



S.A.C.I. FALABELLA
INSCRIPCIÓN REGISTRO DE VALORES 582
HECHO ESENCIAL N°08

Santiago, 30 de Julio de 2013

Señor
Fernando Coloma Correa
Superintendente de Valores y Seguros
Presente

En cumplimiento a lo establecido en el artículo 9 e inciso segundo del artículo 10 de la Ley N° 18.045 y en la Norma de Carácter General N° 30 de la entidad a su cargo, encontrándome debidamente facultado al efecto, informo a usted, en carácter de hecho esencial, lo siguiente:

Con esta fecha, el Directorio de S.A.C.I. Falabella, previa recomendación del Comité de Directores que sesionó el día de ayer, aprobó la publicación, de un reporte resumido de la información financiera y contable correspondiente a los Estados de Resultados y del Balance Consolidado de la compañía del segundo trimestre del año 2013, incorporando, además, un resumen del desempeño operacional de la sociedad durante ese periodo.

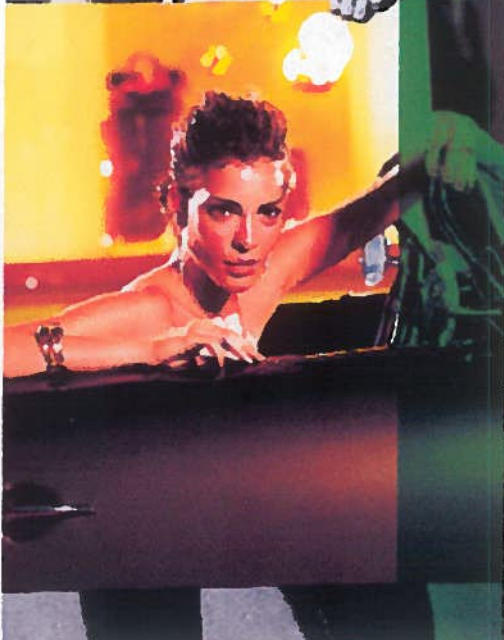
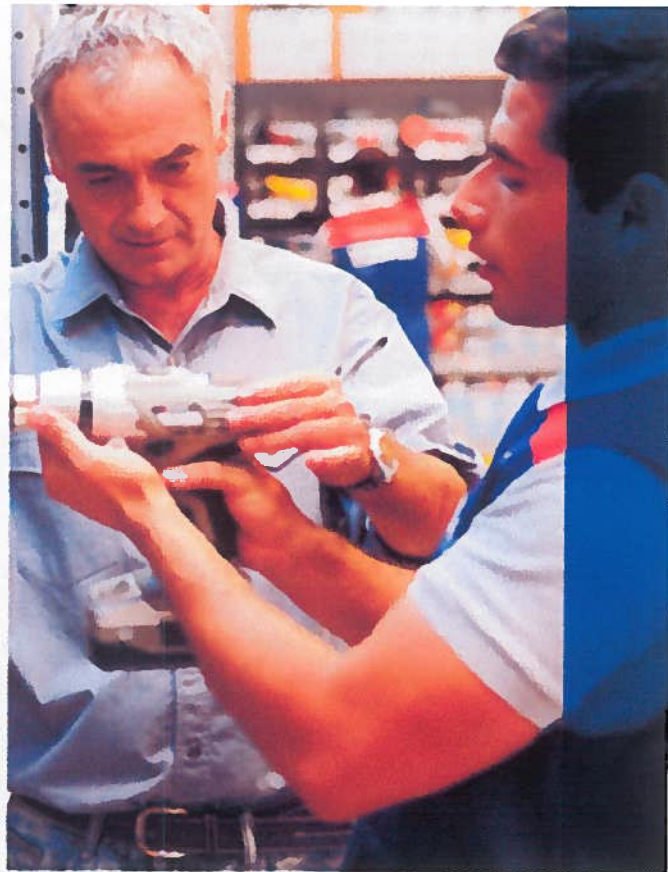
La presente información financiera no constituye ni reemplaza de forma alguna la entrega de los estados financieros correspondientes a la Superintendencia de Valores y Seguros y al mercado, en cuanto a los requisitos de contenido, procedimientos y plazos de presentación dispuestos por dicho Servicio en la normativa vigente.

Sin otro particular, lo saluda atentamente,

Sandro Solari Donaggio
Gerente General Corporativo
S.A.C.I. Falabella

pgs./
c.c.:

Bolsa de Comercio
Bolsa Electrónica de Chile
Bolsa Corredores - Bolsa de Valores
Banco Santander, representantes de los Tenedores de Bonos
Banco de Chile, representantes de los Tenedores de Bonos



RESULTADOS
2do Trimestre
2013

SACI FALABELLA

f.....



Índice

I. Resumen Ejecutivo	3
II. Resultados Consolidados a junio 2013	4
III. Principales Hechos del Período	7
IV. Indicadores de Retail	8
V. Indicadores de Crédito	12
VI. Resultados Operacionales por Unidad de Negocio	13
VII. Estructura Financiera	17
VIII. Estados Financieros S.A.C.I. Falabella – IFRS	18

Notas:

- Todas las cifras en dólares están calculadas en base al tipo de cambio observado del 01 de julio de 2013: 507,2 \$/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.



I. Resumen Ejecutivo

Durante el segundo trimestre del 2013, los ingresos consolidados alcanzaron un total de \$1.580.118 millones (MMUS\$ 3.116), logrando un incremento de 10,1% en comparación al mismo trimestre del 2012, mientras que acumulado a junio 2013, los ingresos alcanzaron \$3.062.098 millones (MMUS\$ 6.038), siendo un 9,4% mayor en comparación al primer semestre del año anterior. Los mayores ingresos se explicaron por la mayor superficie de venta incorporada en los últimos doce meses, además de positivos crecimientos mismas tiendas (SSS) particularmente en Sodimac y Tottus en Chile y todas nuestras operaciones en Perú.

Por su parte, la cartera consolidada de colocaciones alcanzó un total de \$2.901.092 millones (MMUS\$ 5.720) al 30 de junio, mostrando un aumento de 0,7% en comparación al mismo período del año anterior. En el caso del negocio bancario, destaca el crecimiento en la cartera logrado por Banco Falabella Perú y Chile, con incrementos de 14,1% y 9,7% respectivamente.

Cabe resaltar la expansión de 1,9 puntos porcentuales lograda en el margen bruto en el segundo trimestre en comparación al mismo período del 2012, llegando a una ganancia bruta de \$564.184 millones (MMUS\$ 1.112). Este aumento en margen bruto, que se obtiene por tercer trimestre consecutivo, se debe a los mejores resultados obtenidos principalmente en CMR Chile y Sodimac Chile, junto con el mejor desempeño en las operaciones bancarias. En nuestras operaciones *retail*, destacamos la mayor participación que lograron nuestras marcas propias junto con un aumento en las importaciones.

En el segundo trimestre, los gastos de administración y ventas ascendieron a \$389.846 millones (MMUS\$ 769), que se compara con los \$336.509 millones (MMUS\$ 664) del segundo trimestre del 2012. Los mayores gastos se explican en parte por contar con una mayor proporción de tiendas nuevas en los últimos doce meses, y adicionalmente por incrementos salariales y mayores gastos logísticos.

Como resultado, en el segundo trimestre el EBITDA consolidado ascendió a \$214.905 millones (MMUS\$ 424), lo que significó un crecimiento de 17,4% y una expansión de 0,8 puntos porcentuales en el margen EBITDA en comparación al mismo período 2012.

Por último, la utilidad neta consolidada alcanzó los \$105.364 millones (MMUS\$ 208) en el segundo trimestre, logrando un incremento de 12,6% en comparación al mismo período del 2012. Es importante resaltar, que nuestra utilidad neta no incluye revalorización de activos por nuestras propiedades de inversión, ya que la compañía adoptó en el 2009 el método de costo histórico.

Durante el segundo trimestre se inauguraron 5 tiendas nuevas en la región. Falabella abrió dos nuevas tiendas: Lima Norte en Perú y Bucaramanga en Colombia. Por su parte, Sodimac inauguró una nueva tienda en Colombia, en la ciudad de Armenia, mientras que Tottus abrió dos nuevas tiendas en Perú, una ubicada en la ciudad de Lima y la otra en Cañete. Adicionalmente, durante el trimestre abrió una tienda *standalone* en Perú.

El 1 de julio se realizó el *closing* de la transacción anunciada el 27 de mayo pasado, por la cual Sodimac Brasil, filial de SACI Falabella, adquirió el 50,1% de Construdecor S.A. A partir del tercer trimestre, SACI Falabella consolidará esta compañía.



RESULTADOS 2do Trimestre 2013 **SACI FALABELLA**

II. Resultados Consolidados a junio 2013

Estado de Resultados Consolidados 2Q 2013 (MM\$)

Millones de Pesos	2Q 2012	% Ingresos	2Q 2013	% Ingresos	Var. 13/12
Ingresos de Negocios no bancarios	1.335.979		1.470.556		10,1%
Ingresos por Servicios bancarios	99.814		109.562		9,8%
Total Ingresos	1.435.793		1.580.118		10,1%
Costo de ventas no bancarios	(895.818)	-67,1%	(964.848)	-65,6%	7,7%
Costo de ventas bancarios	(55.140)	-55,2%	(51.086)	-46,6%	-7,4%
Ganancia Bruta	484.835	33,8%	564.184	35,7%	16,4%
GAV	(336.509)	-23,4%	(389.846)	-24,7%	15,9%
Resultado Operacional	148.326	10,3%	174.338	11,0%	17,5%
Depreciación+Amortización	34.790	2,4%	40.567	2,6%	16,6%
EBITDA	183.116	12,8%	214.905	13,6%	17,4%
Otras ganancias (pérdidas)	795		(1.140)		-243,4%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(21.456)		(19.046)		-11,2%
Ganancia / (pérdida en asociadas)	4.737		3.075		-35,1%
Diferencias de cambio	(769)		(4.533)		489,8%
Resultado No Operacional	(18.499)	-1,2%	(21.648)	-1,4%	29,7%
Resultado antes de Impuestos	131.633	9,2%	152.694	9,7%	16,0%
Impuesto a la renta	(26.257)		(34.738)		32,3%
Interés minoritario	(11.780)		(12.591)		6,9%
Ganancia / (Pérdida) Neta	93.596	6,5%	105.364	6,7%	12,6%

Estado de Resultados Consolidados 1S 2013 (MM\$)

Millones de Pesos	1S 2012	% Ingresos	1S 2013	% Ingresos	Var. 13/12
Ingresos de Negocios no bancarios	2.601.212		2.846.667		9,4%
Ingresos por Servicios bancarios	197.581		215.431		9,0%
Total Ingresos	2.798.793		3.062.098		9,4%
Costo de ventas no bancarios	(1.764.610)	-67,8%	(1.888.040)	-66,3%	7,0%
Costo de ventas bancarios	(104.235)	-52,8%	(102.296)	-47,5%	-1,9%
Ganancia Bruta	929.947	33,2%	1.071.762	35,0%	15,2%
GAV	(663.272)	-23,7%	(748.703)	-24,5%	12,9%
Resultado Operacional	266.675	9,5%	323.059	10,6%	21,1%
Depreciación+Amortización	68.634	2,5%	79.818	2,6%	16,3%
EBITDA	335.309	12,0%	402.876	13,2%	20,2%
Otras ganancias (pérdidas)	602		(2.073)		-444,2%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(47.921)		(39.449)		-17,7%
Ganancia / (pérdida en asociadas)	10.791		8.087		-25,1%
Diferencias de cambio	(486)		(5.840)		1100,9%
Resultado No Operacional	(37.813)	-1,3%	(39.214)	-1,3%	6,1%
Resultado antes de Impuestos	229.662	8,2%	283.784	9,3%	23,6%
Impuesto a la renta	(42.154)		(61.802)		46,6%
Interés minoritario	(21.803)		(22.770)		4,4%
Ganancia / (Pérdida) Neta	165.705	5,9%	199.213	6,5%	20,2%



RESULTADOS 2do Trimestre 2013 SACI FALABELLA

Balance Consolidado Resumido - Junio 2013 (MM\$)

<i>Millones de Pesos</i>	31-12-2012	30-06-2013
Activos Corrientes No Bancarios	2.294.087	2.371.024
Activos No Corrientes No Bancarios	4.044.419	4.148.535
Activos Total No Bancarios	6.338.506	6.519.559
Activos Total Servicios Bancarios	2.300.714	2.463.241
Activos Total	8.639.220	8.982.800
Pasivos Corrientes No Bancarios	1.522.730	1.199.402
Pasivos No Corrientes No Bancarios	1.731.739	2.070.905
Pasivos Total No Bancarios	3.254.470	3.270.307
Pasivos Total Servicios Bancarios	1.910.377	2.076.765
Pasivos Total	5.164.847	5.347.072
Patrimonio Total	3.474.373	3.635.728
Total Pasivo y Patrimonio Total	8.639.220	8.982.800

1. Resultado Operacional

En el segundo trimestre del 2013, los ingresos de los negocios no bancarios mostraron un crecimiento de 10,1%, principalmente por la mayor superficie de venta, sumando aproximadamente 208.000 m² adicionales en los últimos doce meses. Adicionalmente, cabe destacar el positivo desempeño que tuvieron Sodimac y Tottus Chile, y nuestras operaciones en Perú, que se reflejaron en positivos crecimientos de venta mismas tiendas (SSS) en el período.

En el caso del negocio bancario, los ingresos también se vieron incrementados en un 9,8% en comparación con el mismo período del 2012, debido al crecimiento en la cartera de colocaciones observado en las operaciones bancarias en Perú y Chile.

Por su parte, la ganancia bruta se incrementó un 16,4% continuando con la tendencia observada en los últimos dos trimestres. Esta mayor ganancia, obtenida tanto en el negocio no bancario como bancario, se explica por el mejor desempeño logrado principalmente en Sodimac Chile y en CMR Chile, en este último caso, por un menor costo de fondeo; además de importantes crecimientos en nuestras operaciones en Perú y Colombia por menores ventas promocionales en el primer caso y un mayor margen bruto en la operación bancaria de Colombia.

Los gastos de administración y ventas, medidos como porcentaje de los ingresos consolidados, mostraron un crecimiento de 1,2 puntos porcentuales, explicado por una parte, por contar con un mayor número de tiendas nuevas en los últimos doce meses, además de mayores gastos en remuneración en nuestras operaciones de *retail*, principalmente en Chile.

Como resultado, el EBITDA consolidado del segundo trimestre ascendió a \$214.905 millones (MMUS\$ 424) mientras que a nivel acumulado alcanzó los \$402.876 millones (MMUS\$ 794).



RESULTADOS 2do Trimestre 2013 SACI FALABELLA

El resultado operacional del período alcanzó los \$174.338 millones (MMUS\$ 344), lo que implicó un crecimiento de 17,5% en comparación al mismo trimestre del 2012. En el acumulado del primer semestre del 2013, el resultado operativo ascendió a \$323.059 millones (MMUS\$ 637). Por su parte, el margen operacional en el trimestre fue de 11,0%, resultando mayor en 0,7 puntos porcentuales al del mismo período del año anterior.

2. Resultado No Operacional

El resultado no operacional resultó en una pérdida de \$21.644 millones (MMUS\$ 43), siendo un 29,7% mayor a la pérdida obtenida en el segundo trimestre del 2012. Esto se debió principalmente a la mayor diferencia de cambio que se produjo en el período, producto de la depreciación de las monedas locales de los países en que tenemos operaciones vs. el dólar en el trimestre.

Como resultado, la utilidad neta del período ascendió a \$105.364 millones (MMUS\$ 208), o un 12,6% mayor al mismo período del año anterior.



III. Principales Hechos del Período

- En el trimestre se abrieron 5 tiendas en la región:
 - Falabella inauguró dos nuevas tiendas en la región:
 - En Perú, en la ciudad de Lima, con una superficie de venta de 7.500 m².
 - En Colombia, en la ciudad de Bucaramanga con una superficie de venta de 5.700 m² aproximadamente, ubicada en el nuevo shopping mall Parque Caracolí.
 - Tottus abrió dos nuevas tiendas en Perú:
 - San Martín de Porres, ubicada en la ciudad de Lima, con una superficie de venta de 2.400 m².
 - Cañete, ubicada en esa ciudad, con una superficie de 2.400 m².
 - Sodimac abrió una nueva tienda en Colombia, en la ciudad de Armenia, con una superficie de venta de 6.400 m² aproximadamente.
- Adicionalmente, se inauguró una nueva tienda *standalone* en Perú. En junio inició operaciones una nueva tienda Mango en el Centro Comercial La Rambla de San Borja, ubicado en Lima.
- Durante el trimestre, Sodimac relanzó Bauker, marca propia de herramientas eléctricas, con una renovada imagen y una importante campaña publicitaria regional tanto en TV como en prensa escrita, obteniendo además un León de plata en los premios Cannes de publicidad.
- Por su parte, Saga Falabella incorporó varias marcas exclusivas a su portfolio de marcas: Michael Kors, reconocida marca internacional de carteras; y Cortefiel, marca española de moda.

Hechos Posteriores

- En junio, Sodimac anunció que iniciará la construcción de dos Homecenter en Uruguay, las cuales se ubicarán en el área metropolitana de Montevideo, ingresando de esta manera al mercado uruguayo. El plan de la compañía es contar con cuatro tiendas en total en los próximos 4 años.
- El 1 de julio se realizó el *closing* de la transacción anunciada el 27 de mayo pasado, por la cual Sodimac Brasil, filial de SACI Falabella, adquirió el 50,1% de Construdecor S.A., marcando el ingreso de Sodimac al mercado de mejoramiento del hogar en Brasil. Al 30 de junio, Construdecor operaba 58 tiendas en el estado de Sao Paulo bajo la marca DICICO, con ventas anuales que ascendieron a R\$ 789 millones en el año 2012, contando con la mayor cadena de tiendas de distribución de materiales de construcción y artículos para el mejoramiento del hogar del estado de Sao Paulo. Para llevar a cabo la transacción, SACI Falabella desembolsará R\$ 388 millones, de los cuales R\$ 319 millones serán vía aumento de capital, lo cual le permitirá a Construdecor financiar el plan de expansión que tiene por delante. De esta manera, SACI Falabella consolidará esta compañía a partir de la fecha de cierre de la transacción.



IV. Indicadores de Retail

1. Ingresos de Negocios Retail

Ingresos Retail 2Q 2013¹ (MMUS\$)
(Pesos chilenos nominales, convertidos a USD al t/c observado del 1 de julio de 2013)

INGRESOS RETAIL	2Q '12	2Q '13	Var. 13/12	Var. Moneda Local ²
CHILE				
Tiendas por Depto.	507	553	9,0%	9,0%
Mejoramiento del Hogar	775	845	9,0%	9,0%
Supermercados	216	251	16,4%	16,4%
PERU				
Tiendas por Depto.	218	241	10,5%	13,1%
Mejoramiento del Hogar	113	131	15,8%	18,4%
Supermercados	192	218	14,0%	16,6%
ARGENTINA				
Tiendas por Depto.	141	157	11,8%	34,7%
Mejoramiento del Hogar	49	59	19,4%	43,9%
COLOMBIA				
Tiendas por Depto.	127	139	9,1%	16,1%
Mejoramiento del Hogar	285	300	5,2%	12,1%

Ingresos Retail 1S 2013 (MMUS\$)
(Pesos chilenos nominales, convertidos a USD al t/c observado del 1 de julio de 2013)

INGRESOS RETAIL	1S 2012	1S 2013	Var. 13/12	Var. Moneda Local ²
CHILE				
Tiendas por Depto.	989	1.050	6,2%	6,2%
Mejoramiento del Hogar	1.575	1.704	8,2%	8,2%
Supermercados	422	492	16,4%	16,4%
PERU				
Tiendas por Depto.	390	429	9,9%	11,1%
Mejoramiento del Hogar	231	266	15,3%	16,3%
Supermercados	369	428	15,9%	17,0%
ARGENTINA				
Tiendas por Depto.	260	277	6,5%	28,0%
Mejoramiento del Hogar	96	117	21,4%	45,8%
COLOMBIA				
Tiendas por Depto.	230	257	12,1%	18,1%
Mejoramiento del Hogar	582	621	6,6%	14,2%

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 2do Trimestre 2013 SABI 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)

SAME STORE SALES	2012				2012	2013		1S'12	1S'13
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q		
CHILE									
Tiendas por Depto.	9,4%	1,6%	0,2%	2,0%	3,0%	-0,8%	4,7%	5,2%	1,8%
Mejoramiento del Hogar	10,6%	11,8%	10,9%	5,7%	9,6%	3,4%	7,7%	11,2%	5,5%
Supermercados	9,5%	7,5%	9,0%	6,4%	8,0%	8,0%	8,5%	8,5%	8,2%
PERU									
Tiendas por Depto.	12,0%	5,8%	10,8%	7,3%	8,7%	4,6%	6,5%	8,5%	5,6%
Mejoramiento del Hogar	15,7%	7,4%	14,1%	17,3%	13,8%	10,8%	10,9%	11,6%	10,8%
Supermercados	15,0%	10,9%	19,6%	12,8%	14,4%	8,5%	7,2%	12,9%	7,7%
ARGENTINA									
Tiendas por Depto.	20,5%	12,0%	15,6%	19,0%	16,7%	24,3%	31,1%	15,7%	28,0%
Mejoramiento del Hogar	27,4%	36,0%	25,7%	17,9%	25,9%	31,1%	25,9%	31,7%	28,4%
COLOMBIA									
Tiendas por Depto.	19,9%	12,3%	7,6%	0,0%	8,1%	-0,4%	-3,2%	15,7%	-1,9%
Mejoramiento del Hogar	8,8%	3,9%	1,7%	-0,9%	3,1%	-2,2%	0,5%	6,3%	-0,9%

2. Número de Locales y Superficies de Ventas de Formatos Retail⁴

Superficies de Ventas	Junio 2012		Junio 2013	
	Superficie (m ²)	Locales	Superficie (m ²)	Locales
Chile				
Tiendas por Depto.	248.923	37	264.400	38
Expos Falabella Retail	4.680	4	2.701	4
Mejoramiento del Hogar	605.079	72	657.052	80
Supermercados	136.908	37	156.865	44
Perú				
Tiendas por Depto.	120.499	18	135.583	20
Mejoramiento del Hogar	136.922	18	145.819	19
Supermercados	129.040	30	145.199	35
Argentina				
Tiendas por Depto.	58.612	11	58.612	11
Mejoramiento del Hogar	65.185	6	74.785	7
Colombia				
Tiendas por Depto.	75.844	12	96.896	15
Mejoramiento del Hogar	250.705	24	302.713	30
Total Tiendas	1.832.398	269	2.040.626	303

³ A partir del primer trimestre del 2013, los crecimientos de venta nominal por local equivalente incorporan las ventas de nuestro canal online (en los casos que exista dicha operación). Las cifras de los trimestres anteriores fueron corregidas para mostrar este cambio, y por lo tanto difieren de lo publicado en los reportes trimestrales anteriores.

⁴ La información sobre superficies de junio 2012 no coincide con lo publicado en el Informe de Resultados del segundo trimestre de 2012, por recuento de superficie y por ampliaciones en nuestras tiendas / centros comerciales.



RESULTADOS 2do Trimestre 2013 SACI FALABELLA

3. Número de Centros Comerciales y Superficie Arrendable de Operadores Inmobiliarios⁵

Área Arrendable	Junio 2012		Junio 2013	
	Superficie (m ²)	Centros Comerciales	Superficie (m ²)	Centros Comerciales
Mall Plaza Chile	910.000	11	1.034.000	13
Soc. de Rentas Falabella (Chile)	174.884	7	174.884	7
Aventura Plaza (Perú)	186.000	3	229.000	4
Open Plaza (Perú)	200.733	7	206.226	7
Mall Plaza Colombia	0	0	26.000	1
Total Inmobiliario	1.471.617	28	1.670.110	32

Adicionalmente, el Grupo es dueño de aproximadamente 480.000 m² adicionales de superficie arrendable en ubicaciones *free standing* de Falabella, Sodimac y Tottus.

4. Venta por metro cuadrado de Formatos Retail

Ventas por metro cuadrado – 2Q 2013⁶ (US\$ / m²)

	2Q '12	2Q '13	Var. 13/12
CHILE			
Tiendas por Depto.	2.044	2.094	2,5%
Mejoramiento del Hogar	1.294	1.286	-0,6%
Supermercados	1.575	1.600	1,6%
PERU			
Tiendas por Depto.	1.835	1.831	-0,2%
Mejoramiento del Hogar	828	900	8,7%
Supermercados	1.485	1.530	3,0%
ARGENTINA			
Tiendas por Depto.	2.388	2.669	11,8%
Mejoramiento del Hogar	752	783	4,1%
COLOMBIA			
Tiendas por Depto.	1.754	1.475	-15,9%
Mejoramiento del Hogar	1.140	1.004	-11,9%
TOTAL	1.444	1.429	-1,0%

⁵ 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.

⁶ Ingresos dividido por superficie promedio del período. Los montos en dólares de ambos períodos se convirtieron al tipo de cambio de 2013. 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.



RESULTADOS 2do Trimestre 2013 **SACI FALABELLA**

Ventas por metro cuadrado – 1S 2013 (US\$ / m²)

	1S 2012	1S 2013	Var. 13/12
CHILE			
Tiendas por Depto.	3.995	3.993	-0,1%
Mejoramiento del Hogar	2.654	2.610	-1,7%
Supermercados	3.086	3.154	2,2%
PERU			
Tiendas por Depto.	3.277	3.251	-0,8%
Mejoramiento del Hogar	1.717	1.880	9,5%
Supermercados	3.043	3.104	2,0%
ARGENTINA			
Tiendas por Depto.	4.417	4.706	6,5%
Mejoramiento del Hogar	1.474	1.560	5,8%
COLOMBIA			
Tiendas por Depto.	3.168	2.737	-13,6%
Mejoramiento del Hogar	2.376	2.075	-12,7%
TOTAL	2.867	2.806	-2,1%



RESULTADOS 2do Trimestre 2013 SACI FALABELLA

V. Indicadores de Crédito

1. Cartera de Colocaciones^{7,8}

INDICADORES DE CREDITO			1Q'12	2Q'12	3Q'12	4Q'12	1Q'13	2Q'13
CHILE CMR (Tarjeta)	STOCK COLOCACIONES BRUTAS	MM CLP	1.062.622	1.047.342	998.000	1.014.272	953.839	935.829
	STOCK PROVISIONES	MM CLP	-45.582	-51.105	-50.866	-46.972	-43.716	-41.265
	CASTIGO NETO (de recupero)	MM CLP	16.040	34.454	56.555	76.925	18.978	31.410
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	2.075.779	2.084.857	2.064.315	2.090.173	2.057.981	2.048.103
	DURACION	MESES	4,6	4,6	4,4	4,0	3,8	4,0
	DEUDA PROMEDIO	CLP	511.626	502.357	483.453	485.257	463.483	456.924
PERU BANCO (Tarjeta)	STOCK COLOCACIONES BRUTAS	MM SOL	1.868	2.121	2.204	2.335	2.256	2.421
	STOCK PROVISIONES	MM SOL	-138	-148	-152	-165	-169	-179
	CASTIGO NETO (de recupero)	MM SOL	23	53	80	103	33	64
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	913.705	950.534	921.032	949.012	949.032	948.672
	STOCK COLOCACIONES CONSUMO	MM SOL	1.855	2.109	2.192	2.324	2.242	2.406
	DURACION	MESES	9,1	9,2	9,5	9,0	9,3	9,2
COLOMBIA BANCO (Tarjeta)	DEUDA PROMEDIO CONSUMO	SOL	2.044	2.231	2.393	2.460	2.377	2.552
	STOCK COLOCACIONES BRUTAS	MM COP	990.669	1.056.028	1.051.451	1.073.011	1.013.531	1.039.039
	STOCK PROVISIONES	MM COP	-62.941	-76.592	-78.833	-80.174	-77.071	-77.995
	CASTIGO NETO (de recupero)	MM COP	9.573	21.016	39.073	59.087	20.226	37.547
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	627.528	649.497	671.201	697.003	691.111	712.975
	STOCK COLOCACIONES CONSUMO	MM COP	990.669	1.056.028	1.051.451	1.073.011	1.013.531	1.039.039
CMR ARGENTINA (Tarjeta)	DURACION	MESES	7,6	7,4	7,1	6,6	6,6	6,7
	DEUDA PROMEDIO CONSUMO	COP	1.578.685	1.625.917	1.566.522	1.539.464	1.466.524	1.457.329
	STOCK COLOCACIONES BRUTAS	MM ARG	1.020,1	1.053,7	1.050,4	1.207,9	1.275,9	1.397,0
	STOCK PROVISIONES	MM ARG	-23,71	-28,09	-26,67	-28,98	-31,04	-32,20
	CASTIGO NETO (de recupero)	MM ARG	5,69	12,83	25,13	34,11	10,59	20,14
	CUENTAS ABIERTAS (con saldo)	#	524.596	515.349	504.812	515.785	515.364	519.358
CHILE BANCO	DURACION	MESES	3,4	3,4	3,3	3,3	3,6	3,4
	DEUDA PROMEDIO CONSUMO	ARG	1.945	2.045	2.081	2.342	2.476	2.690
	STOCK COLOCACIONES BRUTAS	MM CLP	976.831	1.022.622	1.049.888	1.078.520	1.102.124	1.121.957
	STOCK PROVISIONES	MM CLP	-31.811	-34.013	-37.558	-42.140	-42.905	-45.745
	CASTIGO NETO (de recupero)	MM CLP	9.984	19.938	30.260	40.671	11.455	19.853

2. Venta a través de tarjeta CMR

Porcentaje de Venta con CMR⁹

	1Q 2012	1S 2012	9M 2012	2012	1Q 2013	1S 2013
Tiendas por Depto. Chile	56,6%	57,5%	57,9%	57,5%	54,3%	55,6%
Mejoramiento del Hogar Chile	31,0%	31,2%	31,6%	32,1%	30,9%	30,8%
Supermercados - Chile	18,8%	19,3%	19,5%	19,7%	16,8%	17,6%
Retail Perú (Saga, Sodimac y Tottus)	44,8%	47,3%	47,0%	47,4%	42,7%	45,5%
Retail Argentina (Falabella y Sodimac)	38,6%	36,8%	35,7%	35,2%	36,6%	35,0%
Retail Colombia (Falabella y Sodimac)	25,1%	26,1%	25,5%	26,0%	23,7%	23,9%

⁷ 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.

⁸ Desde el primer trimestre del 2013, se reemplaza el indicador de plazo promedio por la duración, que se calcula en meses según la duración de Macaulay, suponiendo vencimiento revolving de 30 días.

⁹ 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

El resultado operacional de tiendas por departamento en Chile, logró un crecimiento de 1,1% en el período, en línea con lo observado en los últimos trimestres. Esto se debió al crecimiento que mostraron los ingresos, por la mayor superficie de ventas junto con positivos SSS, observándose un quiebre de tendencia en comparación a los trimestres anteriores, ya que una mayor disponibilidad de inventario nos permitió acompañar el positivo desempeño del consumo en el país junto con el importante crecimiento que mostró nuestra división de venta a distancia. Los mayores ingresos se vieron en parte compensados por un incremento en los gastos de administración y ventas, principalmente por un mayor gasto en remuneraciones en línea con los incrementos salariales observados en el país.

Por su parte, el área de mejoramiento del hogar mostró una caída en su resultado operativo, siendo un 6,7% menor en comparación al mismo período del 2012, explicado por los mayores gastos de administración y ventas que contrarrestaron los mayores ingresos y la expansión en el margen bruto obtenido en el período. En línea con lo observado en el trimestre anterior, los mayores gastos se deben principalmente por un incremento en los gastos logísticos, por mayor costo de los fletes y arriendo adicionales de bodegas; además mayor gasto en remuneración. Por su parte, el mayor margen bruto obtenido en el trimestre se debió a una mayor participación del segmento minorista en nuestras ventas totales, junto con acciones comerciales en marcas propias y un mayor nivel de importaciones.

En el caso de Tottus, el EBITDA logró una expansión 2,3% en el segundo trimestre, mientras que en el acumulado el crecimiento fue de 31,8%. Cabe destacar los mayores ingresos del período, como resultado en parte por contar con una mayor superficie de venta, junto con el incremento en venta por metro cuadrado logrado en los últimos trimestres. Por su parte, durante el trimestre también se observó expansión en el margen bruto debido a mejores condiciones comerciales por un mayor volumen junto con el crecimiento en las marcas propias. El resultado operativo mostró una caída del 83,5%, explicado en gran parte por mayores gastos de depreciación y amortizaciones, principalmente por la apertura de tiendas en los últimos doce meses, que implican, por un lado, un mayor monto de depreciación por los nuevos equipamientos e instalaciones que comienzan a depreciarse, y en general un mayor gasto de administración y ventas.

Por su parte, CMR Chile mostró un incremento de 49,7% en el resultado operacional del segundo trimestre, por un mayor margen bruto obtenido en el período, que logró compensar la caída en los ingresos junto con los mayores gastos. Un menor costo de fondeo junto con reversión en las provisiones, al contar con un menor nivel de riesgo en comparación con el mismo trimestre del año 2012, explicaron el incremento de 17,5 puntos porcentuales en el margen bruto. En el caso de los ingresos, se debe a menores ingresos por intereses, por un menor nivel de colocaciones en los últimos 6 meses.

Por último, en el segundo trimestre del 2013, el resultado operacional de Plaza S.A. aumentó en un 16,0% en comparación con el mismo trimestre del año anterior, por mayores ingresos en el período, que compensaron la caída en margen bruto y un mayor nivel de gastos. La entrada en operación de 3 nuevos centros comerciales en los últimos doce meses implica un menor margen bruto por un mayor costo de depreciación, además de mayores gastos por tener un menor nivel de eficiencia en comparación a los centros comerciales ya maduros.



RESULTADOS 2do Trimestre 2013 SACS FALABELLA

Resultados Operacionales 2Q 2013 (MMUS\$)

MMUS\$ y % Ingresos	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	2Q '12	2Q '13	Var %	2Q '12	2Q '13	Var %	2Q '12	2Q '13	Var %
Ingresos	507,3	553,0	9,0%	775,4	845,3	9,0%	215,6	251,0	16,4%
Margen Bruto	30,2%	30,1%	8,9%	27,8%	28,7%	12,7%	23,5%	24,7%	22,3%
Gastos s/ Depreciación	-23,8%	-24,0%	9,8%	-19,2%	-20,9%	19,0%	-20,0%	-21,6%	25,8%
EBITDA	6,3%	6,2%	5,8%	8,6%	7,8%	-1,4%	3,4%	3,0%	2,3%
Resultado Operacional	5,0%	4,7%	1,1%	7,0%	6,0%	-6,7%	0,6%	0,1%	-83,5%

MMUS\$ y % Ingresos	Promotora CMR			Plaza S.A.		
	2Q '12	2Q '13	Var %	2Q '12	2Q '13	Var %
Ingresos	149,5	142,7	-4,6%	77,9	95,0	21,9%
Margen Bruto	36,5%	54,0%	41,1%	84,6%	83,0%	19,6%
Gastos s/ Depreciación	-8,7%	-10,3%	13,6%	-9,3%	-11,3%	48,2%
EBITDA	27,8%	43,7%	49,7%	85,7%	81,4%	15,7%
Resultado Operacional	27,8%	43,7%	49,7%	75,3%	71,6%	16,0%

Resultados Operacionales 1S 2013 (MMUS\$)

MMUS\$ y % Ingresos	Tiendas por Departamento			Mejoramiento del Hogar			Supermercados		
	1S 2012	1S 2013	Var %	1S 2012	1S 2013	Var %	1S 2012	1S 2013	Var %
Ingresos	988,6	1.049,6	6,2%	1.575,0	1.704,0	8,2%	422,4	491,6	16,4%
Margen Bruto	27,8%	29,7%	13,3%	27,6%	29,2%	14,1%	23,7%	24,4%	19,7%
Gastos s/ Depreciación	-23,7%	-24,6%	9,9%	-18,5%	-20,7%	21,1%	-20,7%	-21,0%	18,0%
EBITDA	4,1%	5,1%	32,4%	9,1%	8,4%	-0,1%	2,9%	3,3%	31,8%
Resultado Operacional	2,8%	3,6%	37,7%	7,6%	6,8%	-3,4%	0,1%	0,4%	369,0%

MMUS\$ y % Ingresos	Promotora CMR			Plaza S.A.		
	1S 2012	1S 2013	Var %	1S 2012	1S 2013	Var %
Ingresos	300,5	288,1	-4,1%	150,2	181,3	20,7%
Margen Bruto	37,2%	50,6%	30,5%	84,1%	82,1%	17,7%
Gastos s/ Depreciación	-21,3%	-9,6%	-56,8%	-10,1%	-11,4%	36,6%
EBITDA	15,8%	41,0%	148,1%	84,8%	81,2%	15,5%
Resultado Operacional	15,8%	41,0%	148,1%	74,1%	70,7%	15,2%



RESULTADOS 2do Trimestre 2013 SACI FALABELLA

2. Operaciones Internacionales

El resultado operacional de nuestras operaciones en Perú creció un 11,4% durante el segundo trimestre, por un mayor nivel de ingresos junto con la expansión del margen bruto, que lograron compensar el incremento en los gastos de administración y ventas. Los mayores ingresos se observaron en todos los negocios, por mayores superficies de venta y positivos SSS en el caso de las operaciones de *retail*, mientras que en el caso del Banco Falabella, se explica por la expansión en la cartera de colocaciones en los últimos trimestres. Por su parte, el crecimiento en el margen bruto se debe al mejor desempeño logrado en Tottus y en Saga Falabella, en este último caso, por menores ventas promocionales, ya que en el año 2012, un invierno más suave intensificó las liquidaciones en el segundo trimestre. El aumento en los gastos de administración y venta se explican en parte por la entrada en operación de tiendas nuevas, además de mayores gastos en arriendo en el caso de Tottus, por arriendo de bodegas para su operación logística.

En el caso de nuestras operaciones en Argentina, el resultado operacional resultó un 9,1% mayor en el segundo trimestre en comparación a igual período del 2012, principalmente por los mayores ingresos y ganancia bruta obtenida en el período que logran compensar la presión que se observa en los gastos de administración y ventas producto de la alta inflación. Cabe destacar el aumento en margen bruto obtenido por Falabella y Sodimac en el trimestre, principalmente por mayor disponibilidad en el surtido de productos.

Por último, el resultado operacional de Colombia creció un 46,0% en el período, destacándose la mejora en margen bruto obtenido principalmente por el Banco Falabella, por un menor costo de fondeo. Por su parte, los mayores gastos de administración y ventas se explican, en el caso de Falabella, por el menor crecimiento en ventas dada la desaceleración que se observa en el país, obteniendo una menor dilución de los gastos fijos, junto con las tiendas nuevas incorporadas en los últimos doce meses. En el caso del Banco se explica por el incremento en el número de sucursales junto con un mayor gasto por el programa de Fidelización.

Resultados operacionales 2Q 2013 (MMUS\$)¹⁰

MMUS\$ y % Ingresos	Perú			Argentina			Colombia		
	2Q '12	2Q '13	Var %	2Q '12	2Q '13	Var %	2Q '12	2Q '13	Var %
Ingresos	589,6	659,7	11,9%	210,9	239,1	13,4%	176,8	191,5	8,3%
Margen Bruto	31,1%	31,7%	14,1%	41,7%	41,8%	13,8%	33,8%	37,4%	19,8%
Gastos s/ Depreciación	-20,0%	-20,8%	16,1%	-35,0%	-35,6%	15,2%	-28,1%	-30,5%	17,7%
EBITDA	11,1%	10,9%	10,3%	6,7%	6,3%	6,6%	5,7%	6,9%	30,5%
Resultado Operacional	8,5%	8,4%	11,4%	5,1%	4,9%	9,1%	2,9%	3,9%	46,0%

¹⁰ Resultados Operacionales incluyen negocios que desarrollan giro Bancario en Perú y Colombia y negocio de crédito en Argentina.



RESULTADOS 2do Trimestre 2013 **SACI FALABELLA**

Resultados operacionales 1S 2013 (MMUS\$)¹¹

MMUS\$ y % Ingresos	Perú			Argentina			Colombia		
	1S 2012	1S 2013	Var %	1S 2012	1S 2013	Var %	1S 2012	1S 2013	Var %
Ingresos	1.116,9	1.255,8	12,4%	398,0	439,7	10,5%	327,0	361,9	10,6%
Margen Bruto	29,9%	30,8%	15,6%	39,2%	40,1%	12,9%	34,4%	36,7%	18,2%
Gastos s/ Depreciación	-19,6%	-20,6%	18,1%	-34,9%	-35,9%	13,4%	-28,3%	-30,3%	18,4%
EBITDA	10,3%	10,2%	10,7%	4,2%	4,2%	9,1%	6,1%	6,4%	17,2%
Resultado Operacional	7,6%	7,6%	12,0%	2,6%	2,7%	16,1%	3,2%	3,2%	10,1%

¹¹ Resultados Operacionales incluyen negocios que desarrollan giro Bancario en Perú y Colombia y negocio de crédito en Argentina.

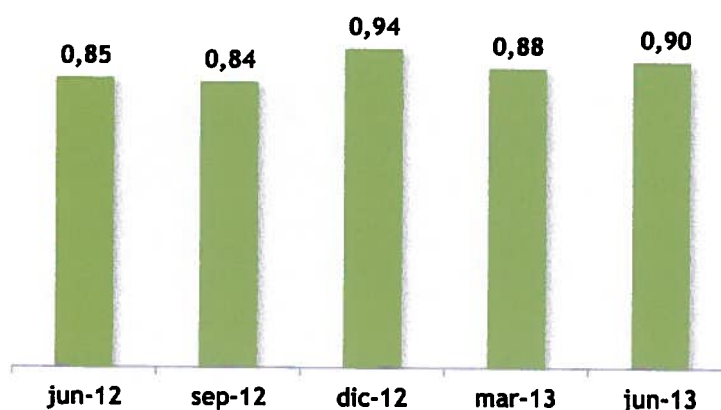


VII. Estructura Financiera

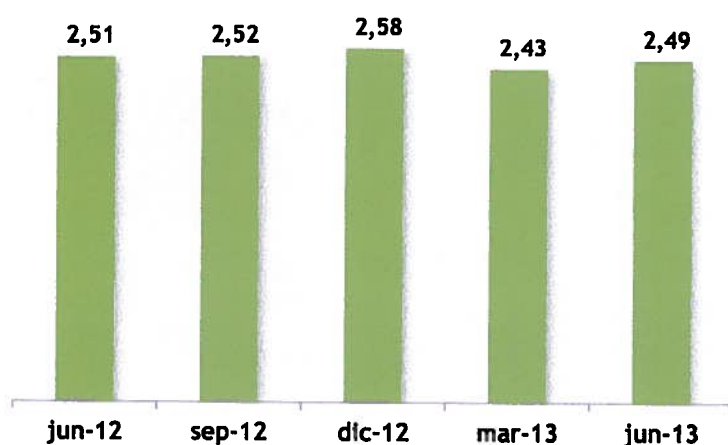
El Total Pasivos al 30 de junio de 2013 alcanzó \$5.347.072 millones (MMUS\$10.543). Este nivel de pasivos implica un Leverage¹² de 1,47 veces.

Por su parte, el Leverage de los Negocios no Bancarios¹³ asciende a 0,90. Considerando la deuda financiera¹⁴ de los negocios no bancarios, el ratio Deuda Financiera Neta / EBITDA asciende a 2,49.

Leverage Negocios No Bancarios



Deuda Financiera Neta / EBITDA Negocios No Bancarios



¹² Leverage Consolidado = Pasivos totales consolidado dividido en Patrimonio total consolidado.

¹³ Leverage Negocios No Bancarios = Pasivos totales negocios no bancarios dividido en Patrimonio total consolidado.

¹⁴ Deuda Financiera Negocios No Bancarios = Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros, no corrientes.


RESULTADOS 2do Trimestre 2013 SACI FALABELLA
VIII.Estados Financieros S.A.C.I. Falabella – IFRS

	01-01-13 30-06-13	01-01-12 30-06-12
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES	M\$	M\$
GANANCIA (PÉRDIDA) DE OPERACIONES		
Ingresos Ordinarios	2.846.667.180	2.601.212.235
Costos de Ventas (menos)	(1.888.040.335)	(1.764.610.438)
MARGEN BRUTO	958.626.845	836.601.797
Gastos de Administración y Ventas (menos)	(669.924.103)	(595.997.164)
Ingresos Financieros	7.235.634	4.079.055
Participación en Ganancia (Pérdida) de Asociadas	7.984.060	10.538.731
Otras ganancias (pérdidas)	(2.073.050)	602.328
Gastos Financieros (menos)	(46.684.626)	(51.999.798)
Diferencia de Cambio	(5.839.666)	(486.290)
OTROS RESULTADOS	(709.301.751)	(683.363.138)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO RENTA	249.325.094	203.338.659
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	(52.059.557)	(35.128.724)
UTILIDAD (PERDIDA) DE ACTIVIDADES CONTINUAS	197.265.537	168.209.935
UTILIDAD (PERDIDA) DE NEGOCIOS NO BANCARIOS	197.265.537	168.209.935
RESULTADOS SERVICIOS BANCARIOS		
Ingresos por intereses y reajustes	171.612.078	157.309.993
Gastos por intereses y reajustes	(52.620.726)	(52.471.934)
Ingreso neto por intereses y reajustes	118.991.352	104.838.059
Ingresos por comisiones	42.716.065	38.935.864
Gastos por comisiones	(10.722.453)	(8.518.486)
Ingreso neto por comisiones	31.993.612	30.417.378
Utilidad neta de operaciones financieras	2.963.105	4.217.506
Utilidad (Pérdida) de cambio neta	4.952.966	745.876
Otros ingresos operacionales	1.102.618	1.335.040
Provisión por riesgo de crédito	(46.868.751)	(48.208.250)
Total ingreso operacional neto	113.134.902	93.345.609
Remuneraciones y gastos del personal	(32.538.143)	(29.006.227)
Gastos de administración	(36.114.224)	(30.586.429)
Depreciaciones y amortizaciones	(5.756.834)	(4.918.120)
Otros gastos operacionales	(4.369.921)	(2.764.430)
Total gastos operacionales	(78.779.122)	(67.275.206)
Resultado operacional	34.355.780	26.070.403
Resultado por inversiones en sociedades	103.308	252.690
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO RENTA	34.459.088	26.323.093
Impuesto a la renta	(9.742.099)	(7.024.996)
UTILIDAD (PERDIDA) DE NEGOCIOS BANCARIOS	24.716.989	19.298.097
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES DE PARTICIPACIONES MINORITARIAS	221.982.526	187.508.032
Participaciones Minoritarias	(22.769.825)	(21.803.497)
UTILIDAD (PÉRDIDA) DEL EJERCICIO	199.212.701	165.704.535



RESULTADOS 2do Trimestre 2013 SACI FALABELLA

	SACI Falabella 30-06-13 M\$	SACI Falabella 31-12-12 M\$
Estado de Situación Financiera Clasificado		
Activos - Negocios no Bancarios		
Activos corrientes		
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	259.271.019	196.947.322
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	1.148.227.397	1.200.280.775
Inventarios	766.546.884	762.392.640
Otros	196.978.894	134.465.881
Activos Corrientes, Total	2.371.024.194	2.294.086.618
Activos no corrientes		
Derechos por cobrar no corrientes	141.242.549	183.963.533
Plusvalía	260.273.967	260.273.967
Propiedades, Planta y Equipo & Propiedades de Inversión	3.378.370.462	3.229.077.356
Otros	368.647.732	371.104.338
Activos No Corrientes, Total	4.148.534.710	4.044.419.194
Total Activos de negocios no bancarios	6.519.558.904	6.338.505.812
Total Activos Servicios Bancarios	2.463.240.863	2.300.713.861
Total Activos	8.982.799.767	8.639.219.673

	SACI Falabella 30-06-13 M\$	SACI Falabella 31-12-12 M\$
Estado de Situación Financiera Clasificado		
Patrimonio Neto y Pasivos		
Negocios no Bancarios		
Pasivos corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	365.586.589	554.711.146
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar y Otros	833.815.518	968.019.194
Pasivos Corrientes, Total	1.199.402.107	1.522.730.340
Pasivos no corrientes		
Otros pasivos financieros, no corrientes	1.778.623.347	1.448.357.171
Otros	292.281.927	283.382.214
Pasivos No Corrientes, Total	2.070.905.274	1.731.739.385
Total pasivos de negocios no bancarios	3.270.307.381	3.254.469.725
Total Pasivos Servicios Bancarios	2.076.764.676	1.910.376.903
Total Pasivos	5.347.072.057	5.164.846.628
Patrimonio total	3.635.727.710	3.474.373.045
Total de Patrimonio y Pasivos	8.982.799.767	8.639.219.673



RESULTADOS 2do Trimestre 2013 **SACI FALABELLA**



www.falabella.com

S.A.C.I. Falabella

Dirección:

Rosas 1665
Santiago, Chile

Contactos:

Lucrecia Fittipaldi / Heide Kalitzky / Catalina Escaffi

Relación con Inversionistas

Teléfono: (56 2) 2380 2012

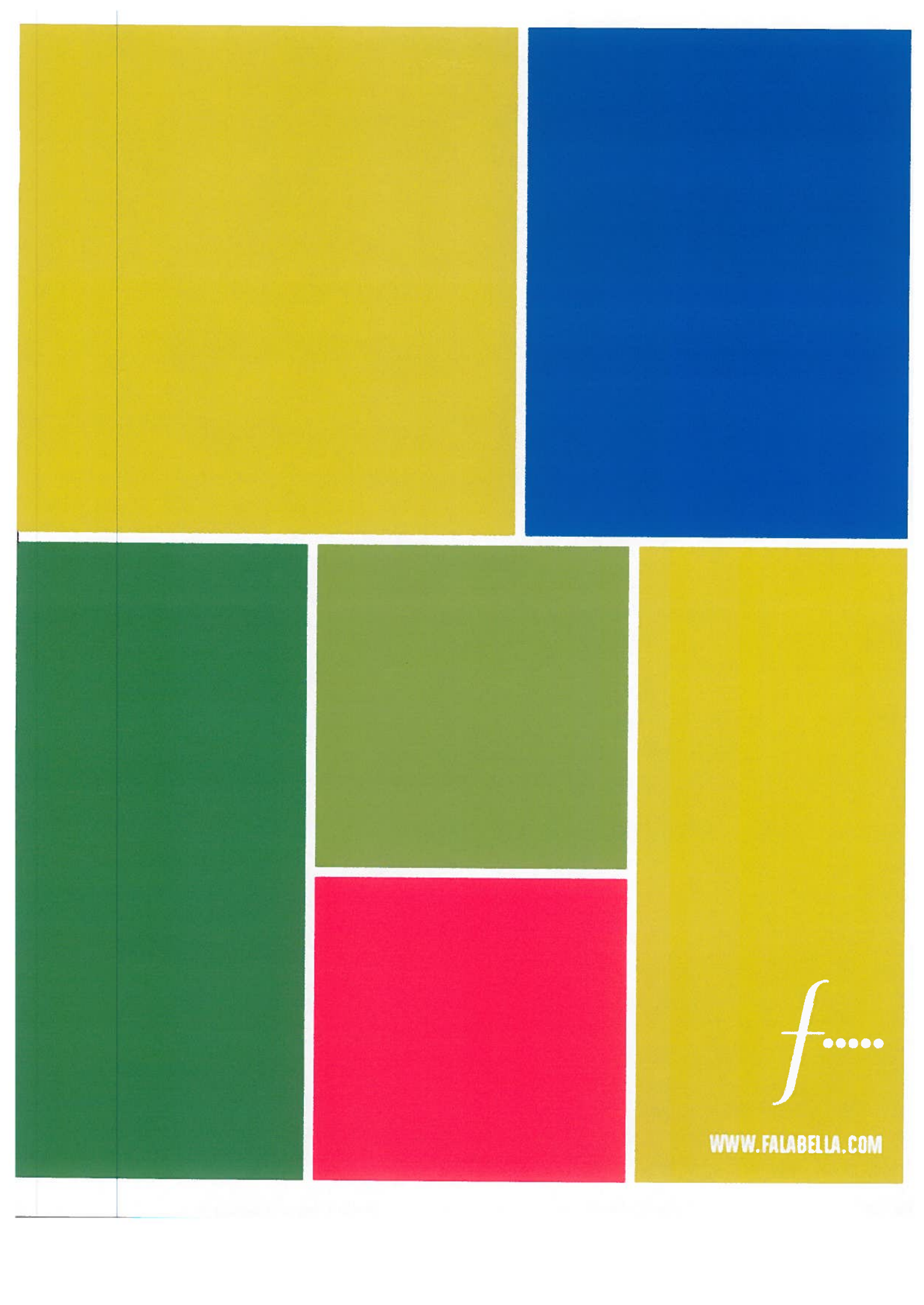
Email: inversionistas@falabella.cl

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....

WWW.FALABELLA.COM