

AD RETAIL

Emisión de Bonos Desmaterializados
Series P26A
P26C
Marzo 2014

Agenda

- Compañía 2012- 2013
- Reseña Histórica
- Estructura Corporativa
- Negocio Retail
- Negocio Financiero
- Resultados Financieros

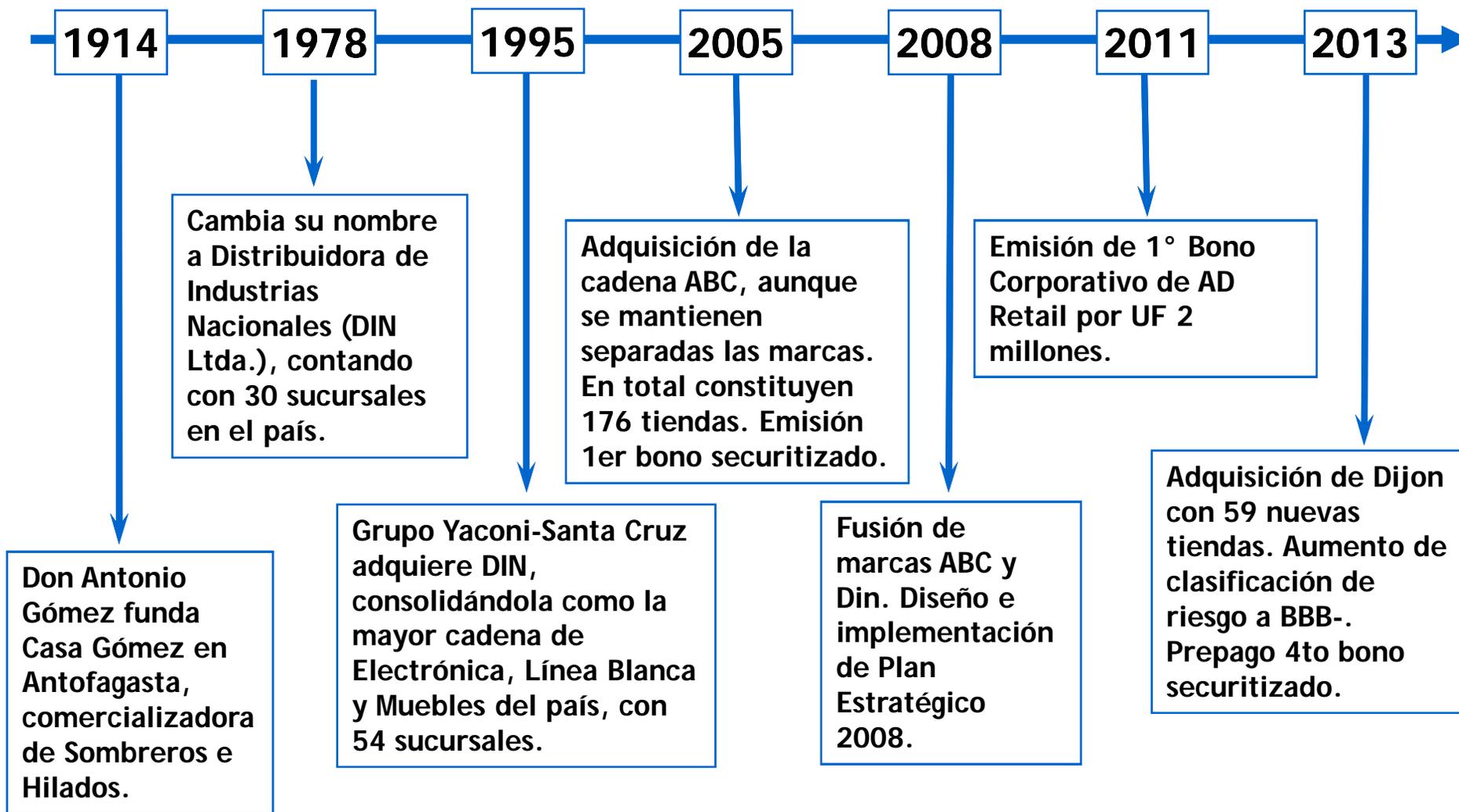
Hacia dónde vamos...

- Fortalecer el negocio retail y marca de Abcdin: mejora de mix y optimización de costos logísticos.
- Reposicionar y aumentar las ventas de Dijon.
- Crecer en el negocio financiero a través de nuevos productos y clientes (desbancarización).
- Mejorar la eficiencia en gastos e inversiones.

Agenda

- Compañía 2012- 2013
- Reseña Histórica
- Estructura Corporativa
- Negocio Retail
- Negocio Financiero
- Resultados Financieros

Reseña Histórica



Agenda

- Compañía 2012- 2013
- Reseña Histórica
- Estructura Corporativa
- Negocio Retail
- Negocio Financiero
- Resultados Financieros

Estructura Corporativa

Directorio

Pablo Turner G. Presidente	Ingeniero Comercial, Universidad Católica. MBA, University of Chicago.
Jaime Santa Cruz N.	Ingeniero Civil, Universidad Católica.
Roberto Piriz S.	Abogado, Universidad de Chile.
Pablo Santa Cruz	Ingeniero Comercial, Universidad Católica.
Cristián Neelly B.	Ingeniero Civil, Universidad Católica.
Juan Manuel Santa Cruz M.	Ingeniero Civil, Universidad Católica.
Diego Vidal S.	Ingeniero Comercial, Universidad de Chile.

Gerente General

Francisco Samaniego S.	Ingeniero Comercial, Universidad de Chile. MBA, University of Chicago.
-------------------------------	---



Agenda

- Compañía 2012- 2013
- Reseña Histórica
- Estructura Corporativa
- **Negocio Retail**
- Negocio Financiero
- Resultados Financieros

Distribución de Tiendas - Abcdin

Ventas de mercadería por zona geográfica
(acumulada a septiembre de 2013)

Zona	Número de tiendas	Ventas Merc. MM\$ 9M 2013
Norte	12	20,4%
Metropolitana	17	23,2%
Centro Costa	19	21,9%
Sur	18	19,0%
Austral	14	15,4%
Total	80	100%

Alta diversificación geográfica en ventas y colocaciones

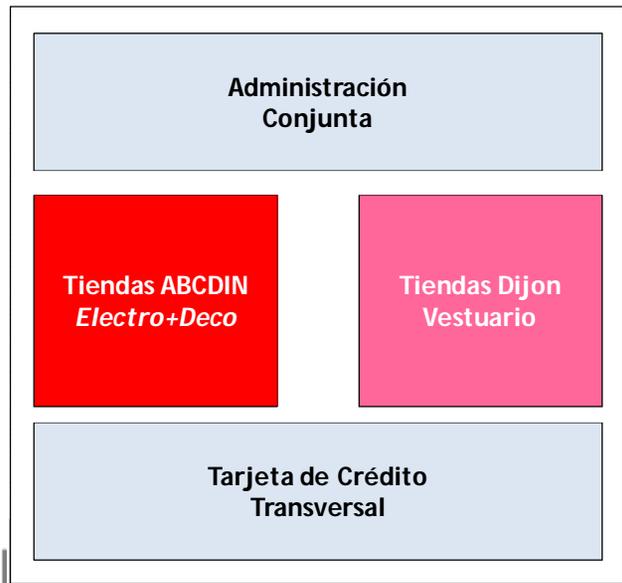
Dijon

Descripción

- Aprox. 10% de los ingresos de Abcdin
- Especialista en vestuario, producto de mayor margen.
- 59 tiendas distribuidas de Arica a Punta Arenas (puntos para captación de clientes y recaudación de cuotas).
- Baja participación del negocio financiero.

Estrategia

“Formato Especialista, Foco en Segmento C3D”



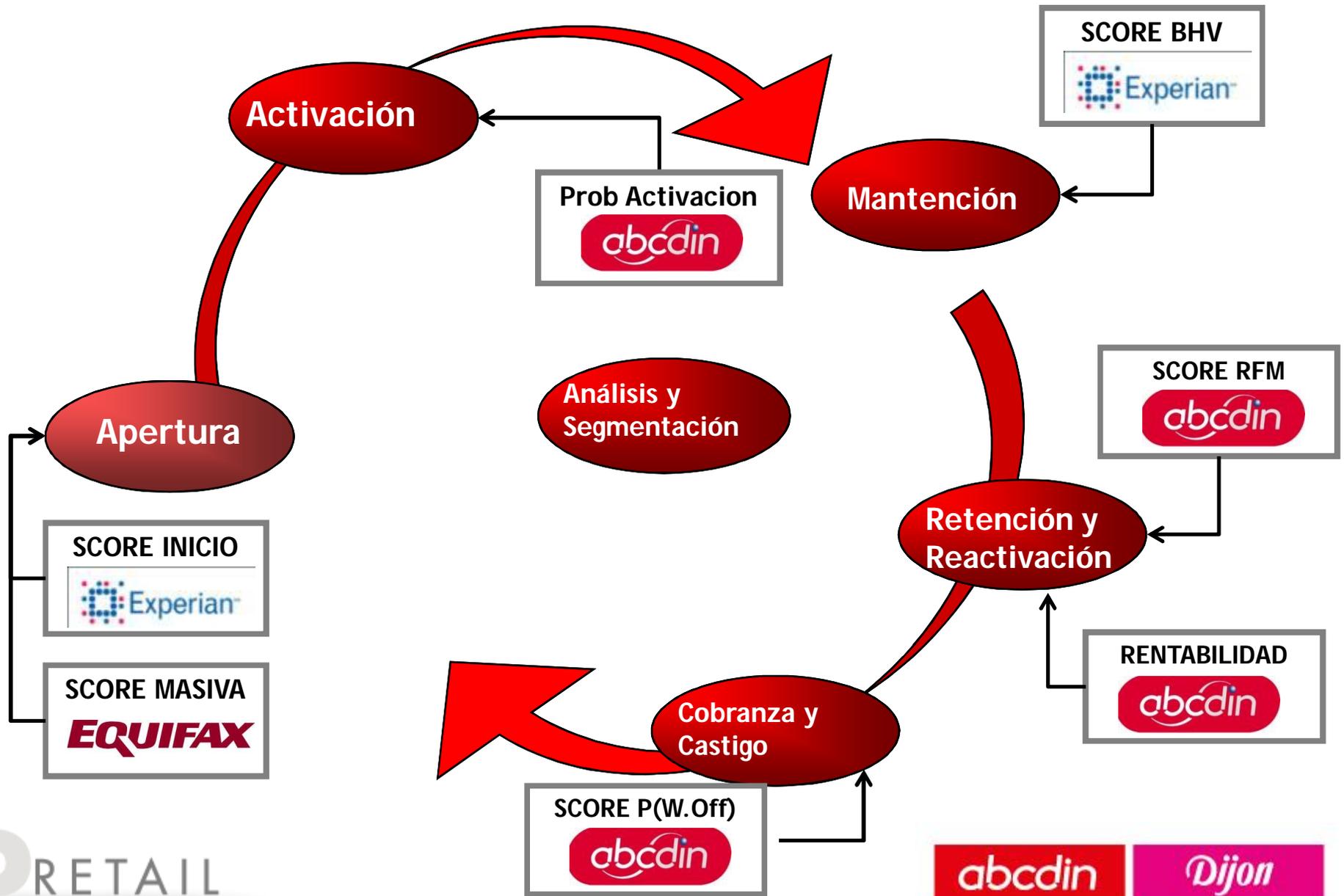
Sinergias y Oportunidades

- Ingreso “rápido” al negocio de vestuario.
- Diversificar ingresos de ABCDIN y disminuir dependencia del negocio financiero.
- Aumentar la rentabilidad retail a través del mayor margen del vestuario.
- Reposicionar a Dijon hacia mujer y moda.
- Aprovechar know how y experiencia previa del senior management en el negocio de vestuario.
- Apalancar ventas de Dijon a través de los +700 mil clientes de ABCDIN.

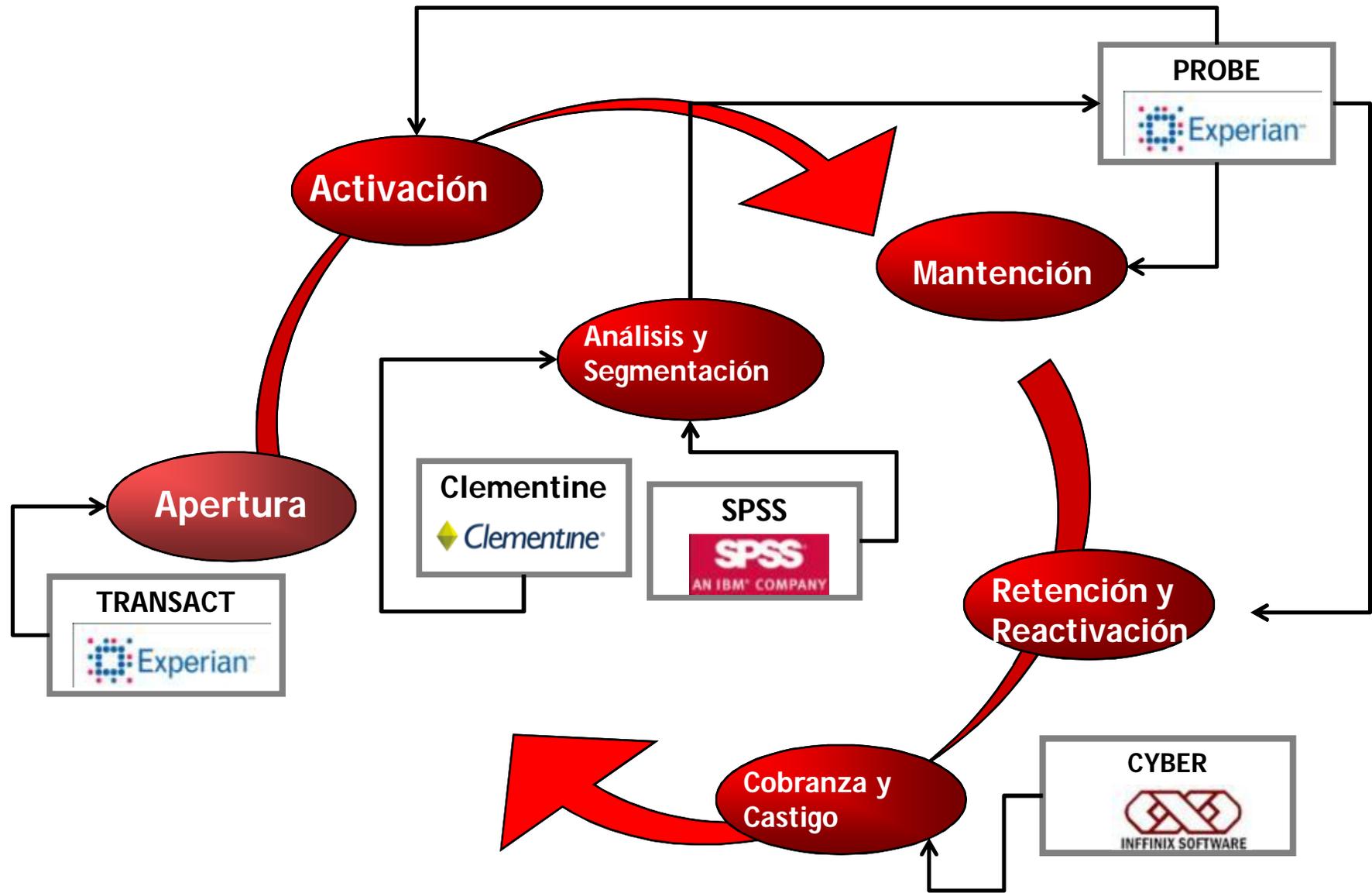


Agenda

- Compañía 2012- 2013
- Reseña Histórica
- Estructura Corporativa
- Negocio Retail
- Negocio Financiero
- Resultados Financieros

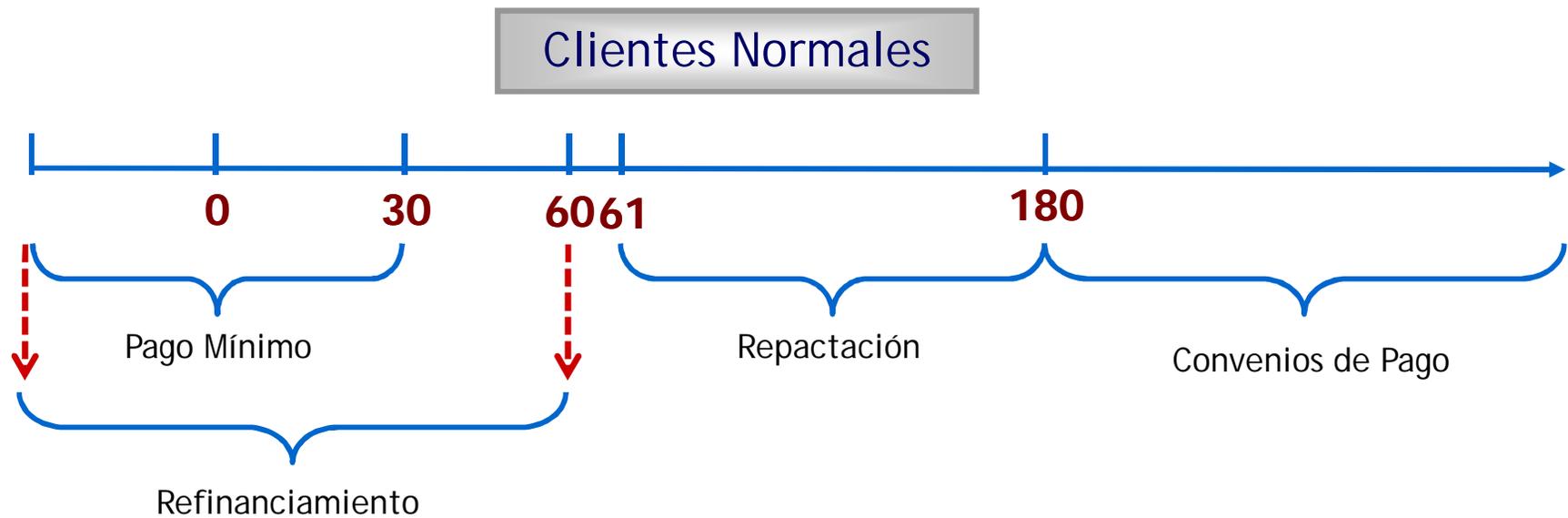


Herramientas / Estrategia e Implementación



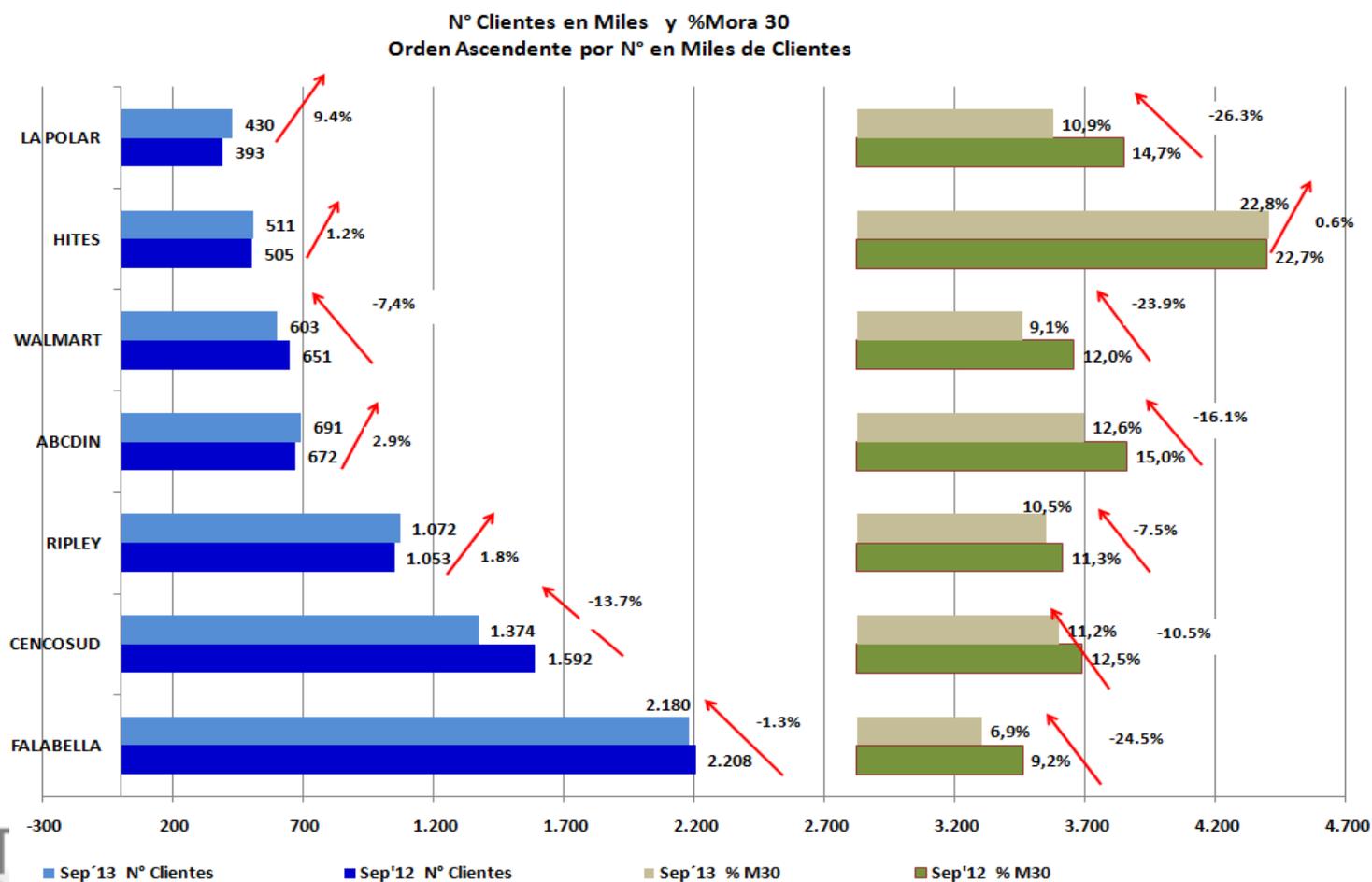
Negocio Financiero

Proceso de Normalización



Negocio Financiero

Indicador (hasta 180)	ABCDIN	FALABELLA	CENCOSUD	RIPLEY	HITES	WALMART	LA POLAR
%Mora30	12,6%	6,9%	11,2%	10,5%	22,8%	9,1%	10,9%
%Mora60	8,7%	4,1%	7,1%	6,7%	16,1%	6,4%	6,9%
%Mora90	6,0%	2,6%	4,9%	4,4%	10,9%	4,3%	4,5%
% Prov. / C.Vencida	1,69	1,60	1,60	2,80	1,25	1,41	1,9
% Riesgo	10,2%	4,1%	7,8%	12,4%	13,7%	6,0%	8,4%



Negocio Financiero

Participación en saldos de deuda de la Industria ⁽¹⁾

						
sep-13	6,6%	45,0%	15,9%	15,9%	3,8%	12,8%
jun-13	6,7%	43,8%	17,5%	15,8%	3,8%	12,4%
mar-13	6,6%	43,7%	18,2%	15,3%	3,7%	12,4%
dic-12	6,6%	43,7%	18,1%	15,5%	4,3%	11,7%
sep-12	5,9%	46,1%	17,2%	14,5%	3,7%	12,5%
jun-12	6,0%	47,5%	16,8%	14,0%	3,8%	12,0%
mar-12	5,9%	51,7%	13,4%	13,4%	3,7%	11,9%
dic-11	6,1%	49,0%	15,2%	13,6%	4,2%	11,8%
sep-11	5,9%	49,5%	14,6%	13,4%	3,8%	12,8%
jun-11	5,8%	48,6%	15,0%	14,4%	3,7%	12,4%

Crecimiento
Sept'13 v/s Sep'11



+0,7



-4,5



+1,3



+2,5

0,0

0,0

Crecimiento
Jun'13 v/s Jun'11



+0,9



-4,8



+2,5



+1,4



+0,1

0,0

(1) Información de las FECUS de las diferentes instituciones, se sacó La Polar para no distorsionar el estudio

Abcdn uno de los 3 Retailers que más creció en saldos estos últimos 2 años.

Negocio Financiero

Lo anterior se sustenta por lo Bien Valorada que es la Tarjeta abcdin en nuestro Segmento por sus atributos...

MiniCuotas con la Tasa más Baja del Mercado



Ofertas Exclusivas en abcdin



Promociones Exclusivas en Dijon



DIJON

WEB potente se puede Pagar Cuentas, revisar promociones, Botones de pago, revisar Saldo, etc



Avances en Efectivo



Autoliquidables

Descuentos de Primera Compra atractivos



Desfase de la Primera Cuota en 30,60 o 90 días

Agenda

- Compañía 2012- 2013
- Reseña Histórica
- Estructura Corporativa
- Negocio Retail
- Negocio Financiero
- Resultados Financieros

Resultados AD Retail

Estado de Resultados 9M'13	Abcdin		Negocio Vestuario*	AD Retail	
	9M'13	Var %	9M'13	9M'13	Var%
Ingresos Totales	242.635	15%	12.586	255.221	21%
Ganancia bruta	74.790	22%	4.818	79.608	30%
<i>Margen %</i>	<i>30,8%</i>		<i>38,3%</i>	<i>31,2%</i>	
GAV**	(62.285)	22%	(7.240)	(69.525)	36%
<i>% Ingresos</i>	<i>25,7%</i>		<i>57,5%</i>	<i>27,2%</i>	
EBITDA	18.503	14%	-1.834	16.669	3%
<i>% Ingresos</i>	<i>7,6%</i>		<i>-14,6%</i>	<i>6,5%</i>	
Ganancia (pérdida)				5.574	-28%
<i>% Ingresos</i>				<i>2,2%</i>	

* No Incluye enero - Marzo (periodo anterior a compra).

** Incluye cuenta Otras Ganancias Pérdidas.

- **Ingresos:** +21% por SSS de +23% en Abcdin e incorporación línea de vestuario. Aumento de market share de 10,2% a 10,5% en Abcdin respecto a septiembre del año anterior.

- **Margen:** Aumento de 29,0% a 31,2% por incorporación de línea de vestuario y mejora del margen del negocio financiero debido a menores incobrables.

- **GAV % :** Aumento de 24,2% a 27,2% por mayores costos logísticos y gastos de administración (Dijon).

- **EBITDA:** Aumento en 3% por mayor EBITDA de Abcdin, compensando por pérdida en Negocio de Vestuario.

- **Ganancia (pérdida):** Disminución en 28% por pérdidas en el Negocio de Vestuario, al reconocimiento en 2012 de una utilidad tributaria por una vez por MM\$1.374 y mayores pérdidas por diferencia de cambio.