

FUNDAMENTOS DE CLASIFICACION DE RIESGO

Banco Falabella Perú S.A.

Sesión de Comité N° 38/2011: 16 de noviembre del 2011
Información financiera al 30 de setiembre del 2011

Analista: Mónica Vargas R.
mvargas@class.pe

El Banco Falabella Perú S.A. ("Banco Falabella"), surgió a raíz de la transformación a banco, de la operación anterior como empresa financiera de la razón social Financiera CMR, que operó desde 1997. El Banco Falabella forma parte del Grupo Falabella, uno de los conglomerados dedicados al negocio minorista, de mayor reconocimiento en Latinoamérica, que en el Perú abarca canales comerciales, inmobiliarios y de servicios, siendo los principales: las tiendas Saga Falabella, los supermercados Tottus y las tiendas para el hogar Sodimac. A setiembre del 2011, el banco ha registrado 7.72% del total de créditos de consumo del sistema bancario peruano, que corresponden principalmente a colocaciones realizadas a través de su tarjeta de crédito CMR Falabella, siendo ésta una de las tarjetas de mayor circulación a nivel nacional (22.51% del parque total de tarjetas de crédito del sistema bancario).

Clasificaciones Vigentes

Depósitos a corto plazo	CLA-1
Cuarto Programa de Certificados de Depósito Negociables	CLA-1
Primera Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos	AA-
Segunda Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos	AA-
Depósitos a plazo mayores a un año	AA-
Perspectivas	Estables

FUNDAMENTACION

Las categorías de clasificación de riesgo asignadas a los instrumentos emitidos por el Banco Falabella Perú, han sido otorgadas en consideración a:

- Su posición en el negocio de créditos de consumo en el sistema financiero peruano.
- El respaldo del Grupo Falabella, el cual se confirma con el apoyo al fortalecimiento patrimonial de la institución, en el desarrollo de inversiones de manera conjunta con otras empresas comerciales relacionadas al grupo, y en la amplia red de canales de atención y de intermediación, en que se han convertido los locales de todas estas otras empresas.
- La diversificación que se está logrando en cuanto a sus operaciones pasivas, principalmente mediante el crecimiento en la captación de los depósitos captados de personas naturales.
- La adecuación de sus políticas crediticias frente al actual contexto existente en el mercado, aplicando políticas algo menos restrictivas, pero siempre cautelosas respecto a la calidad crediticia de la cartera, que han permitido el aumento de colocaciones en 18.37% al cierre del tercer trimestre del 2011, considerando valores constantes.
- Las características del negocio en que se desenvuelve, lo cual le proporciona una gran capacidad de generación de ingresos, suficiente para cubrir sus gastos operativos y sus necesidades para realizar

provisiones por riesgo de incobrabilidad, permitiendo a la vez obtener adecuados niveles de rentabilidad.

- La estructura tecnológica, administrativa y de control interno con que cuenta la institución.

Indicadores financieros

En miles de nuevos soles constantes de setiembre del 2011

	Dic.2009	Dic.2010	Set.2011
Total Activos (incluye Contig.)	5,125,390	6,355,206	6,904,851
Cartera Directa Bruta	1,173,528	1,416,866	1,677,203
Créditos Contingentes	3,747,039	4,550,153	4,891,033
Inv. financieras	10,604	10,323	29,866
Pasivos exigibles	4,766,762	5,931,600	6,463,294
Patrimonio	344,638	405,669	422,261
Resultado Operac. Bruto	459,185	483,466	379,121
Gastos de apoyo y deprec.	(199,557)	(225,001)	(195,224)
Provisiones por colocac.	(126,536)	(100,976)	(93,005)
Utilidad neta	91,114	118,541	80,467
Morosidad básica / Coloc. Brutas	3.73%	3.13%	2.56%
Morosidad Global /Coloc. Brutas	9.29%	6.13%	5.19%
Deficit Global vs.Patrimonio	3.62%	-2.77%	-6.39%
Tolerancia pérdidas (sin conting.)	26.31%	22.59%	23.20%
Apalancamiento Global	7.32	6.15	6.71
Ratio de Capital Global*	13.66%	16.26%	14.90%
Liquidez a corto plazo/Pasivos	0.61	0.55	1.57
Posición cambiaria	-0.01	-0.02	0.00
Resul. operac. neto/Activos prod.	24.15%	22.20%	17.10%
Gastos de apoyo/Act.prod.(sin contg)	18.56%	19.33%	18.15%
N° de sucursales	40	43	48
N° de empleados	1,391	1,738	1,822

Para efectos comparativos, las cifras han sido ajustadas a valores constantes de setiembre del 2011.

* Ratio de Capital Global de acuerdo a los requerimientos de Basilea II (D.L. 1028).

Las categorías de clasificación de riesgo asignadas también se ven afectadas por factores adversos, como:

- El riesgo permanente relacionado con la situación de enfrentar dificultades de pago por parte de sus clientes, principalmente en el segmento de banca de consumo.
- La elevada concentración de sus operaciones en el negocio de tarjeta de crédito.
- La exposición que enfrenta su cartera crediticia respecto al sobreendeudamiento de sus clientes.
- La agresiva competencia existente en el sector de banca de consumo, generada por el diverso número de actores participantes en el mercado.

La cartera de colocaciones del Banco Falabella aumentó al cierre del tercer trimestre del 2011, no solo por encontrarse inmerso en un escenario de crecimiento económico, sino por la adecuación de sus políticas crediticias, que siendo menos restrictivas en el otorgamiento de créditos respecto a periodos anteriores, han simultáneamente buscado evitar el deterioro de la calidad crediticia de la cartera, sentando las bases para fortalecer el crecimiento proyectado para los siguientes años.

El ratio de morosidad del Banco Falabella fue de 2.56%, que resulta inferior al registrado al cierre del 2010 (3.13%). Ello se refleja en la estructura de la calificación crediticia de su cartera, con un porcentaje de clientes calificados en categoría Normal de 87.75% del total de activos y créditos contingentes, el de clientes en categoría CPP de 4.04%, y la cartera pesada de 8.21%, frente a 87.56%, 3.55% y 8.89%, que registraba a diciembre del 2010, respectivamente.

El Grupo Falabella ha reanudado el desarrollo de sus proyectos de inversión, luego de un periodo de baja actividad, con la construcción de nuevos centros comerciales y locales para las empresas del grupo, lo cual brinda la posibilidad de ampliar los canales de atención del banco, e incrementar el nivel de intermediación de su tarjeta.

La tarjeta de crédito CMR Falabella es el principal producto de la institución, pero se están impulsando a la vez nuevos productos, así como la posibilidad de utilizar la tarjeta en más establecimientos, incluyendo su afiliación incremental a la red Visa.

La desconcentración de sus operaciones también se aprecia en la estructura pasiva, con una cada vez mayor participación de depósitos de personas naturales, los que además del positivo incremento en cuanto a dispersión, permiten mejor calce de plazos, menor riesgo de retiros masivos, y menor costo financiero.

Los ingresos financieros generados principalmente a partir de la cartera de créditos, sumado a los ingresos por servicios financieros, los cuales vienen alcanzando mayor participación relativa, presentan un crecimiento continuo y son suficientes para cubrir sus gastos financieros, sus gastos operativos y las demás necesidades de recursos, aún cuando estos son crecientes en la medida en que el mayor nivel de operaciones de la institución lo requiere.

La utilidad neta ha disminuido a S/. 80.47 millones en el periodo enero-setiembre del 2011, en comparación con la obtenida en el mismo periodo del ejercicio anterior, que fue de S/. 90.74 millones (-11.32% a valores constantes), y a pesar de que los niveles de rentabilidad del Banco Falabella han disminuido ligeramente, manteniéndose entre los más elevados del sistema financiero nacional.

PERSPECTIVAS

Las perspectivas del Banco Falabella Perú son estables, basadas en su capacidad de generación de ingresos, en su eficiencia operativa y en el nivel de rentabilidad ofrecido, quedando pendiente mejorar la calidad de su cartera crediticia, con ratios de morosidad y con una estructura de calificación crediticia que se acerque más a lo registrado por la industria bancaria nacional en promedio.

Como consecuencia de la revisión de las políticas y de la estructura de negocios, aplicada por la institución en los últimos ejercicios para adecuarse a la situación económica, el banco ha retomado crecimiento y un mayor ritmo de colocaciones, al cierre del tercer trimestre del 2011.

Esto se debe sostener con la expansión de los negocios del Grupo Falabella en el Perú y con mayor diversificación de los productos que se está promoviendo, así como por los efectos positivos generados por la actual situación económica nacional, que deben fomentar el crecimiento de la demanda, principalmente en lo que corresponde a los créditos de consumo.

1. Descripción de la Empresa.

El Banco Falabella inició sus actividades el 5 de agosto del 2007, como resultado de la conversión en empresa bancaria de la entidad que entonces operaba como empresa financiera, Financiera CMR S.A.

Financiera CMR S.A. inició operaciones en el Perú en enero de 1997, cuando adquirió la cartera de créditos otorgados a clientes de Saga Falabella S.A.

El Banco Falabella se dedica al otorgamiento de créditos de consumo, principalmente a través de tarjeta de crédito, y se ha convertido en el canal financiero del Grupo Falabella en el Perú, cuyos principales negocios comerciales son las tiendas por departamentos Saga Falabella S.A., los Hipermercados Tottus y las tiendas para mejoramiento del hogar Sodimac.

a. Propiedad

El Banco Falabella forma parte del conglomerado que comprende Falabella Perú S.A.A. y Subsidiarias, que es administrado a través de la empresa *holding* Falabella Perú S.A.A., que posee actualmente 98.55% del capital social del Banco.

<u>Accionistas</u>	<u>%</u>
Falabella Perú S.A.A.	98.55
Otros	1.45
Total	100.00

El capital social del Banco Falabella a setiembre del 2011 está representado por 220'000,000 acciones comunes, cada una de ellas de un valor nominal de S/. 1.00. Este incluye la última capitalización de utilidades acumuladas realizada en junio del 2011, ascendente a S/. 20 millones.

Falabella Perú S.A.A. es la empresa *holding* del Grupo Falabella en el Perú, y está dedicada a realizar inversiones en valores de renta fija o variable, así como en bienes muebles e inmuebles en el país. Este *holding* tiene una participación directa y/o indirecta mayor a 95% en todas las empresas vinculadas al Grupo. Esto determina una estrecha vinculación en el planeamiento y en el desarrollo de los objetivos estratégicos del Banco Falabella y de todas las demás empresas del Grupo, lo cual se refleja en: (i) las operaciones comerciales del banco y de las empresas vinculadas, principalmente, Saga Falabella, Tottus y Sodimac; (ii) el desarrollo de centros comerciales, en donde los principales operadores son las empresas del grupo, a través de los cuales se está dando la expansión de agencias del banco; y, (iii) el acceso a una base de clientes comunes, incluyendo el lanzamiento de nuevos productos adecuados a sus necesidades y sus objetivos.

b. Supervisión Consolidada de Conglomerados Financieros y Mixtos

Falabella Perú S.A.A. consolida la información financiera de las empresas del Grupo Falabella que operan en el Perú, contando actualmente como sus subsidiarias a las siguientes empresas:

Empresa	Actividad	% Participación	
		Directa	Indirecta
Banco Falabella Perú SA	Banco	98.55	
Saga Falabella SA	Comercial	94.50	
Hipermercado Tottus SA	Comercial	99.99	0.01
Sodimac Perú SA	Comercial	99.99	0.01
Malls Perú SA	Inmobiliaria	99.99	
Corr. de Seg.Falabella SAC	Corr. de Seguros	99.99	
Falabella Serv. Generales SAC	Serv. Asesoría	0.10	99.90
Serv. Informáticos Falabella SA	Serv. Informáticos	0.01	99.99
Falacuatro SAC	Inmobiliaria	0.08	99.92
Viajes Falabella SAC	Agencia de Viajes	0.01	99.99
Logística y Distribución SAC	Act. Inmobiliaria	0.01	99.99
Inmobiliaria Kainos SAC	Act. Inmobiliaria	0.01	99.99
Inv. Corporativas Beta SA	Act. Inmobiliaria		99.99
Inv. Corporativas Gamma SA	Act. Inmobiliaria		99.90

También pertenece al Grupo Falabella Perú (aunque con propiedad directa minoritaria), Aventura Plaza S.A., empresa creada en asociación con Falabella Perú, Malls Plaza y Tiendas por Departamentos Ripley, que se dedica a desarrollar y operar los centros comerciales Aventura Plaza. El Banco Falabella tiene participación accionaria en Servicios Informáticos Falabella S.A. (99.99%), empresa dedicada a brindar soporte informático a las empresas del Grupo; en Servicios Bancarios Compartidos S.A. – Unibanca (20.19%), empresa encargada de administrar cajeros automáticos y medios de pago electrónicos de la red Unicard; en la Cámara de Compensación Electrónica (4.87%); y en Contac Center Falabella S.A.C. (99.99%), empresa constituida en setiembre del 2011, que se dedica al servicio de centro de contacto (call center) para las empresas relacionadas. No se realiza la consolidación de la información financiera con Servicios Informáticos Falabella S.A., por cuanto ésta es valorizada de acuerdo al método de participación patrimonial.

c. Grupo Falabella

El Grupo Falabella es uno de los holdings dedicados al comercio minorista más importante de Latinoamérica, actualmente con presencia en Chile, Perú, Argentina y Colombia, en donde desarrolla formatos de tiendas por departamentos, de supermercados, de tiendas para el mejoramiento del hogar, así como, de entidades financieras y de empresas inmobiliarias. El grupo tiene otras inversiones menores, como son Viajes Falabella y Seguros Falabella, que permite ampliar la gama de servicios ofrecidos a sus clientes.

Tiendas y locales del Grupo Falabella (setiembre del 2011)				
	Chile	Perú	Argentina	Colombia
Tiendas por departamento	40	17	11	11
Tiendas Mejoramiento del Hogar	67	17	6	22
Supermercados	32	27	-	-
Mall Plaza (Aventura Plaza)	11	3	-	-
Power Center (Open Plaza)	6	7	-	-
Cuentas activas CMR	2,300 mil	1,000 mil	612 mil	772 mil
Colaboradores	Mas 48 mil	Mas 19 mil	Mas 5 mil	Mas 8 mil

En Chile, el Grupo Falabella opera los siguientes negocios:

- Tiendas por departamento: 36 tiendas Falabella y 4 tiendas menores Expo;
- Supermercados: Supermercados San Francisco y Tottus, con 32 locales;
- Tiendas para el mejoramiento del hogar: 58 tiendas de la cadena Homecenter Sodimac y 9 de la cadena Imperial;
- Negocio Financiero: Promotora CMR Falabella S.A. que opera 2.3 millones de tarjetas CMR activas, y el Banco Falabella;
- Negocio Inmobiliario: Malls Plaza S.A, la mayor cadena de Malls de Chile, con 11 centros comerciales operados con el nombre comercial "Mall Plaza"; y 6 Power Center.

Además, el Grupo Falabella participa en inversiones en el área industrial de fabricación de vestuario masculino y femenino.

A Colombia ingresó en octubre del 2003 como resultado de la asociación con el Grupo Corona, operador de Sodimac S.A., una empresa líder en la industria de materiales y productos para el hogar. Actualmente, las operaciones del Grupo Falabella en Colombia se efectúan a través de:

- 11 tiendas por departamento Saga Falabella, 5 de las cuales corresponden a los locales de la cadena "Casa Estrella".
- Tiendas para el mejoramiento del hogar, a través de 22 locales operados con tiendas de la cadena Homecenter Sodimac y de la cadena Imperial;
- Negocio Financiero: Banco Falabella, que inició oficialmente operaciones como banco comercial desde julio del presente año. Anteriormente, la institución operaba como financiera "CMR Colombia".

En octubre del 2010, Mall Plaza Colombia S.A.S., filial de Plaza S.A., acordó con el Sr. Juan Manuel Canales Espinoza desarrollar un centro comercial en la ciudad de Cartagena de Indias, a través de la sociedad Centro Comercial El Castillo Cartagena S.A.S., en donde Mall Plaza Colombia S.A.S contará con una participación del 70%. El monto de inversión estimado es de US\$ 75 millones, teniendo previsto iniciar sus operaciones para fines del presente año.

Las operaciones del grupo en Argentina se desarrollan mediante:

- Tiendas por departamento: 11 tiendas Falabella;

- Tiendas para el mejoramiento del hogar: 6 tiendas Sodimac;

- Negocio Financiero: CMR Falabella, que opera 612 mil cuentas activas.

En el Perú, el Grupo Falabella opera en servicios financieros, en tiendas por departamento, en supermercados, en tiendas para el mejoramiento del hogar y en desarrollo inmobiliario, manteniendo una sólida presencia en los negocios en que participa, la cual se está fortaleciendo con el importante proceso de expansión de las cadenas y con el desarrollo de centros comerciales, tanto en Lima, como en provincias.

En la actualidad, el Grupo cuenta en el Perú con:

- 17 tiendas por departamento Saga Falabella, de las cuales 9 se ubican en Lima y 8 locales en provincias [Piura (2), Trujillo, Chiclayo, Arequipa (2), Ica y Cajamarca];
- 27 tiendas de Hipermercados Tottus, 19 ubicados en la ciudad de Lima y 8 tiendas en provincias [Chiclayo (2), Trujillo (2), Ica, Arequipa (2) y Piura];
- 17 tiendas para el mejoramiento del hogar Sodimac, de los cuales 9 se ubican en Lima (incluye la reciente tienda inaugurada en el Jockey Plaza), y 8 de ellas ubicadas en provincias [Chiclayo, Trujillo (2), Ica (2), Piura, Arequipa y Chinchá]. En las temporadas de verano, opera una tienda de menor tamaño en el balneario de Asia (Sur de Lima).
- 3 Malls Aventura Plaza y 7 Power Center Open Plaza.

El Grupo Falabella tiene un importante plan de expansión de sus operaciones para el mediano plazo, con una inversión prevista de US\$ 3,511 millones para el periodo 2011-2015, lo cual implicará la apertura de 215 nuevas tiendas y 16 centros comerciales en los próximos 5 años.

En el Perú se han inaugurado en el presente ejercicio, una tienda por departamento Saga Falabella en Cajamarca, una tienda para el mejoramiento del hogar Sodimac en Lima, y cinco Hipermercados Tottus ubicados en Lima (3), Chinchá y Chiclayo.

d. Estructura administrativa y rotación del personal

Las operaciones del Banco Falabella y de las empresas comerciales del grupo en el Perú se enmarcan dentro de los lineamientos generales establecidos para el Grupo Falabella, que incluyen las operaciones en los cuatro países en donde opera.

Localmente, se han definido esquemas de asociación en participación entre las empresas del grupo que permitan aprovechar las sinergias que se presentan. Esto determina la participación de accionistas en la gestión del Banco –y también de las otras empresas del grupo–, ya sea en el papel de miembro del Directorio o como miembros de los diversos Comités establecidos para: la formulación del

planeamiento estratégico a nivel de grupo económico, que fija objetivos comunes para las distintas empresas vinculadas; la convergencia de los mecanismos de control interno y de los sistemas informáticos; entre otros aspectos. Adicionalmente, cada negocio tiene una gestión independiente, con estrategias también propias, que buscan el desarrollo individual de cada empresa.

Directorio	
Presidente:	Juan Benavides Felio
Vicepresidente:	Carlo Solari Donaggio
Directores:	Alonso Rey Bustamante Juan Xavier Roca Mendenhall Rafael Rizo Patrón Basurco Gonzalo Somoza García
Directores Suplentes:	Gastón Bottazzini
Administración	
Gerente General:	Bruno Funcke Ciriani
Gerente Comercial:	Gerardo Echeopar Koechlin
Gerente de Operaciones:	Elsa Huarcaya Pro
Gerente de Administración y Finanzas:	Jaime Valdez Cueva
Gerente de Riesgos:	Pilar Gold Sánchez-Málaga
Gerente de Marketing y Desarrollo:	Felipe Venturo Denegri
Gerente de Sistemas:	Rubén Dueñas Saona
Gerente de Gestión Humana:	Claudia Calanna Becerra
Auditor General:	Sara Ramírez Alva

El Directorio del Banco Falabella está conformado por cinco miembros, dos de los cuales son directores independientes y los tres restantes son directores relacionados, generalmente ejecutivos de primer nivel del Grupo Falabella. La conformación actual del Directorio del Banco fue aprobada en Junta Universal de Accionistas del 31 de marzo del 2011, la cual no presenta variaciones respecto al periodo anterior. La institución muestra estabilidad entre los principales ejecutivos de la plana gerencial, así como de los miembros del Directorio, aunque se han observado algunos cambios en los últimos periodos, tales como; (i) la renuncia del Sr. Rafael Rizo Patrón Basurco al cargo de Gerente General del Banco, designándose en su reemplazo al Sr. Bruno Funcke Ciriani, desde el 01 de febrero del 2011, habiendo sido este hasta agosto del 2009, Gerente de Finanzas Corporativo del Grupo Falabella en el Perú; (ii) la designación de la Sra. Claudia Calanna Becerra como Gerente de Gestión Humana desde el 01 de agosto del 2011; y (iii) la designación del Sr. Rubén Dueñas Saona como Gerente de Sistemas a partir del 01 de agosto del 2011; cabe resaltar que el Sr. Dueñas asumió el cargo interinamente desde el segundo semestre del 2010, en reemplazo del Sr. Marco Temoche Serna.

2. Negocios

El Banco Falabella Perú es un importante actor en la banca de consumo nacional, con colocaciones directas en este negocio (créditos de consumo) que representan a setiembre del 2011, 7.72% del total del sistema bancario nacional.

Su principal producto es la tarjeta de crédito CMR Falabella, que incluye, tanto compras con la tarjeta, como créditos por disposición de efectivo, de acuerdo a líneas de crédito asignadas. La tarjeta CMR Falabella es una de las tarjetas de mayor emisión en el sistema financiero peruano, contando a setiembre del 2011 con cerca de 1.22 millones de tarjetahabientes activos (22.51% del parque total de tarjetas de crédito del sistema bancario).

La tarjeta CMR es utilizada para la compra de bienes y servicios en los establecimientos de empresas del Grupo Falabella (Saga Falabella, Sodimac, Tottus, Viajes Falabella), y en más de 20 mil establecimientos comerciales afiliados a la red Procesos MC Perú. Desde comienzos del 2010, se ha iniciado un proceso de migración de un segmento de clientes de tarjetas CMR, a tarjetas CMR Visa, la cual les otorga los mismos beneficios, pero que al estar afiliadas a una red internacional, tienen mayor flexibilidad, y por otro lado, permite diversificar las colocaciones del banco. Esto último, también se busca mediante la colocación de créditos en efectivo, principalmente con los productos Supercash, Consolidación de Deuda y Rapicash (avances en efectivo).

La oferta de productos pasivos del Banco también está relacionada a la banca de consumo, es decir, la captación de depósitos bajo las modalidades de ahorro, ahorro programado, depósitos a plazo y depósitos de CTS, a los que está vinculada la tarjeta de débito afiliada a la red Visa. El Banco ha ingresado a la Cámara de Compensación Electrónica, con lo cual puede ofrecer depósitos a la vista con emisión de cheques y recibir cheques en depósito en las cuentas de ahorro.

Con estos productos se está logrando mayor diversificación en las fuentes de fondeo de la institución, con una participación cada vez más importante de los depósitos provenientes de una base de más de 411 mil personas naturales, los que han llegado a representar a setiembre del 2011, 49.9% de los depósitos totales del banco (41.1% al cierre del 2010 y 35.8% al cierre del 2009).

La captación de depósitos de personas jurídicas corresponde principalmente a depósitos de instituciones financieras nacionales y a la participación de la institución en las subastas de depósitos a plazo con fondos de inversionistas institucionales.

El Banco Falabella atiende a sus clientes a través de una amplia red de canales de atención, como son: (i) los centros financieros distribuidos en tres formatos: (a) agencias ubicadas en los locales comerciales Saga Falabella, Tottus y Sodimac, (b) las agencias en los centros comerciales desarrollados por el grupo, y (c) las agencias independientes que operan en locales separados; (ii) la red de cajeros automáticos Red F, conformada por ATM ubicados en los

locales del grupo; (iii) la red de cajeros a los que está afiliada la tarjeta CMR, Unibanca, GlobalNet, BCP y BBVA Banco Continental; y (iv) los puntos de pago ubicados en las tiendas Saga Falabella, Hipermercados Tottus y Tiendas Sodimac, correspondientes a las cajas de estos locales. La institución cuenta con una página web a través de la cual los clientes pueden hacer consultas sobre sus cuentas y conocer los productos que ofrece el Banco. Durante el primer semestre del 2011, entró en operación el servicio de "homebanking" del banco. Además, cuenta con módulos de consulta en las tiendas del grupo, los cuales han sido repotenciados para ofrecer información cada vez más completa al cliente.

3. Instrumentos Financieros

El Banco Falabella participa en el mercado de capitales emitiendo Certificados de Depósitos, Bonos de Titulización y recientemente Bonos Corporativos, lo que le permite diversificar sus fuentes de financiamiento, tener cada vez mayor presencia en el mercado financiero local y reducir su costo financiero.

Actualmente, el Banco Falabella puede emitir certificados de depósitos en el marco del Cuarto Programa de Certificados de Depósitos Negociables, hasta por un importe máximo de S/. 320 millones, encontrándose vigente la Séptima Emisión Serie A por S/. 30.0 millones. El plazo de vencimiento del programa es diciembre del presente año.

Además, en mayo del 2005 se constituyó el Patrimonio en Fideicomiso - Decreto Legislativo N° 861, Título XI, Tarjetas 2005 – Financiera CMR en virtud del Contrato de Fideicomiso en Titulización suscrito por Creditítulos Sociedad Titulizadora S.A. y Banco Falabella Perú S.A. (en ese entonces, Financiera CMR SA.), habiendo colocado a la fecha S/. 234 millones, de los cuales queda vigente la Cuarta Emisión Serie A por S/. 30.0 millones.

En octubre del 2010, se inscribió en el Registro Público del Mercado de Valores el Primer Programa de Bonos Corporativos, el cual ha sido estructurado por un monto máximo en circulación de S/. 250 millones o su equivalente en dólares, del cual la Primera y la Segunda Emisión han sido estructuradas por un monto de S/. 100 millones cada una. En setiembre del ejercicio en curso, se colocó la Primera Emisión Serie A y la Segunda Emisión Serie A, por S/. 60 millones y S/. 35 millones, respectivamente.

En sesión de Directorio del 20 de octubre del 2011, se aprobó la emisión del Quinto Programa de Certificados de Depósitos Negociables por la suma de S/. 320 millones, encontrándose actualmente en proceso de estructuración.

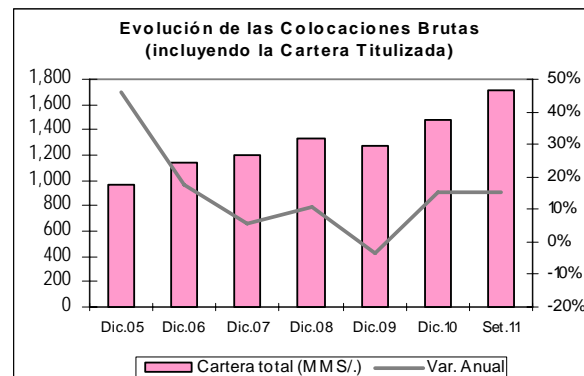
4. Situación Financiera

A partir de enero del 2005, el Consejo Normativo de Contabilidad suspendió el ajuste contable de los estados financieros para reflejar los efectos de la inflación. Sin embargo, para efectos de análisis comparativo, las cifras contables de la institución han sido ajustadas a valores constantes de setiembre del 2011.

a. Calidad de Activos

Al cierre del tercer trimestre del 2011, el Banco Falabella registró activos totales, sin incluir contingentes, por S/. 2,013.82 millones, lo que significa un incremento de 17.76% respecto a lo registrado al cierre del ejercicio 2010, considerando valores corrientes, y un incremento de 11.57%, al incluir el efecto de la inflación observada en el periodo analizado, producto del incremento en su cartera de colocaciones directas (+18.37%), que ascendió a S/. 1,677.20 millones a setiembre del 2011.

Incluyendo la cartera transferida al Patrimonio Fideicometido que respalda la emisión de los Bonos de Titulización Tarjetas 2005-Financiera CMR, que a setiembre del 2011 ascendió a S/. 28.53 millones, la cartera aumentó 15.33%, considerando valores constantes, llegando a S/. 1,705.73 millones.



El saldo de colocaciones registrado contablemente en el banco corresponde a una cartera de 891.95 mil clientes (+7.6% respecto a diciembre del 2010), los cuales aumentaron el saldo promedio de sus colocaciones, de S/.1,708.92 a diciembre del 2010 a S/. 1,880.38 a setiembre del 2011, al venir aplicando el banco políticas menos restrictivas, en cuanto a la aprobación de nuevas líneas y también, en lo relativo a avances de efectivo.

Los créditos contingentes del banco, conformados por líneas de crédito no utilizadas, aumentaron de S/. 4,550.15 millones al cierre del 2010, a S/. 4,891.03 millones a setiembre del 2011, es decir, 7.49%.

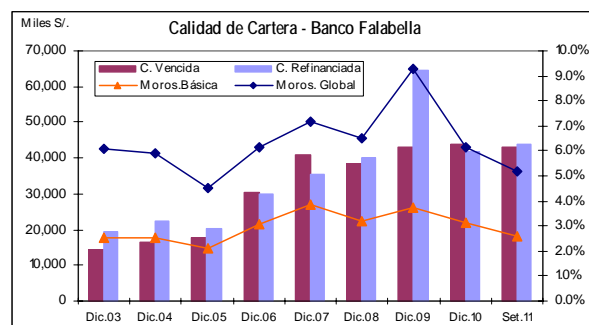
El Banco ha venido adoptando diversas medidas para controlar el crecimiento del nivel de morosidad y mejorar la

calidad crediticia de la cartera, como: (i) el fortalecimiento del área de Recuperaciones y de Cobranzas, a través de la implementación de un Comité de Recuperaciones, la redefinición de todo el proceso de cobranzas y de una nueva estructura al interior del área; (ii) la aplicación de políticas crediticias más estrictas, que incluyen mayores controles, apropiados seguimientos y castigos; y, (iii) una mejor definición de la segmentación de mercados.

A setiembre del 2011, el ratio de morosidad del Banco Falabella fue de 2.56%, que resulta inferior al registrado al cierre del 2010 (3.13%). Ello es superior al promedio registrado por el sistema bancario a setiembre del 2011 (1.54%), explicado por la modalidad principal de las actividades del banco (banca de consumo).

Al cierre del tercer trimestre del 2011, el saldo de créditos refinanciados aumentó en 3.56% en relación a lo registrado al cierre del 2010, considerando valores constantes a setiembre del 2011. Sin embargo, este aumento no se reflejó en el ratio de morosidad global del banco (que incluye cartera vencida, en cobranza judicial y refinanciada), debido a que la cartera vencida y en cobranza judicial disminuyó 3.25%, en relación a lo registrado al cierre del ejercicio 2010. De esta manera, el ratio de morosidad global del banco a setiembre del 2011 fue de 5.19% (6.13% a diciembre del 2010).

La recuperación de la calidad de cartera no solo se refleja en el nivel de morosidad del Banco Falabella, sino también en la estructura de la calificación crediticia de su cartera, con un porcentaje de clientes calificados en categoría Normal de 87.75% del total de activos y créditos contingentes, el de clientes en categoría CPP de 4.04%, y la cartera pesada de 8.21%, frente a 87.56%, 3.55% y 8.89%, que se registraba a diciembre del 2010, respectivamente.



En el periodo enero-setiembre del 2011, se han constituido \$/ 93.01 millones de provisiones, frente a \$/ 77.91 millones efectuadas en el periodo enero-setiembre del 2010. Esto implica un incremento de 19.38%. Del total de provisiones constituidas en este periodo \$/ 73.62 millones, fueron destinadas a cubrir castigos de cartera crediticia.

El banco registró un saldo de \$/ 21.66 millones de provisiones procíclicas a setiembre del 2011 (\$/ 12.19 millones a diciembre del 2010).

b. Solvencia

El Banco Falabella cuenta con el respaldo patrimonial del Grupo Falabella, uno de los grupos dedicados al comercio minorista más grande de Latinoamérica, puesto de manifiesto con el apoyo operativo de la casa matriz, en las sinergias que se presentan con las empresas del grupo, y, en los acuerdos de fortalecimiento patrimonial. Respecto a esto último, en los últimos años se ha capitalizado en promedio 30% de las utilidades de libre disponibilidad, manteniendo además un importante saldo de resultados acumulados a ser utilizados o distribuidos en la medida que el crecimiento de las operaciones lo requieran.

Riesgo de la cartera de colocaciones

	Dic.2008	Dic.2009	Dic.2010	Set.2011	Sistema		
					Dic.2009	Dic.2010	Set.2011
Pérdida Potencial	0.52%	0.78%	0.55%	0.50%	0.56%	0.47%	0.48%
Cartera vencida / colocaciones brutas	3.18%	3.73%	3.13%	2.56%	1.56%	1.49%	1.54%
Morosidad global / colocaciones brutas	6.51%	9.29%	6.13%	5.19%	2.71%	2.58%	2.53%
Cartera vencida/colocaciones y contingentes	0.68%	0.89%	0.74%	0.65%	0.81%	0.69%	0.73%
Cartera vencida+rest.+ref./coloc.+conting.	1.39%	2.22%	1.46%	1.32%	1.41%	1.19%	1.19%
Cartera vencida-provisiones/coloc.+conting.	-0.80%	-1.07%	-0.90%	-1.08%	-1.16%	-1.00%	-1.02%
Cartera venc.+rest.+ref.-prov./coloc.+conting.	-0.09%	0.25%	-0.19%	-0.41%	-0.56%	-0.50%	-0.55%
Provisiones/Cartera vencida	217.47%	220.54%	221.11%	265.43%	242.20%	245.62%	241.05%
Provisiones/Cartera vencida+reest.+refin.	106.42%	88.55%	112.91%	131.03%	139.34%	141.95%	146.48%
Cartera vencida+rest.+refin.-prov./patrimonio	-1.99%	3.62%	-2.77%	-6.39%	-6.68%	-6.92%	-8.04%
Estructura de la cartera							
Normal	85.18%	83.25%	87.56%	87.75%	93.48%	94.55%	94.62%
CPP	5.36%	5.51%	3.60%	4.04%	3.26%	2.39%	2.37%
Deficiente	3.92%	4.35%	3.25%	3.20%	1.12%	0.96%	0.92%
Dudoso	3.73%	4.82%	3.50%	3.63%	1.30%	1.00%	1.06%
Pérdida	1.81%	2.06%	1.95%	1.38%	0.83%	0.98%	1.02%

En Juntas Universales de Accionistas del 03 de mayo, 07 de julio y 08 de noviembre del 2011, se aprobó distribuir utilidades del ejercicio 2010 por montos ascendentes a S/. 26.7 millones, S/. 15.1 millones y S/. 12.7 millones, respectivamente.

A setiembre del 2011, el patrimonio de la institución ascendió a S/. 422.26 millones, que incluye la última capitalización de utilidades acumuladas por S/. 20.0 millones, aprobada en Junta Universal de Accionistas del 30 de junio del 2011. El patrimonio ha mostrado un crecimiento de 4.09%, respecto al registrado al cierre del 2010 (S/. 405.67 millones), y permite un nivel de endeudamiento contable de 3.77 veces, uno de los más bajos del sistema bancario nacional.

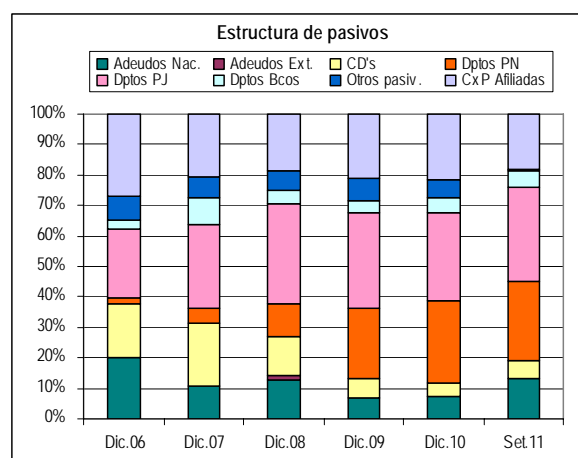
Aparte de los recursos propios, las colocaciones son financiadas con fondos captados bajo la forma de depósitos en sus diferentes modalidades: ahorro programado, cuenta de ahorros, depósitos a plazo y CTS, destacando la participación de los depósitos a plazo, los cuales a setiembre del 2011 representan 77.0% de los depósitos totales., con plazos promedio de entre 6 y 12 meses.

Los depósitos están teniendo mayor participación en la estructura de fondeo del banco, tanto los provenientes de personas naturales, como los captados por inversionistas institucionales. Los primeros otorgan mayor dispersión y mejor calce con las operaciones, pues provienen de una base de más de 411 mil clientes y están pactados a plazos similares a los que en promedio registra la cartera, por lo que su crecimiento es uno de los principales objetivos estratégicos del banco.

Otra fuente de financiamiento se produce a través de las emisiones de certificados de depósito en el marco del Cuarto Programa de Certificados de Depósito Negociables, así como recientemente, por la emisión de bonos corporativos, debido a que en octubre del 2010 se inscribió en el Registro Público del Mercado de Valores, el Primer Programa de Bonos Corporativos por un monto a tener en circulación de S/. 250 millones, habiéndose colocado en setiembre del

ejercicio en curso la Primera Emisión Serie A y la Segunda Emisión Serie A, por S/. 60 millones y S/. 35 millones, respectivamente. También se adeuda la obligación correspondiente a la emisión de bonos de titulización, con un saldo de S/. 18.98 millones a setiembre del 2011, que contablemente es registrada por separado, como parte del patrimonio fideicometido.

En sesión de Directorio del 20 de octubre del 2011, se aprobó la emisión del Quinto Programa de Certificados de Depósitos Negociables por la suma de S/. 320 millones, encontrándose actualmente en proceso de estructuración.



Se mantiene endeudamiento con instituciones financieras locales, registrando un saldo de S/. 201.56 millones a setiembre del 2011, los cuales se incrementaron en 96.29% en relación a lo registrado al cierre del ejercicio 2010, debido a nuevos préstamos obtenidos con diversas instituciones financieras, con la finalidad de financiar requerimientos de capital de trabajo.

El banco cuenta con recursos provenientes de empresas vinculadas, correspondiente a saldos por pagar pendientes de regularización de aportes por las asociaciones en participación.

Indicadores de adecuación de capital, riesgo de iliquidez y posición cambiaria

	Dic.2008	Dic.2009	Dic.2010	Set.2011	Sistema		
					Dic.2009	Dic.2010	Set.2011
Adecuación de capital							
Tolerancia a pérdidas*	19.9%	26.3%	22.6%	23.2%	10.9%	10.1%	10.6%
Endeudamiento económico*	4.04	2.80	3.43	3.31	8.21	8.88	8.46
Apalancamiento Global	7.66	7.32	6.15	6.71	7.42	7.34	7.45
Ratio de Capital Global**	13.1%	13.7%	16.3%	14.9%	13.5%	13.6%	13.4%
Riesgo de iliquidez y cambiario							
Liquidez básica sobre pasivos	0.05	0.28	0.26	0.29			
Liquidez corto plazo sobre pasivos	0.93	0.61	0.55	1.57			
Descobertura en US\$ / Pat.Eco.	0.02	-0.01	-0.02	0.00			

* Sin incluir colocaciones contingentes. ** Ratio de Capital Global de acuerdo a los requerimientos de Basilea II (D.L. 1028).

Dada la importante participación de créditos contingentes, el ratio de capital global del banco fue de 14.90% (es decir, un apalancamiento de 6.71 veces), nivel superior al mostrado por el promedio del sistema bancario en agosto del 2011, de 13.42% (un ratio de apalancamiento de 7.45 veces).

c. Liquidez

Desde fines del ejercicio 2008, el Banco Falabella tomó la decisión de mantener niveles de liquidez más holgados, con la finalidad de enfrentar posibles contingencias que se pudieran presentar en la captación de depósitos o en la intención de conseguir recursos de instituciones financieras. La tendencia de las captaciones, de las colocaciones y de la calidad de cartera ha mejorado, prefiriendo mantener niveles de liquidez holgados, mediante recursos mantenidos como fondos disponibles e inversión en instrumentos de fácil liquidación (Certificados de Depósito del BCRP). A setiembre del 2011, el ratio de liquidez promedio mensual en moneda nacional fue de 36.42%, y de 78.00% en moneda extranjera (37.80% y 73.99%, respectivamente, a diciembre del 2010). Al cierre del tercer trimestre del 2011, el Banco presenta holgados niveles de calce entre las operaciones activas y pasivas en moneda nacional y extranjera en el plazo inmediato (menos de 30 días), así como en el corto plazo (entre 30 y 90 días). En el mediano plazo (mayores a 90 días) se presenta un ligero descalce como consecuencia de que los depósitos a plazo se están captando en plazos cada vez más largos, respecto a las operaciones activas de la institución.

Respecto a la concentración de fuentes de fondeo y al riesgo de contraparte, se observa una estructura cada vez más diversificada, gracias al importante aumento registrado en la

captación de fondos de personas naturales y a la participación más activa en las subastas de fondos, con una base más amplia de inversionistas institucionales. Se registran altos índices de concentración entre los principales depositantes: 19% por parte de los 10 principales depositantes y 30% por parte de los 20 principales depositantes a setiembre del 2011, siendo estos menores que los observados en periodos anteriores, cuando la participación de los 20 principales depositantes del Banco sobre el total de depósitos, era de 31% a diciembre del 2010, 46% a diciembre del 2009 y 58% a diciembre del 2008.

d. Rentabilidad

En el periodo enero-setiembre del 2011, el banco generó ingresos financieros ascendentes a S/. 437.83 millones, de los cuales 97.8%, corresponde a ingresos por la cartera de créditos, monto 8.9% superior a los registrados en el mismo periodo del ejercicio 2010, en que se obtuvieron ingresos financieros ascendentes a S/. 401.99 millones, considerando valores constantes a setiembre del 2011.

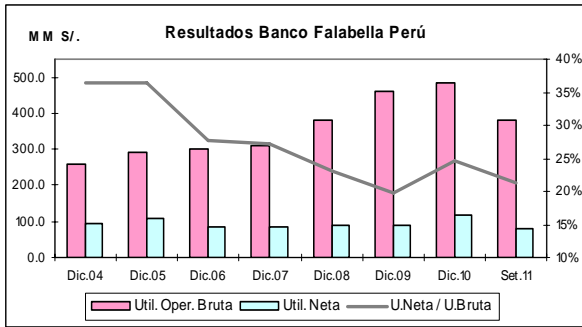
La utilidad operacional bruta mostró un desempeño favorable, ascendiendo a S/. 379.12 millones, es decir, 3.53% superior a lo obtenido en setiembre del 2010 (S/. 366.19 millones, considerando valores ajustados), a pesar de haber registrado mayores gastos financieros (+63.0%), así como mayores gastos netos por servicios financieros.

La estructura de negocios del banco brinda una capacidad de generación de ingresos que cubre con holgura los mayores gastos de apoyo y depreciación, así como el mayor requerimiento de provisiones por riesgo de incobrabilidad.

Indicadores de rentabilidad y eficiencia operacional

	Dic.2008	Dic.2009	Dic.2010	Set.2011	Sistema		
					Dic.2009	Dic.2010	Set.2011
Rentabilidad							
Resultado neto/Ingresos Financieros	19.87%	17.07%	22.17%	18.38%	23.80%	27.42%	26.94%
Margen Oper.Financ/Ingresos	89.27%	89.75%	93.20%	90.17%	73.81%	79.30%	74.61%
Result.Operac.neto/Act.Prod.*	19.74%	24.20%	22.20%	17.10%	6.56%	6.55%	5.91%
Result.Netto/Act.Prod.*	8.48%	8.47%	10.18%	7.48%	3.09%	3.28%	3.25%
ROE	34.50%	26.44%	29.22%	25.41%	22.07%	21.95%	23.74%
Eficiencia operacional							
Gastos de Apoyo/Act.Prod.*	16.90%	18.56%	19.33%	18.15%	5.36%	5.38%	5.39%
Gastos de Apoyo/Coloc.Vigentes*	17.00%	18.74%	19.50%	18.41%	6.60%	6.32%	4.09%
Glos.Generales/Act.Prod.*	10.36%	11.40%	11.80%	10.80%	2.43%	2.46%	2.31%
Glos.Personal/Nº Empleados (MS/.)	40.8	44.6	40.6	48.6	72.2	72.3	77.4
Glos.Generales/Nº sucurs. (MS/.)	2,692.8	3,064.6	3,195.3	3,225.4	1,924.2	1,978.8	1,941.2

* Sin incluir colocaciones contingentes.



En el periodo enero-setiembre del 2011, se ha obtenido un resultado neto inferior al del periodo anterior ascendente a S/. 80.47 millones, mientras que en el mismo periodo en el ejercicio 2010, este ascendió a S/. 90.74 millones (considerando valores ajustados). Por ello, el nivel de rentabilidad patrimonial ha disminuido a setiembre del 2011, obteniendo un ROE de 25.41%, frente a 30.47% a setiembre

del 2010. Este ratio, se ubica por encima del ratio del promedio del sistema bancario (23.74%).

e. Eficiencia

Los ratio de eficiencia del Banco Falabella son menores que los del promedio del sistema bancario (18.15% respecto a activos productivos vs. 5.39% del sistema a setiembre del 2011), debido en parte a que, en general, las operaciones de banca personal involucran mayores gastos administrativos que los de la banca múltiple, siendo similares a los de otras instituciones financieras que se desenvuelven en este segmento de mercado. Estos mantienen una tendencia creciente, debido a las mayores necesidades operativas que surgen a partir de una red de agencias que ha ido creciendo en los últimos años, por la ampliación de la red de canales de atención, y por los gastos incurridos en incrementar la base de clientes y los procesos necesarios para mantener los estándares de calidad de cartera.

1. Depósitos a corto plazo

S/. 650.83 millones y US\$ 21.34 millones.

2. Depósitos a plazo mayores a un año

S/. 53.90 millones y US\$ 15.51 millones.

3. Cuarto Programa de Certificados de Depósito Negociables

Comprende valores comerciales a corto plazo a ser emitidos por un monto máximo de hasta S/. 320 millones en circulación.

Emisiones del Cuarto Programa de CDN	Monto Colocado	Fecha de Emisión	Plazo	Tasa de Interés	Estado
Primera – Serie Única	S/. 30'000,000	20/12/2007	364 días	6.28125%	Cancelado
Segunda – Serie A	S/. 30'000,000	28/03/2008	361 días	5.59375%	Cancelado
Segunda – Serie B	S/. 30'000,000	11/04/2008	361 días	5.59375%	Cancelado
Tercera – Serie A	S/. 30'000,000	17/07/2008	364 días	7.3125%	Cancelado
Tercera – Serie B	S/. 25'000,000	29/08/2008	364 días	8.1875%	Cancelado
Tercera – Serie C	S/. 15'000,000	19/12/2008	364 días	8.1288%	Cancelado
Cuarta – Serie A	S/. 10'000,000	19/12/2008	182 días	8.0000%	Cancelado
Quinta – Serie A	S/. 30'000,000	17/04/2009	364 días	6.1875%	Cancelado
Quinta – Serie B	S/. 30'000,000	11/07/2009	364 días	4.1875%	Cancelado
Quinta – Serie C	S/. 30'000,000	05/03/2010	364 días	3.0625%	Cancelado
Sexta – Serie A	S/. 30'000,000	12/05/2010	364 días	3.2500%	Cancelado
Sétima – Serie A	S/. 30'000,000	17/10/2011	360 días	5.0000%	Vigente

4. Primer Programa de Bonos Corporativos Banco Falabella Perú S.A.

Por un monto total de hasta S/. 250 millones en circulación, a ser colocados en nuevos soles mediante emisión Pública. Estos instrumentos cuentan con garantía genérica sobre el patrimonio del emisor.

- Primera Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos de Banco Falabella Perú S.A., por hasta S/. 100'000,000, con un plazo de emisión de cinco (5) años, con amortización del principal en 20 cuotas trimestrales iguales.
- Segunda Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos de Banco Falabella Perú S.A., por hasta S/. 100'000,000, con un plazo de emisión de tres (3) años, con amortización del principal en 12 cuotas trimestrales iguales.