	4.284	101.928
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	15.850	16.018	8.660	12.976	39.791

Junio 2013	Tiendas por Departamento	Mejoramiento del Hogar	Supermercados	Promotora CMR	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	13.884	73.872	7.827	76.086	81.663
Flujo de efectivo de actividades de inversión	10.028	(18.718)	(19.487)	12.529	(109.509)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(45.186)	(62.894)	3.669	(60.545)	7.631
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(21.274)	(7.740)	(7.991)	28.071	(20.216)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	27	188	3	0	(31)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	45.558	21.505	15.907	7.749	44.152
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	24.310	13.953	7.919	35.820	23.905

Flujo de Caja – Operaciones Internacionales

Junio 2014	Perú	Colombia	Argentina	Brasil
Flujo de efectivo de actividades de operación	55.375	(6.587)	(13.430)	(3.882)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(109.689)	(55.372)	(13.473)	(24.098)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	27.890	45.725	44.789	9.473
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(26.424)	(16.234)	17.886	(18.507)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	10.645	1.823	(1.542)	2.383
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	165.121	37.414	5.837	23.291
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	149.342	23.003	22.180	7.168

Junio 2013	Perú	Colombia	Argentina
Flujo de efectivo de actividades de operación	25.082	(16.707)	(4.465)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(48.503)	(21.566)	(2.999)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	23.379	24.118	2.951
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(42)	(14.156)	(4.513)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(3.131)	(1.003)	(251)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	114.110	34.909	12.754
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	110.937	19.750	7.990



RESULTADOS 2^{do} Trimestre 2014 SACI FALABELLA



S.A.C.I. Falabella

Dirección:

Manuel Rodríguez 730
Santiago, Chile

Contactos:

Lucrecia Fittipaldi / Catalina Escaffi
Relación con Inversionistas
Teléfono: (56 2) 2380 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.



f....