



**FORUS**  
brands & retail

Presentación de  
Resultados 1Q 2015  
20 Mayo 2015



## La Compañía

Resultados Financieros

Perspectivas Futuras

Plan de Inversión 2015



## Brands & Retail

32 marcas

20 conceptos de tiendas



## Presencia Regional

483 tiendas



Ventas (CAGR = 18%)  
Utilidad (CAGR = 30%)

## Sólida Situación Financiera

en los últimos 5 años (2009 a 2014)

Alto nivel de Caja MM US\$ 62,8

a Marzo 2015

# Donde Estamos

## Perú



N° Tiendas: 79

% Ventas Totales: 9,0%

Ventas: \$5.426 MM

# Conceptos de Tiendas: 10

Población: 30 MM

PIB per cápita: US\$6.662

## Chile



N° Tiendas: 307

% Ventas Totales: 82,4%

Ventas: \$190.187 MM

# Conceptos de Tiendas: 17

Población: 17 MM

PIB per cápita: US\$15.732

## Colombia



N° Tiendas: 47

% Ventas Totales: 2,3%

Ventas: \$1.403 MM

# Conceptos de Tiendas: 4

Población: 46 MM

PIB per cápita: US\$7.831

## Uruguay



N° Tiendas: 50

% Ventas Totales: 6,2%

Ventas: \$3.749 MM

# Conceptos de Tiendas: 8

Población: 3 MM

PIB per cápita: US\$16.351





La Compañía

**Resultados Financieros**

Perspectivas Futuras

Plan de Inversión 2015

## ✓ Premios recibidos por Forus 2014

- Premio Ken Goi



- Mejor distribuidor del mundo del año 2014



- Mejor Crecimiento en Venta 2014

Apparel



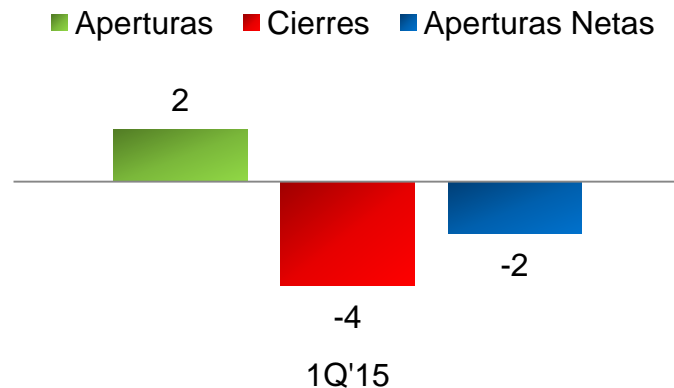
# Hechos Relevantes 1Q 2015

✓ **Desaceleración económica en la región**

✓ **Atraso del invierno**

✓ **Inundación en Copiapó**

✓ **Nuevas aperturas de tiendas 1Q 2015: 2 tiendas**



## Aperturas 1Q15:

Chile 1

Colombia -

Perú 1

Uruguay -

**Total aperturas 2**

# EERR Consolidado al 1Q 2015

FORUS S.A. Y FILIALES  
RESULTADO INTEGRAL DE RESULTADOS  
1° Trimestre (enero a marzo)

	1Q'15		1Q'14		Var %
	M\$	% Ing.	M\$	% Ing.	
Ingresos ordinarios	60.008.217		55.591.679		7,9%
Costos de ventas (menos)	(28.904.410)	-48,2%	(24.993.879)	-45,0%	15,6%
<b>Margen bruto</b>	<b>31.103.807</b>	<b>51,8%</b>	<b>30.597.800</b>	<b>55,0%</b>	<b>1,7%</b>
Costos de distribución	(622.189)	-1,0%	(671.131)	-1,2%	-7,3%
Gastos de administración	(21.405.193)	-35,7%	(18.978.291)	-34,1%	12,8%
Gastos de administración y ventas	(22.027.382)	-36,7%	(19.649.422)	-35,3%	12,1%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>9.076.425</b>	<b>15,1%</b>	<b>10.948.378</b>	<b>19,7%</b>	<b>-17,1%</b>
Otros Ingresos, por función	78.489		46.642		68,3%
Otros Gastos, por función	(84.737)		(58.724)		44,3%
Ingresos financieros	33.371		117.533		-71,6%
Costos financieros	(119.561)		(156.872)		-23,8%
Participación en Ganancia (Pérdida) de negocios conjuntos contabilizados por el método de la participación	(4.592)		256.183		-101,8%
Diferencias de cambio	615.861		1.105.795		-44,3%
Resultados por unidades de reajuste	(266)		(21.450)		-98,8%
Otras ganancias y pérdidas	101.534		74.065		37,1%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>620.099</b>	<b>1,0%</b>	<b>1.363.172</b>	<b>2,5%</b>	<b>-54,5%</b>
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>9.696.524</b>	<b>16,2%</b>	<b>12.311.550</b>	<b>22,1%</b>	<b>-21,2%</b>
(Gastos) ingresos por impuesto a las ganancias	(2.199.218)		(2.497.729)		-12,0%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>7.497.306</b>	<b>12,5%</b>	<b>9.813.821</b>	<b>17,7%</b>	<b>-23,6%</b>
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	7.566.369		9.919.291		-23,7%
Ganancia (Pérdida) Atribuible a Participación Minoritaria	(69.063)		(105.470)		-34,5%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>7.497.306</b>	<b>12,5%</b>	<b>9.813.821</b>	<b>17,7%</b>	<b>-23,6%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>10.934.753</b>	<b>18,2%</b>	<b>12.475.117</b>	<b>22,4%</b>	<b>-12,3%</b>





## Retail + Wholesale 1Q

(Millones Ch.\$)

EERR	4Q '14	% Ingresos	4Q '13	% Ingresos	Var. % 14/13
Ingresos	49.456		46.089		7,3%
Costos	-24.007		-20.833		15,2%
Margen Bruto	25.450	51,5%	25.255	54,8%	0,8%
GAV	-16.631	-33,6%	-15.005	-32,6%	10,8%
Resultado Operacional	8.818	17,8%	10.250	22,2%	-14,0%

## Retail 1Q

(Millones Ch.\$)

EERR	1Q '15	% Ingresos	1Q '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	33.268		30.889		7,7%
Costos	-15.233		-13.191		15,5%
Margen Bruto	18.035	54,2%	17.698	57,3%	1,9%
GAV	-13.672	-41,1%	-12.116	-39,2%	12,8%
Resultado Operacional	4.363	13,1%	5.582	18,1%	-21,8%

67% de las ventas en Chile

## Same Store Sales

Valores en términos nominales (en moneda local)

	2014				FY	2015				1Q	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	2014	2015
SSS	4,4%	3,7%	2,3%	9,9%	5,3%	0,8%				4,4%	0,8%

## Variación m2 totales

	Mar. 2015	Mar. 2014	Var. % 15/14
N° Locales	307	287	7,0%
m2 área venta + vitrina	35.184	32.454	8,4%

## Wholesale 1Q

(Millones Ch.\$)

EERR	1Q '15	% Ingresos	1Q '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	16.188		15.200		6,5%
Costos	-8.774		-7.643		14,8%
Margen Bruto	7.414	45,8%	7.557	49,7%	-1,9%
GAV	-2.959	-18,3%	-2.888	-19,0%	2,5%
Resultado Operacional	4.455	27,5%	4.669	30,7%	-4,6%

33% de las ventas en Chile



## Resultados Financieros 1Q

(Millones Ch.\$)

EERR	1Q '15	% Ingresos	1Q '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	1.403		1.359		3,3%
Costos	-753		-778		-3,2%
Margen Bruto	650	46,3%	580	42,7%	12,0%
GAV	-857	-61,1%	-766	-56,3%	12,0%
Resultado Operacional	-207	-14,8%	-185	-13,6%	11,9%

2,3% Consolidado  
1Q15

## Same Store Sales

Valores en términos nominales (en moneda local)

	2014					FY	2015				1Q	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q		2Q	3Q	4Q	2014	2015	
SSS	3,2%	4,7%	14,3%	10,5%	8,7%	12,8%					3,2%	12,8%

## Variación m2 totales

	Mar. 2015	Mar. 2014	Var. % 15/14
N° Locales	79	66	19,7%
m2 área venta + vitrina	6.469	5.158	25,4%



## Resultados Financieros 1Q

(Millones Ch.\$)

EERR	1Q '15	% Ingresos	1Q '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	5.426		4.842		12,0%
Costos	-2.630		-2.033		29,4%
Margen Bruto	2.796	51,5%	2.810	58,0%	-0,5%
GAV	-2.551	-47,0%	-2.198	-45,4%	16,0%
Resultado Operacional	245	4,5%	612	12,6%	-60,0%

9,0% Consolidado  
1Q15

## Same Store Sales

Valores en términos nominales (en moneda local)

	2014				FY	2015				1Q	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	2014	2015
SSS	-8,0%	-9,7%	-6,3%	-2,8%	-6,3%	2,1%				-8,0%	2,1%

## Variación m2 totales

	Mar. 2015	Mar. 2014	Var. % 15/14
N° Locales	79	66	19,7%
m2 área venta + vitrina	6.469	5.158	25,4%



## Resultados Financieros 1Q

(Millones Ch.\$)

EERR	1Q '15	% Ingresos	1Q '14	% Ingresos	Var. % 15/14
Ingresos	3.749		3.501		7,1%
Costos	-1.541		-1.549		-0,5%
Margen Bruto	2.209	58,9%	1.952	55,8%	13,1%
GAV	-1.988	-53,0%	-1.681	-48,0%	18,3%
Resultado Operacional	221	5,9%	271	7,8%	-18,7%

6,2% Consolidado  
1Q15

## Same Store Sales

Valores en términos nominales (en moneda local)

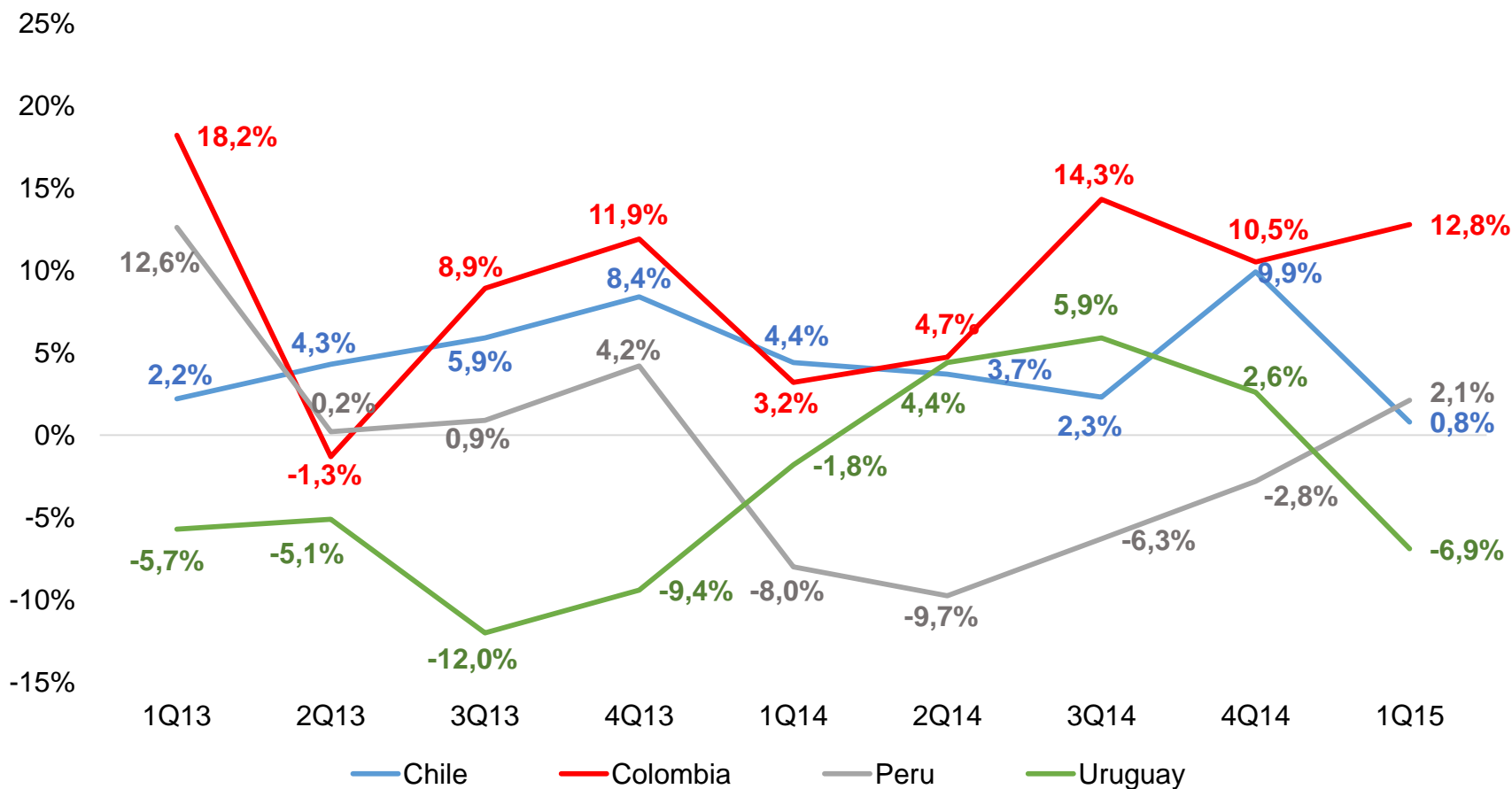
	2014				FY	2015				1Q	
	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	2014	2015
SSS	-1,8%	4,4%	5,9%	2,6%	3,1%	-6,9%				-1,8%	-6,9%

## Variación m2 totales

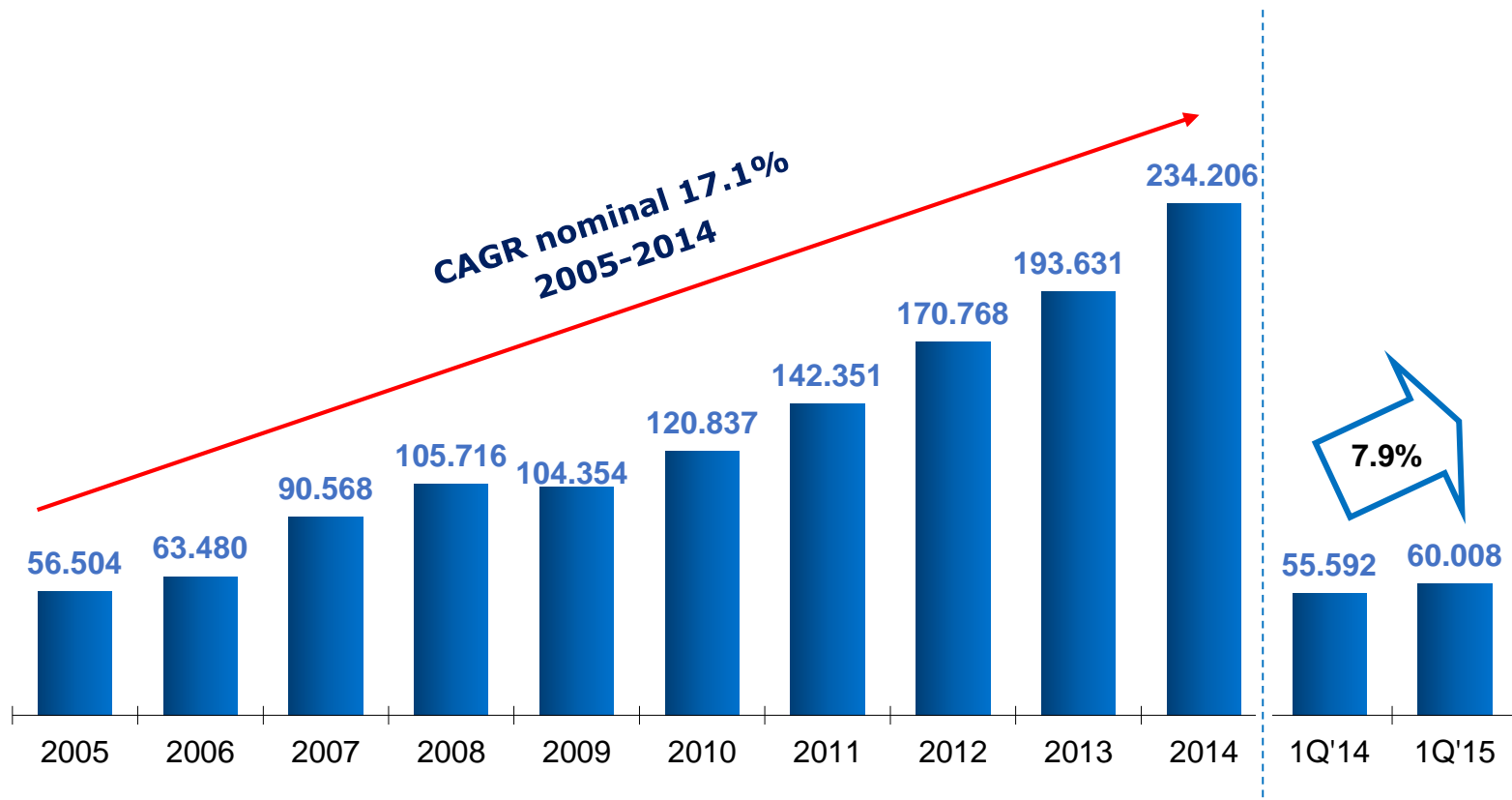
	Mar. 2015	Mar. 2014	Var. % 15/14
N° Locales	50	44	13,6%
m2 área venta + vitrina	4.318	3.978	8,6%

# Forus SSS por País

SSS	2010	2011	2012	2013	2014
Chile	10,1%	18,7%	8,3%	5,3%	5,3%
Colombia	9,4%	15,3%	8,0%	9,3%	8,7%
Peru	2,0%	20,7%	16,5%	4,2%	-6,3%
Uruguay	7,2%	20,3%	9,5%	-8,0%	3,1%

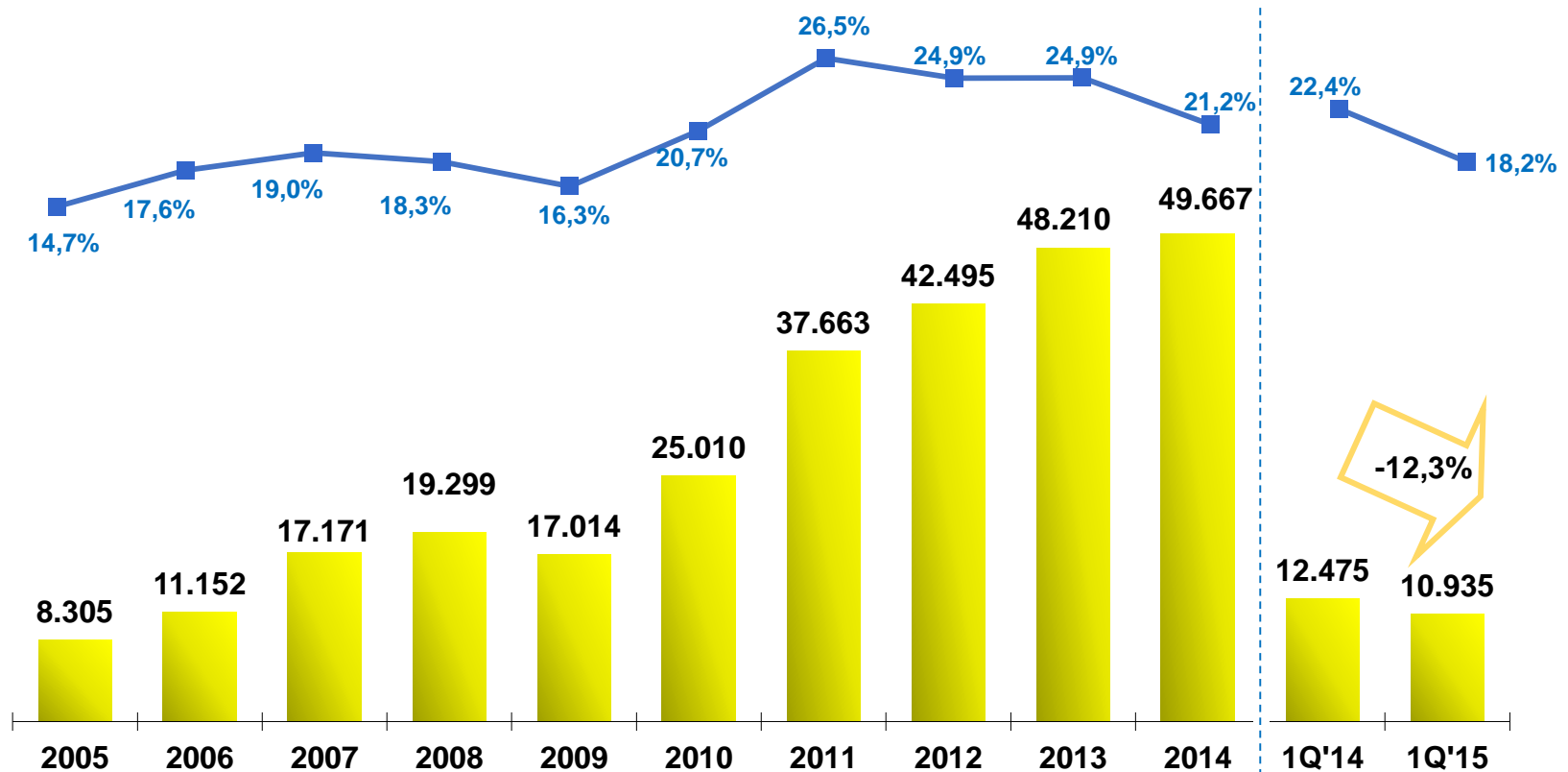


## Ingresos Forus Consolidado



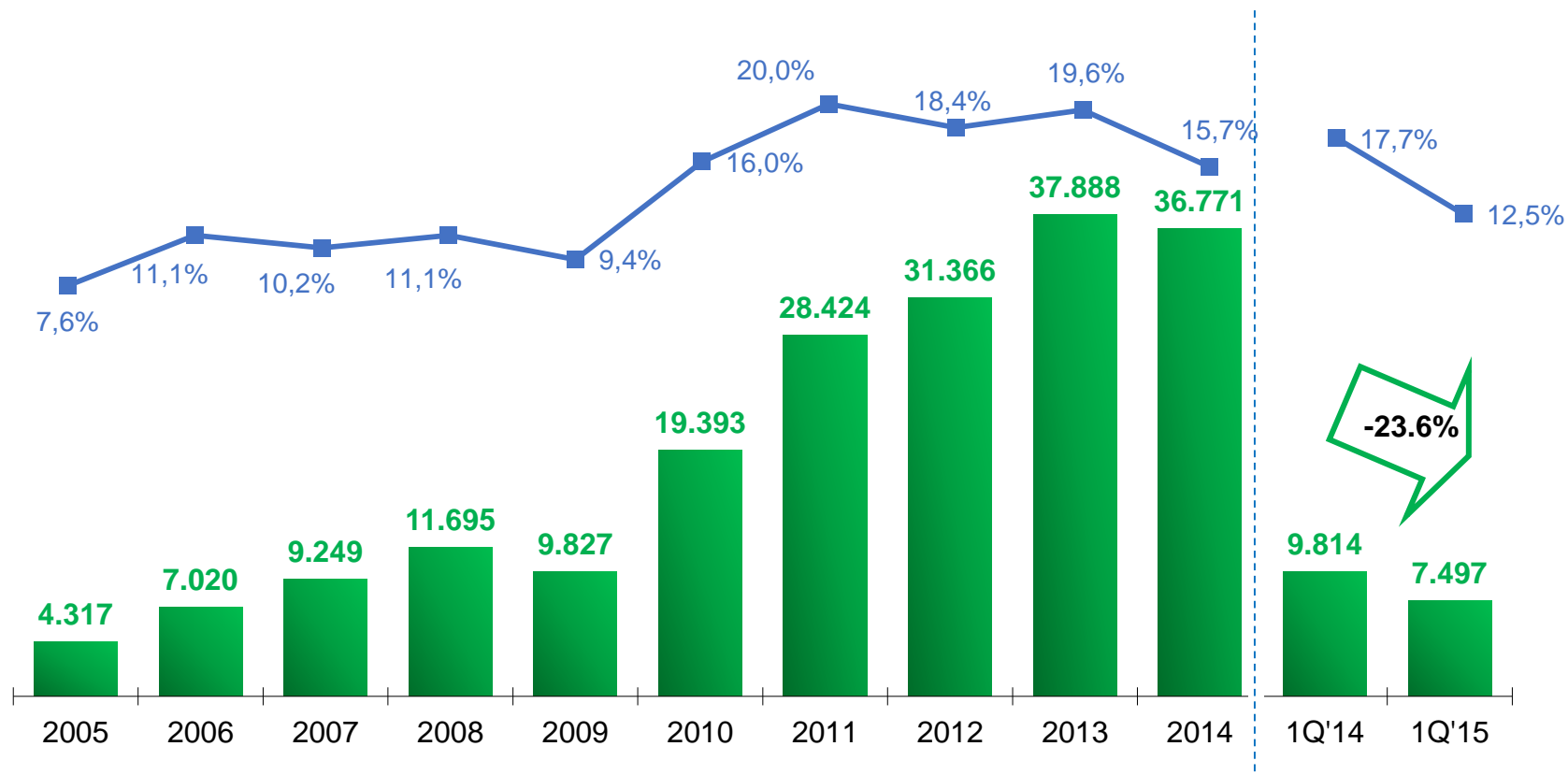
## EBITDA Forus Consolidado

**CAGR nominal (2005-2014) = 22.0%**



## Utilidad Neta Forus Consolidado

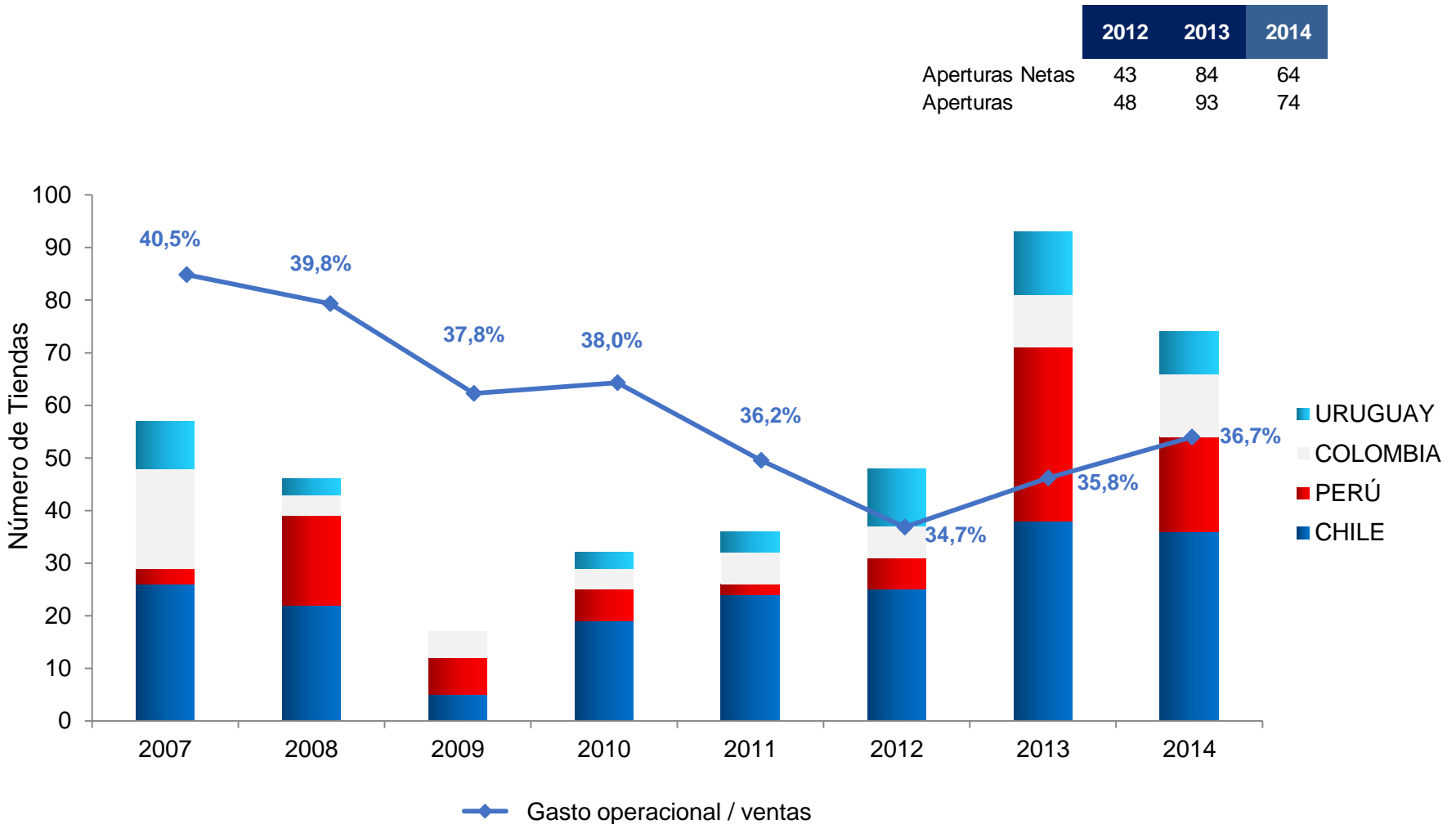
**CAGR nominal (2005-2014) = 26.9%**





# Tasa de Apertura de Tiendas

**Foco en mejora en eficiencias correlacionado con el n° de tiendas abiertas**





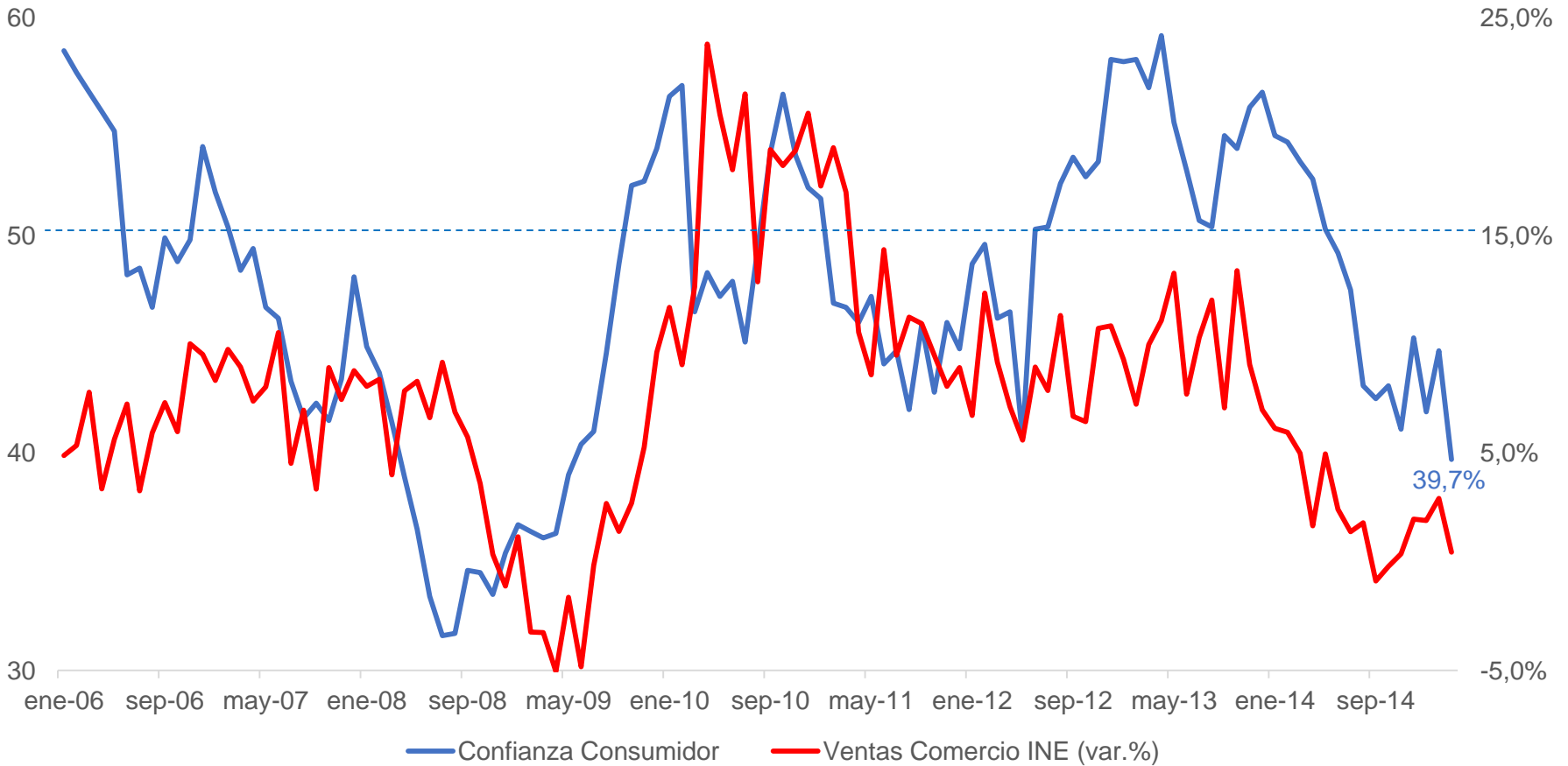
La Compañía

Resultados Financieros

**Perspectivas Futuras**

Plan de Inversión 2015

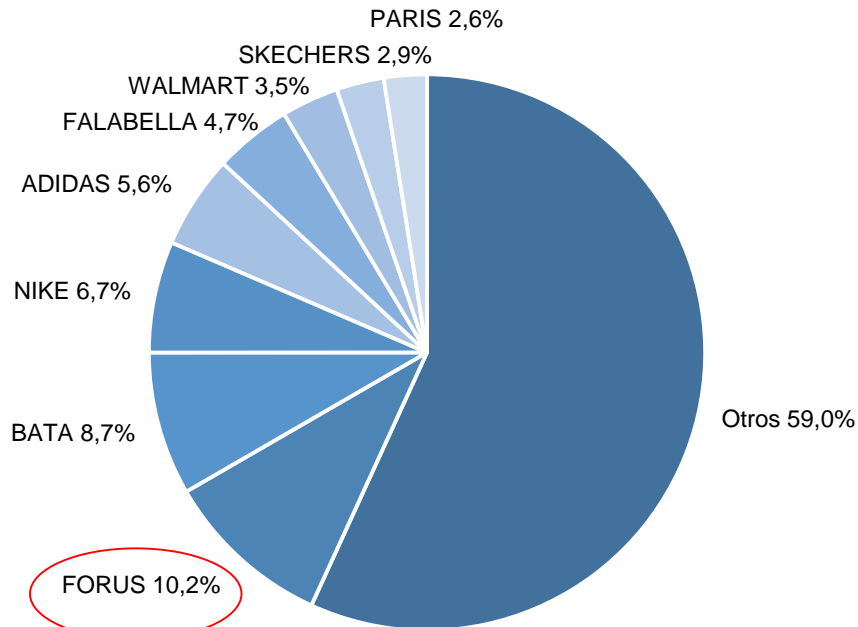
# Índice Confianza Consumidor



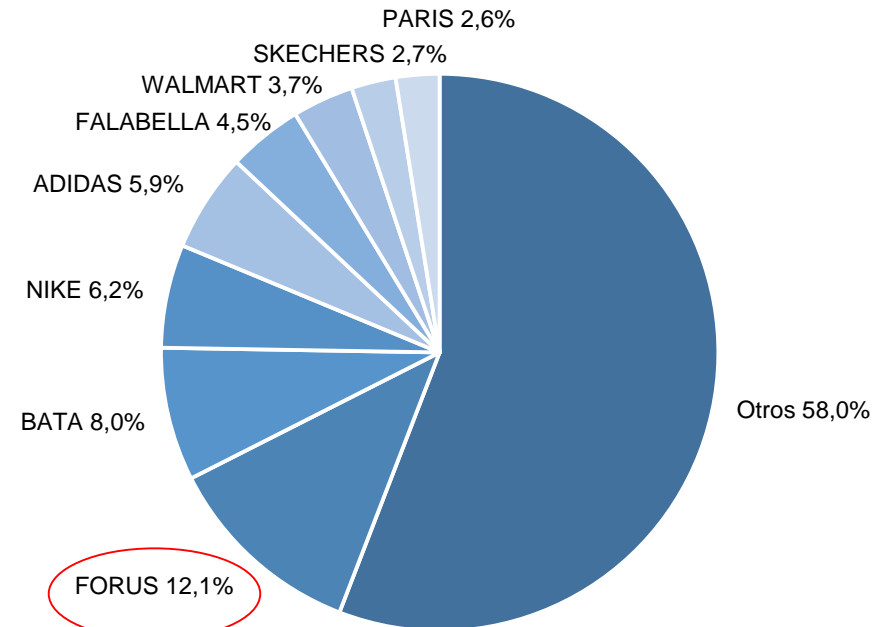
# Mayor Participación de Mercado

**En calzado, Forus ganó 192 pb de participación en el 2014 respecto al 2013**

US \$ FOB 2013



US \$ FOB 2014





La Compañía

Resultados Financieros

Perspectivas Futuras

**Plan de Inversión 2015**

# Plan de Inversiones 2015

## Forus Consolidado

### Capex

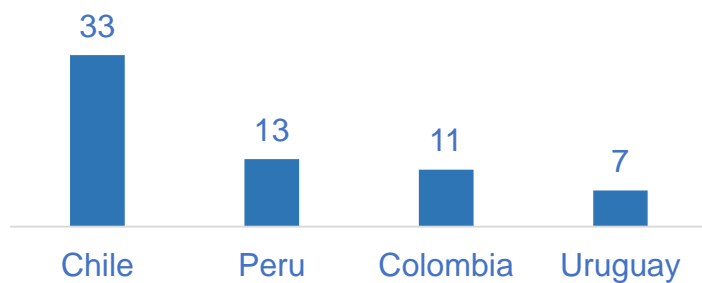
**MM US\$ 10**

### Nuevas tiendas

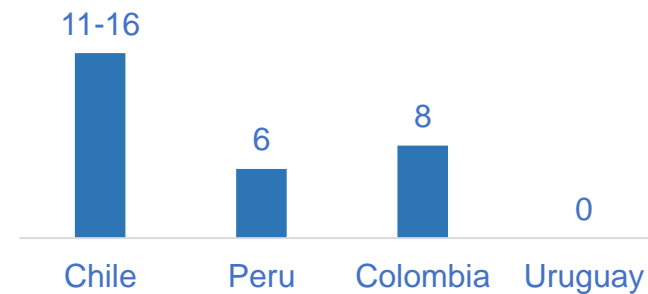
Estimado 2015

**25 - 30** tiendas

### 2014 Apertura de tiendas netas



### Aperturas 2015E



El presente documento tiene carácter puramente informativo, y parte de la información recogida en él contiene proyecciones sobre intenciones, expectativas o previsiones futuras. Todas ellas, a excepción de aquellas basadas en datos históricos, son proyecciones de futuro, incluyendo, entre otras, las relativas a la posición financiera, estrategias de negocios, planes de gestión y objetivos para operaciones futuras de la Compañía. Y como tales se encuentran sujetas y/o están afectas a variadas contingencias, (entre otras, competencia del sector, preferencias y tendencias de gasto de los consumidores, condiciones económicas y legales del país, restricciones al libre comercio y/o inestabilidad política en los distintos mercados en que opera la empresa), difíciles de predecir, que podrían determinar que, en definitiva, no se verifiquen en la realidad. Por lo mismo, la Compañía no garantiza la total efectividad de dichas proyecciones de futuro, pudiendo ellas diferir de lo que aquí se informa, no siendo ello responsabilidad de la empresa ni de su administración.



**FORUS**  
brands & retail

Presentación de  
Resultados 1Q 2015  
20 Mayo 2015