

JUNTA DE ACCIONISTAS

laPolar[®]



Mirada de la compañía

Establecida desde 1920, la marca ha estado presente en Chile por casi un siglo.

- ❖ 5.925 Empleados.
- ❖ 38 tiendas.
- ❖ 153.000 mt2 de superficie.
- ❖ 552.000 tarjetas activas
- ❖ Más de 20 marcas propias, representando un 35% de los ingresos Retail.

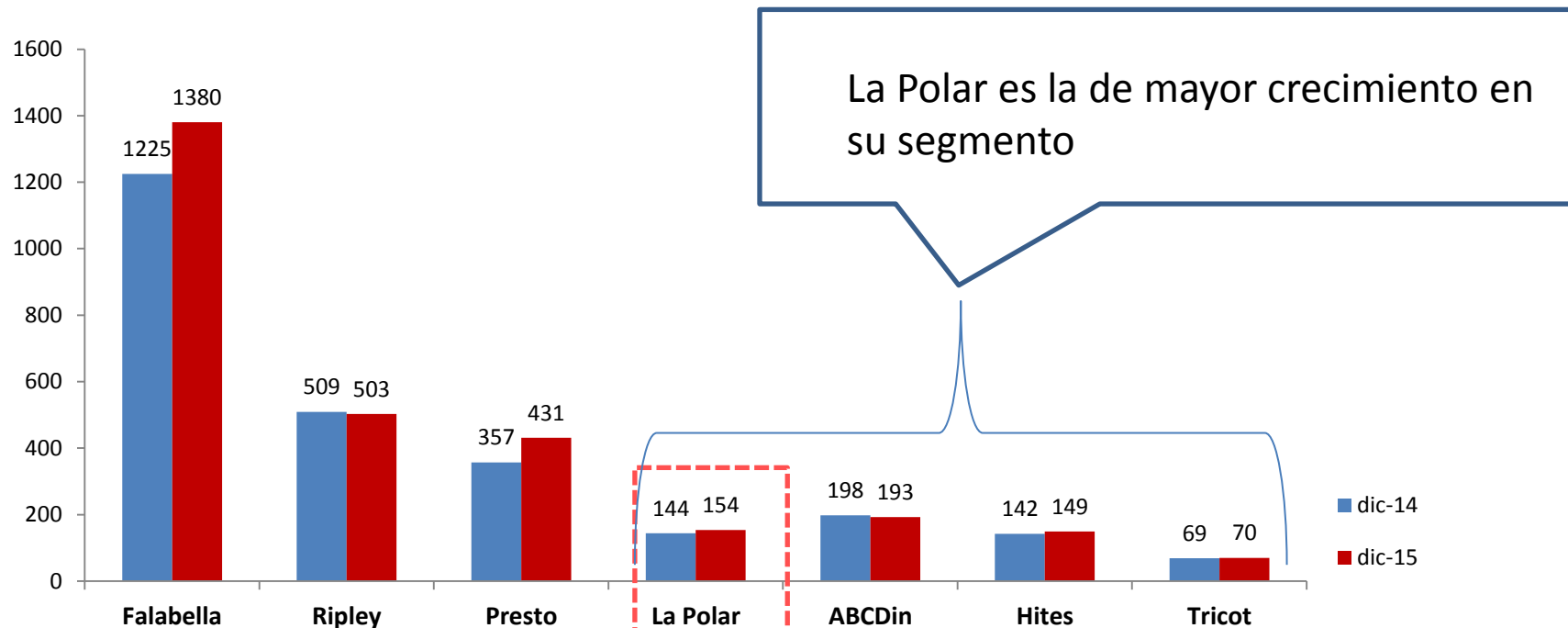
LA POLAR

laPolar 

laPolar[®]

Logros del año 2015

❖ AUMENTO DE CARTERA



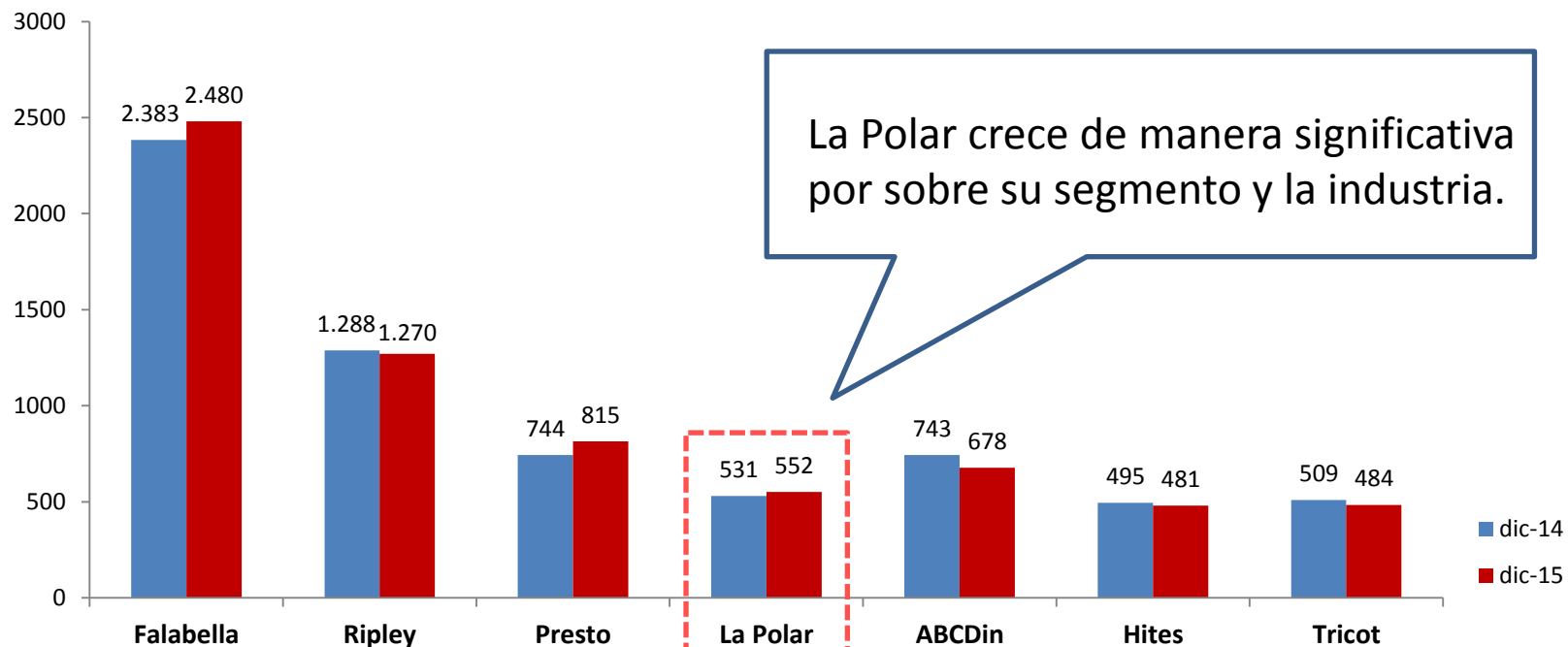
Empresa	Falabella	Ripley	Presto	La Polar	ABCDin	Hites	Tricot	Industria
dic-14	1.225	509	357	144	198	142	69	2.645
dic-15	1.380	503	431	154	193	149	70	2.879
Var%	12,7%	-1,1%	20,5%	6,7%	-2,8%	4,8%	0,3%	8,8%

Fuente: FECU Diciembre 2015



Logros del año 2015

❖ AUMENTO DE CLIENTES CON SALDO



Empresa	Falabella	Ripley	Presto	La Polar	ABCDin	Hites	Tricot	Industria
dic-14	2.383	1.288	744	531	743	495	509	6.693
dic-15	2.480	1.270	815	552	678	481	484	6.759
Var%	4,1%	-1,4%	9,5%	3,9%	-8,7%	-3,0%	-4,9%	1,0%

Fuente: FECU Diciembre 2015



Logros del año 2015

❖ BAJA DE RIESGO

La Polar logra la mayor caída de su industria en los tramos de morosidad de 30+ y 90+ días.

❖ MORA 30+

Empresa	Falabella	Ripley	Presto	La Polar	ABCDin	Hites	Tricot	Indutria
dic-14	5,8%	10,9%	8,8%	13,2%	10,4%	18,0%	22,2%	9,0%
dic-15	5,7%	11,7%	8,1%	11,2%	9,8%	16,1%	20,7%	8,6%
Var%	-1,2%	7,9%	-7,5%	-15,4%	-5,4%	-10,4%	-6,6%	-4,5%

❖ MORA 90+

Empresa	Falabella	Ripley	Presto	La Polar	ABCDin	Hites	Tricot	Indutria
dic-14	2,4%	4,8%	3,9%	6,9%	5,6%	9,6%	9,9%	4,1%
dic-15	2,3%	5,8%	3,8%	5,2%	4,9%	8,4%	10,1%	4,0%
Var%	-4,6%	20,4%	-2,3%	-24,7%	-11,6%	-11,6%	2,3%	-4,0%

Fuente: FECU Diciembre 2015

Desafíos comerciales Retail

Aumentar Venta

- Aumentar número de colecciones
- Mejorar E-Commerce
- Aumentar flujo en tiendas



Mejorar Margen

- Mejorar Costos
- Evaluación rentabilidad por Mt2
- Aumentar participación marcas propias



Desafíos Retail Financiero

A. Aumentar Cartera

- Lanzamiento tarjeta Visa
- Potenciar productos financieros

B. Potenciar negocio seguros

- Incrementar porfolio de asistencias y seguros

C. Controlar Riesgo

- Mayor sofisticación en evaluación de crédito

D. Fidelización de clientes

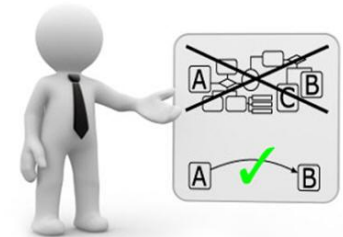
- Incrementar activación y retención de clientes
- Servicio: Mejorar NPS (Net Promoter Score)



Desafíos operacionales

A. Bajar costos:

- Eficientar mallas de turno en tienda
- Procesos Lean



B. Racionalizar procesos de logística:

- Eliminar logística reversa
- Aumentar «cross dock»
- Aumentar procesos en origen



Desafíos GAV

A. Aumentar Productividad

- Revisión procesos administrativos
- Mejorar integración de los sistemas

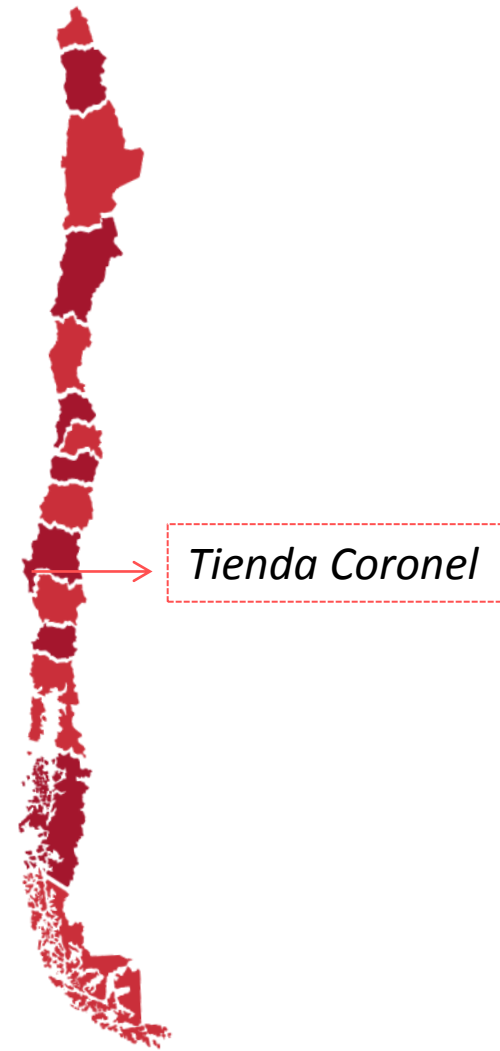


B. Bajar Costos

- Revaluar estructura
- Negociación proveedores de servicios

Apertura de Coronel 2016

- ❖ Formato de 3.000 Mt2, sala de venta.
- ❖ Con todas las líneas de Negocio representadas.
- ❖ En una ciudad mayoritariamente nivel socio – económico C3, segmento objetivo de nuestra compañía.
- ❖ Nueva arquitectura que privilegia el producto y la experiencia de compra.
- ❖ Marca un Hito en el foco de la compañía, camino para el futuro crecimiento.



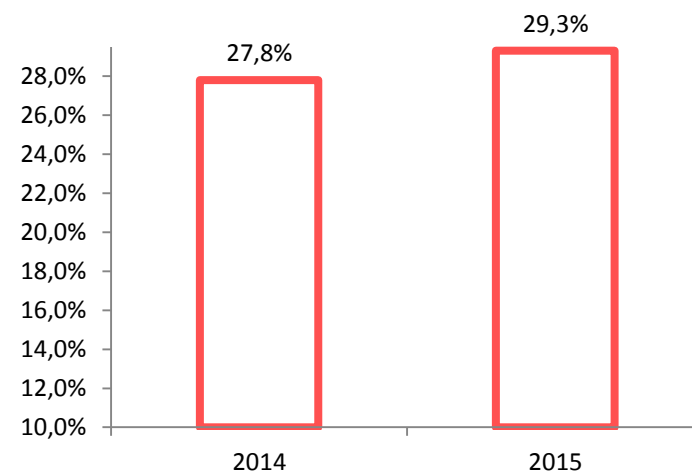
Estados Consolidados de Resultados Resumido

\$ MMM	Consolidado		
	2015	△	2014
Ingresos	387,7	-1,2%	392,6
Costos	(249,8)		(260,8)
Margen Contribución	138,0	4,7%	131,8
% Ingresos	35,6%		33,6%
GAV (sin depreciación)	(135,7)	-0,9%	(137,0)
% Ingresos	-35,0%		-34,9%
EBITDA	2,2		(5,2)
% Ingresos	0,6%		-1,3%
Depreciación	(9,4)		(7,5)
Resultado Operacional	(7,2)		(12,8)
No Operacional	(11,5)		(31,0)
Ganancia (Pérdida) antes de impuestos	(18,7)		(43,8)
Beneficio (Gasto) por impuestos a las ganancias	(29,9)		7,4
Ganancia (Pérdida)	(48,6)		(36,3)

Negocio Retail

\$ MMM	12M 2015	△	12M 2014
Ingresos	321,9	-1,1%	325,5
Costos	(227,5)		(235,1)
Margen Contribución	94,3	4,3%	90,4
% Ingresos	29,3%		27,8%
GAV (sin depreciación)	(104,3)	5,3%	(99,1)
% Ingresos	-32,4%		-30,4%
EBITDA	(10,0)		(8,7)
% Ingresos	-3,1%		-2,7%

Margen Retail U12M



Tiendas

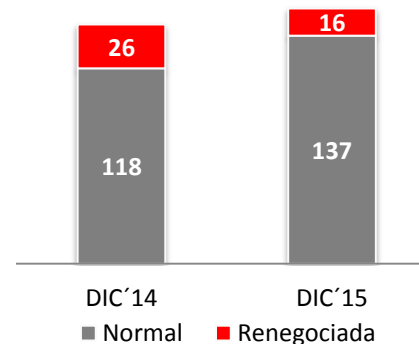
	2015	2014
Numero de Tiendas	38	38
Superficie de Venta (Miles de M ²)	153.000	159.000
Ingresos Retail	321.877	325.493

Ventas UF/MT2	4Q
2014	8,5
2015	8,9
Var %	5%

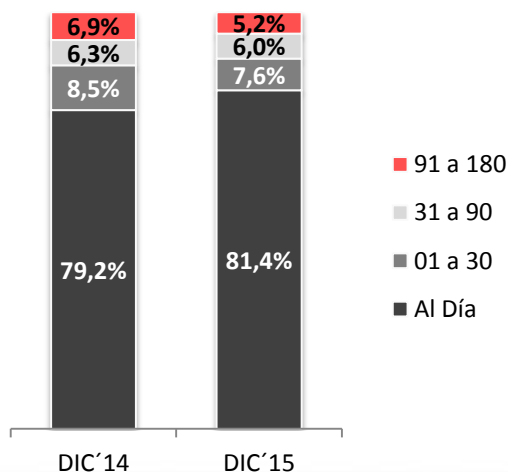
Negocio Retail Financiero

\$ MMM	12M 2015		12M 2014	
Ingresos	70,8	-2,4%	72,6	
Costos	(23,4)		(26,9)	
Margen Contribución	47,4	3,8%	45,7	
% Ingresos	67,0%		62,9%	
GAV (sin depreciación)	(35,2)	-16,6%	(42,2)	
% Ingresos	-49,7%		-58,1%	
EBITDA	12,2		3,5	
% Ingresos	17,3%		4,8%	

Stock de colocaciones Tarjeta (MMM\$)



Composición de la Cartera por Tramo de Morosidad



INDICADORES FINANCIEROS	2015	2014
<i>Stock Colocaciones Bruta (MMM\$)</i>	154	144
<i>Stock provisiones (MMM\$)</i>	14	15
<i>Tasa de Riesgo</i>	9,2%	10,3%
<i>Castigos Netos (MMM\$)</i>	5	7
<i>Nº de tarjetas con saldo (Miles)</i>	552	531
<i>Deuda Promedio (M\$)</i>	278	271
<i>% Venta con Tarjeta</i>	52,2%	51,4%

Indicadores Financieros

Liquidez	Unidades	Dic'15	Dic'14
Liquidez Corriente	Veces	1,88	1,87
Razón Acida	Veces	1,47	1,45
Rotación de inventario	Unidades	Dic'15	Dic'14
Rotación de Inventario	Veces	4	5
Rotación de Inventario	Dias	87	79
Rotación cartera	Unidades	Dic'15	Dic'14
Periodo Promedio de cobro Cartera	Días	198	201
% Pasivos con terceros	Unidades	Dic'15	Dic'14
Porción Pasivo Corriente	%	57%	33%
Porción Pasivo No Corriente	%	43%	67%
Pasivos financieros	\$MMM	54,4	230,1
Indice Endeudamiento	Unidades	Dic'15	Dic'14
Leverage Total	Veces	2	N/A
Leverage Financiero	Veces	0,48	N/A
Patrimonio	\$MMM	113,2	(19,2)

JUNTA DE ACCIONISTAS

laPolar[®]

