



5^a CUMBRE
ANUAL DE INVERSIONISTAS
El Futuro según sus Protagonistas



6 de Mayo 2010



1. **Cómo Partimos el 2010?**
2. **Cómo vemos el 2010 en Chile?**
3. **Cómo lo estamos haciendo fuera de Chile?**

I. Como Partimos el 2010?

- Como terminamos en términos absolutos:

Ingresos Forus Consolidado (MM Ch\$)

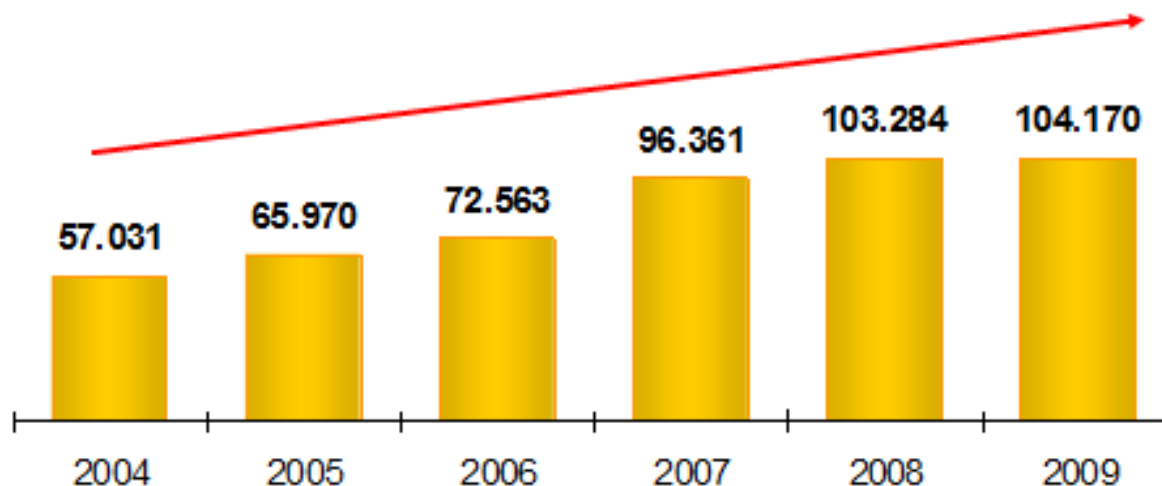
CAGR real = 13,0%

2009 / 2008:

Wholesale Chile: -25,0%

Retail Chile: +3,9%

Internacional: +18,0%



CAGR nominal 17%%

Datos reales en MM Ch\$.

I. Como Partimos el 2010?

- Como terminamos en términos Relativos:

COMPARATIVO FORUS - INDUSTRIA RETAIL 12M AÑO 2009

RANKING		Forus	PROMEDIO	Competidor 1
Forus		2009	07-05	
2	Sales Growth	0,9%	-4,6%	1,3%
2	Resultado Operacional (as a % of sales)	13,1%	7,9%	13,8%
Best	Gross Profit (as a % of sales)	50,8%	34,5%	36,0%
Best	Ebitda Margin	16,0%	10,4%	16,0%
2	SSS Retail Chile Growth* (nominal)	0,5%	-0,2%	3,0%
Best	SSS Retail Perú Growth (nominal)	22,3%	4,2%	-3,3%
2	ROS	9,6%	5,6%	10,4%
2	ROE	12,2%	8,6%	14,1%
Best	ROA	10,3%	4,7%	6,1%
Best	Debt Growth	7,5%	36,9%	33,5%



I. Como Partimos el 2010?

- Como terminamos en términos Relativos:



I. Como Partimos el 2010?

- Como terminamos en términos Relativos:

Ranking Latinoamericano Sector Retail

(Enero - Diciembre de cada año, en millones de US\$)

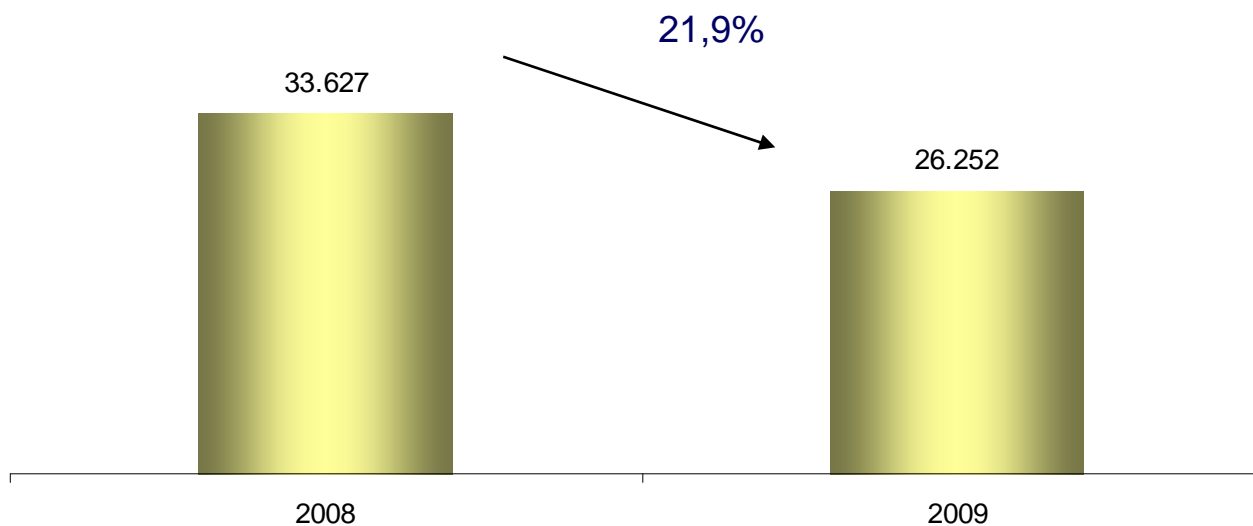
Empresa	País	Resultado			Ventas		
		2009	2008	% var. '09/'08	2009	2008	% var. '09/'08
1 Wal Mart de Méx.	MX	1,286,3	1,123,0	14,5	20,699,0	18,744,7	10,4
2 Natura	BR	392,8	297,6	32,0	2,436,3	2,077,9	17,2
3 S.A.C.I. Falabella*	CL	392,5	389,2	0,8	6,950,2	7,144,7	-2,7
4 Grupo Elektra	MX	378,5	717,7	-47,3	3,277,4	3,212,9	2,0
5 P.Acucar-Chd	BR	339,8	149,6	127,2	13,355,3	10,356,7	29,0
6 Puerto de Liverpool	MX	289,8	270,0	7,3	3,575,5	3,461,7	3,3
7 Soriana Organiz.	MX	219,5	131,9	66,4	7,026,2	7,318,2	-4,0
8 Cencosud*	CL	190,0	308,5	-38,4	10,504,3	11,811,8	-11,1
9 Plaza*	CL	110,3	98,1	12,4	223,5	180,5	23,8
10 Lojas Renner	BR	108,9	93,3	16,7	1,357,5	1,254,0	8,3
11 Empresas La Polar*	CL	90,3	72,0	25,4	869,4	858,4	1,3
12 Lojas Americanas	BR	87,3	51,4	69,8	4,786,9	4,005,9	19,5
20 Drogasil	BR	42,8	29,4	45,8	988,1	723,7	36,5
21 Comercial Mex.	MX	35,9	-657,2	-	4,201,3	4,079,2	3,0
22 Ferreyros	PE	34,7	28,1	23,2	766,0	799,7	-4,2
23 Saga Falabella	PE	30,7	32,2	-4,6	549,9	520,6	5,6
24 Profarma	BR	30,5	18,2	68,0	1,480,8	1,456,2	1,7
25 BZW Varejo	BR	27,3	35,5	-22,9	2,178,3	1,790,1	21,7
26 Forus*	CL	19,7	22,5	-12,8	205,4	203,7	0,9
27 Dimed	BR	17,1	5,6	206,5	617,2	536,0	15,2
28 Crazziotin	BR	16,3	17,5	-6,8	134,1	126,9	5,7
29 Patagonia	AR	15,3	5,4	185,9	586,6	505,1	16,1



I. Como Partimos el 2010?

- Inventarios:

MM\$ Real	2008	2009	Var. % 09/08
Existencias	33.627	26.252	-21,9%



I. Como Partimos el 2010?

- Performance de nuestro retail:



Chile

Valores en términos nominales

	2009	2008
Variación Ventas Retail	0,5%	4,4%



Perú

Valores en términos nominales

	2009	2008
Variación Ventas Retail	22,3%	11,1%



Colombia

Valores en términos nominales

	2009	2008
Variación Ventas Retail	11,2%	18,2%



Uruguay

Valores en términos nominales

	2009	2008
Variación Ventas Retail	0,5%	23,8%

I. Como Partimos el 2010?

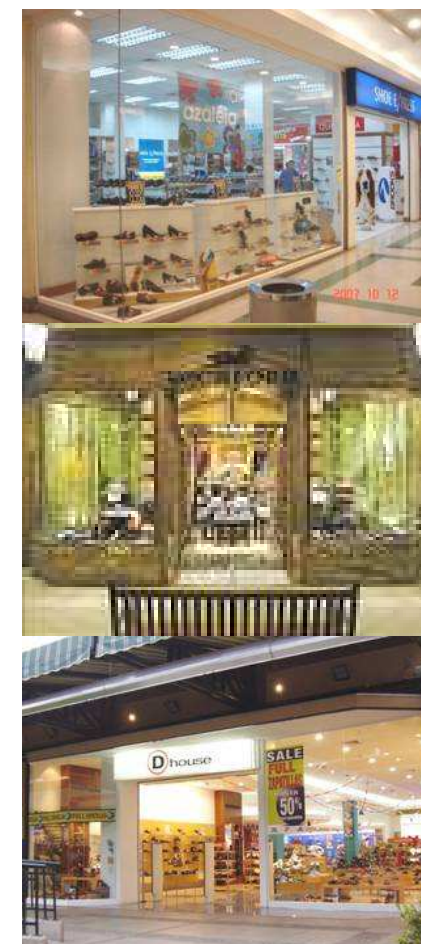
- Performance de nuestro retail:



SSS Chile

SAME STORE SALE POR CADENA 2009

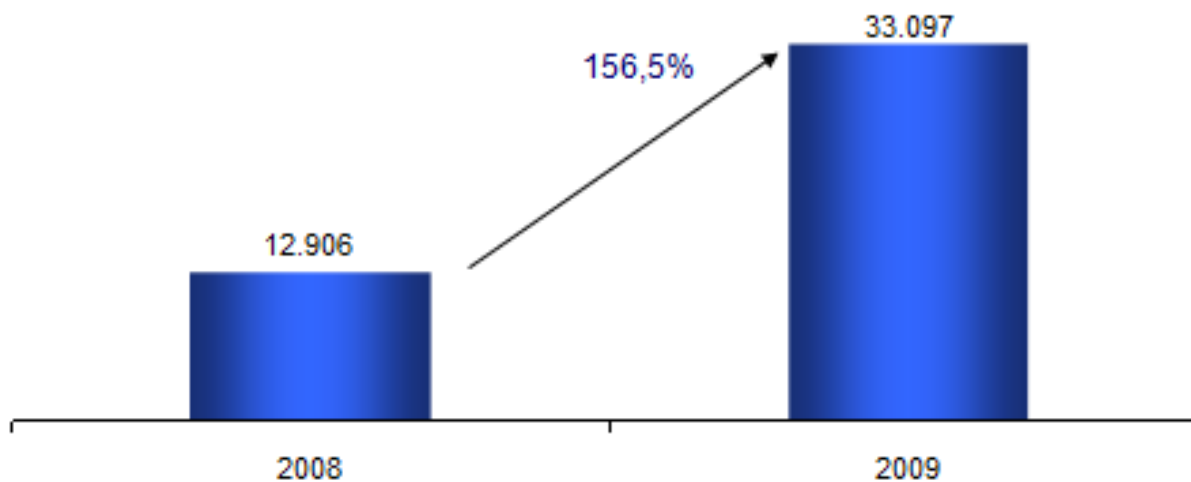
	<u>Valor Historico</u>	VARIACIÓN 2009 / 2008
1°		17,3%
2°		8,3%
3°		8,3%
4°		4,1%
5°		4,1%



I. Como Partimos el 2010?

- Liquidez:

MM\$ Real	2008	2009	Var. % 09/08
Caja	12.906	33.097	156,5%

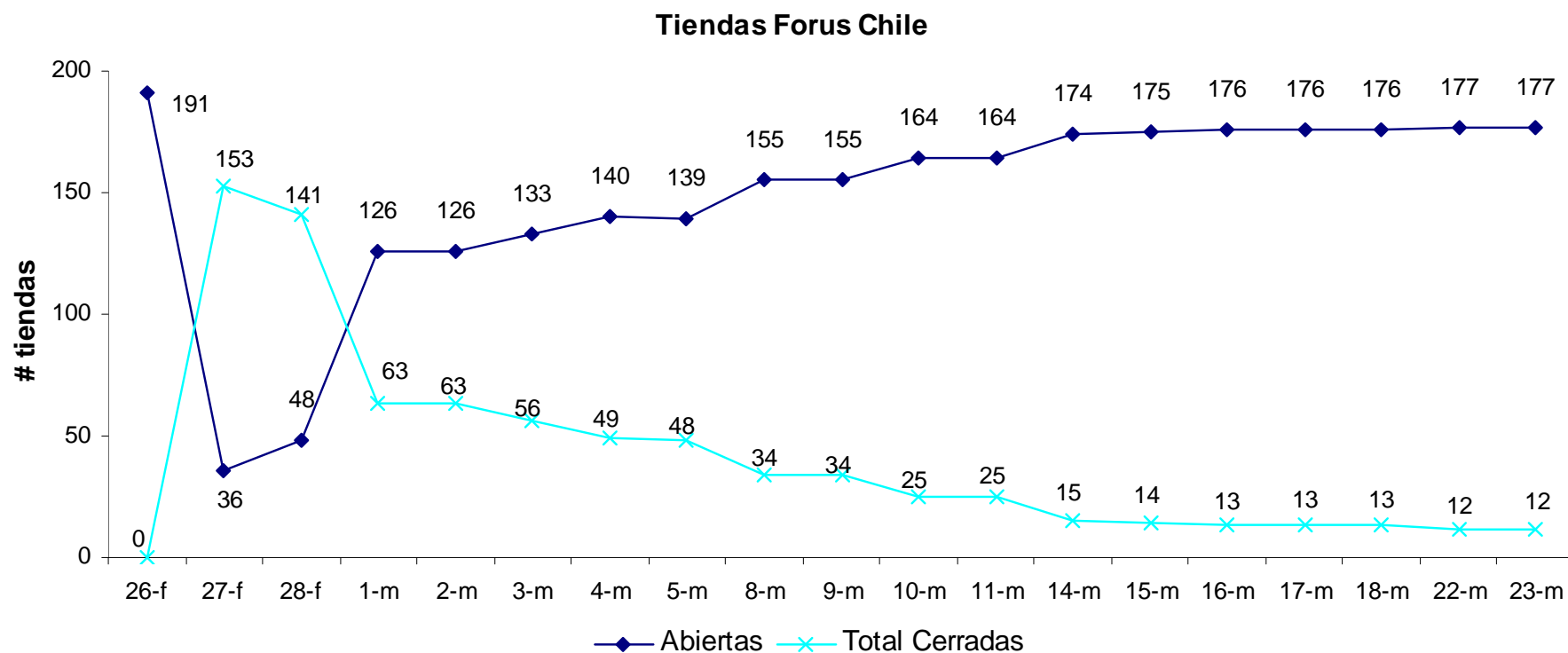




1. **Cómo Partimos el 2010?**
2. **Cómo vemos el 2010 en Chile?**
3. **Cómo lo estamos haciendo fuera de Chile.?**

II. Como vemos Chile 2010?

- Impacto del Terremoto:

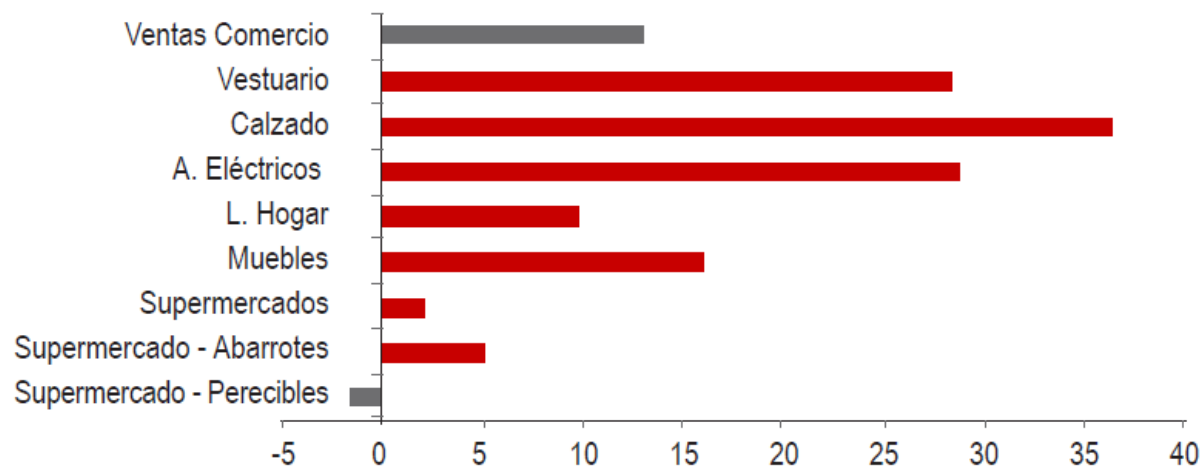


II. Como vemos Chile 2010?

- Que esta pasando en el mercado:

- Las ventas del Comercio durante Marzo del 2010 mostraron una variación anual positiva de 13%.
- Calzado y Vestuario mostraron los mayores aumentos, con expansiones anuales de 36,4% y 28,3% respectivamente.

Variación mensual ventas Comercio Marzo 2010/2009 (Var.% 12 meses)



II. Como vemos Chile 2010?

FORUS
brands & retail

- Que ha pasado con nosotros:
 - Crecimiento en ventas del 1Q fue superior a 2 dígitos.
 - A pesar del terremoto, durante el 1er Trimestre 2010, nuestro margen absoluto ha tenido una mejora relevante con respecto al 2009.





1. **Cómo Partimos el 2010?**
2. **Cómo vemos el 2010 en Chile?**
3. **Cómo lo estamos haciendo fuera de Chile?**

III. Como lo hacemos afuera?



Perú

N° Tiendas: 26

Ventas: \$5.297 MM



Chile

N° Tiendas: 192

Ventas: \$89.570 MM



Colombia



N° Tiendas: 20

Ventas: \$2.758 MM

Uruguay

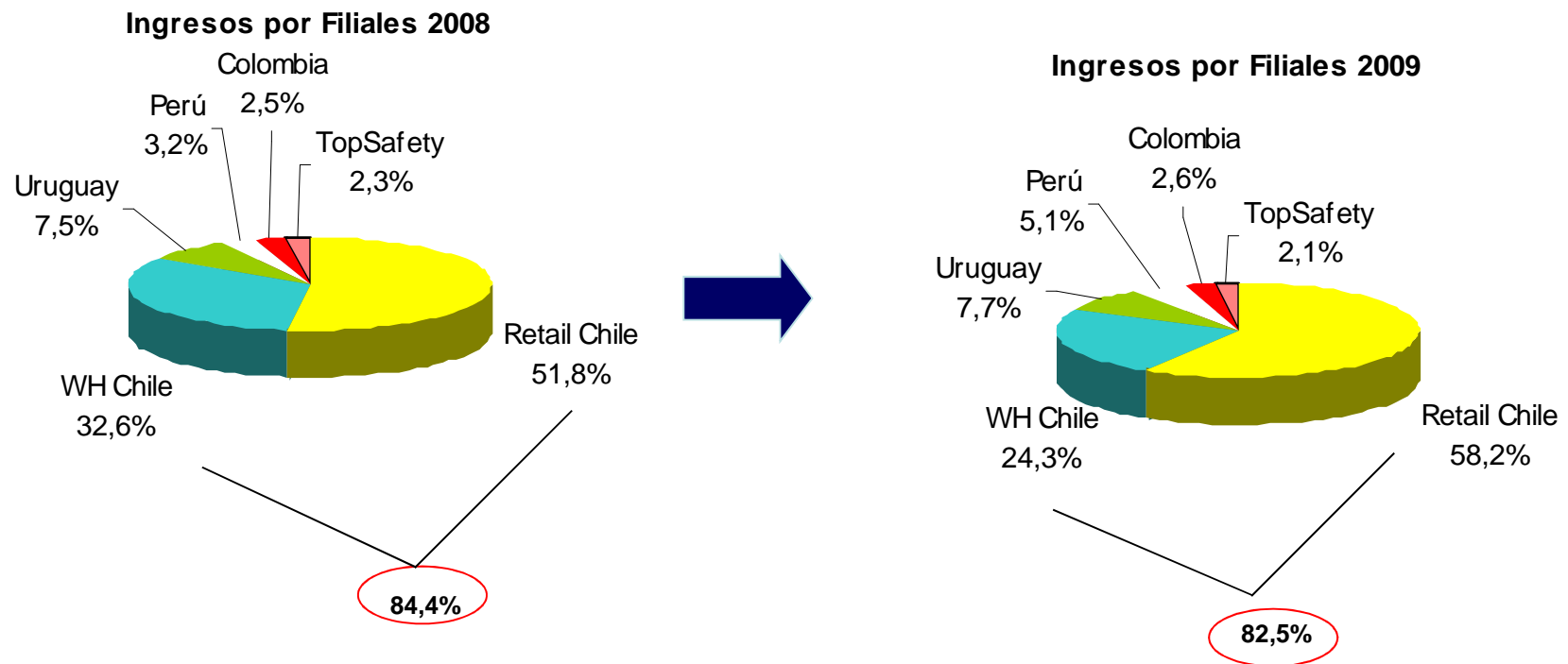


N° Tiendas: 22

Ventas: \$8.010 MM

III. Como lo hacemos afuera?

Crece la participación de las filiales internacionales desde un **15,6%** en el 2008 a un **17,5%** en el 2009.



Datos reales.

III. Como lo hacemos afuera?

SSS Perú



Crecimiento de Ventas Locales comparables (Same Store)

Valores en términos nominales

	2009	2008
Variación Ventas Retail	22,3%	11,1%

Valores en términos reales (cifras en moneda local)

	2009	2008
Variación Ventas Retail	22,0%	4,1%

Variación m2

Aperturas / Cierres

total

	Fecha	Cadena	Tienda	m2
Apertura	dic-09	RKF	RKF TRUJILLO	114
Apertura	dic-09	HP	HP CHICLAYO	98
Apertura	dic-09	HP	HP KIDS SAN MIGUEL	77
Apertura	dic-09	HP	HP CENTRO CIVICO	108
Total				398

III. Como lo hacemos afuera?

Resultados Financieros Perú



(Millones Ch.\$)

EERR	2009	2008	Var. % 09/08
Ingresos	5.297	3.273	61,9%
Costos	-2.694	-1.295	108,0%
Margen Bruto	2.603	1.977	31,6%
Resultado Operacional	138	-55	-351,1%

- El resultado Operacional de nuestra filial en Perú fue positivo durante el 2009.
- De acuerdo a los crecimientos mostrados , hemos ido aumentando nuestra operación en Perú con nuevas tiendas, durante el 2009.

	Dic. 2009	Dic. 2008	Var. 09/08	Var.% 09/08
N° Locales	26	20	6	30,0%
m2	2.697	2.063	634	30,7%

III. Como lo hacemos afuera?

SSS Colombia



Crecimiento de Ventas Locales comparables (Same Store)

Valores en términos nominales

	2009	2008
Variación Ventas Retail	11,2%	18,2%

Valores en términos reales (cifras en moneda local)

	2009	2008
Variación Ventas Retail	8,6%	9,8%

Variación mt2

Aperturas / Cierres

	Fecha	Cadena	Tienda	m2
Cierre	oct-09	Hush Puppies	Imperial	78
Apertura	oct-09	Hush Puppies	Chicó Outlet	120
Apertura	oct-09	Hush Puppies	Restrepo Outlet	130
Total				172

III. Como lo hacemos afuera?

Resultados Financieros Colombia



(Millones Ch.\$)

EERR	2009	2008	Var. % 09/08
Ingresos	2.758	2.572	7,2%
Costos	-1.404	-1.224	14,7%
Margen Bruto	1.354	1.348	0,4%
Resultado Operacional	-430	-1.515	-71,6%

- Durante el 2009 tuvimos una mejora importante en los resultados si bien estos todavía no son positivos.



III. Como lo hacemos afuera?

SSS Uruguay



Crecimiento de Ventas Locales comparables (Same Store)

Valores en términos nominales

	2009	2008
Variación Ventas Retail	0,5%	23,8%

Valores en términos reales (cifras en moneda local)

	2009	2008
Variación Ventas Retail	-5,5%	14,1%

Aperturas / Cierres

	Tienda	m2
Apertura		0
Total		0

III. Como lo hacemos afuera?

Resultados Financieros Uruguay



(Millones Ch.\$)

EERR	2009	2008	Var. % 09/08
Ingresos	8.010	7.774	3,0%
Costos	-4.188	-3.906	7,2%
Margen Bruto	3.821	3.868	-1,2%
Resultado Operacional	888	1.058	-16,1%

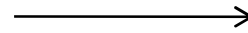
- En Uruguay se ha dado una operación rentable, que se ha mantenido en el tiempo.
- Al igual que todos los países, fue impactada por la crisis durante el 2009, pero a partir del 4Q 09, se empezó a observar un cambio en la tendencia.

IV. Proyecciones

FORUS
brands & retail

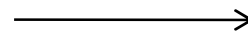
- Que inversiones nos quedan por hacer:

Nuevo Centro de Distribución.



- 11.000 M2.
- Inversión US\$ 15 millones.
- Estará listo en el 4to trimestre del 2010.

Nuevas tiendas.



- A lo menos 10 nuevas tiendas.
- Inversión US\$ 4 millones.





5^a CUMBRE ANUAL DE INVERSIONISTAS
El Futuro según sus Protagonistas



6 de Mayo 2010