

Propuesta de fusión

Santiago, 27 de mayo de 2009

Contenido

CAPITULO I – Transacción Propuesta

CAPITULO II – Descripción de Supermercados del Sur

CAPITULO III – Potenciales sinergias de la fusión

CAPÍTULO IV – Valorizaciones relativas

Capítulo I

Transacción propuesta

Descripción de la transacción propuesta

- Durante el año 2008, Omega S.A (en adelante “Omega”), sociedad controlada por Southern Cross Group Latin America Private Equity Fund III L.P. (en adelante “Southern Cross”) inició un proceso de adquisición de una serie de activos que en términos generales corresponden a acciones, contratos de arrendamiento, marcas comerciales, existencias y otros bienes necesarios para la operación de una cadena de supermercados (en adelante “Supermercados del Sur”)
- Gestora Omega Limitada Holding y Compañía en Comandita por Acciones (en adelante el “Oferente”), controladora de Omega, ha realizado una oferta para la fusión por absorción o incorporación de Omega con Empresas La Polar S.A. (en adelante “La Polar”), siendo Omega la sociedad fusionada o absorbida y La Polar la sociedad fusionante o absorbente.
 - La Fusión comprendería la integración de ambas compañías en base a la valorización de cada una de ellas realizada por LarrainVial, la que considera que la propiedad final de la sociedad fusionada correspondería en un 62% para los accionistas de La Polar y en un 38% para los accionistas de Omega.
 - Considerando que La Polar tiene un capital de 220.605.697 acciones suscritas y pagadas, los accionistas de La Polar deberán aprobar un aumento de capital con el objeto de emitir 135.209.943 nuevas acciones, que se entregarían a los accionistas de Omega, en canje por sus actuales acciones de ésta.
 - Las nuevas acciones de La Polar emitidas para efectos de la fusión serían entregadas a los accionistas de Omega en canje, en base a una relación de 1,06715902 nuevas acciones de La Polar por cada acción de Omega de que fueren titulares.

Descripción de la transacción propuesta

- Con la finalidad de materializar la fusión propuesta, deberá procederse de la siguiente forma:
 - La fusión deberá ser aprobada, en idénticos términos, en junta extraordinaria de accionistas de ambas compañías (las “Juntas de Fusión”). Las Juntas de Fusión deberán celebrarse a más tardar el día 14 de julio de 2009.
 - Las Juntas de Fusión deberán aprobar, de conformidad con la ley, los estados financieros auditados de ambas compañías al 31 de marzo de 2009, así como los informes periciales relativos a la Fusión que ordena la ley.
 - Los directorios de ambas compañías deberán designar un representante cada uno, que conformarán un comité de fusión que tendrá por objeto coordinar las gestiones que deban efectuarse en el período previo a las Juntas de Fusión.
- Omega dará acceso a La Polar y sus asesores a fin que éstos puedan realizar una revisión y análisis de la situación legal, contable, tributaria, financiera y operacional de Omega y sus filiales.
- La presente oferta está sujeta a ciertas condiciones, dentro de las cuales se incluye que Omega haya obtenido la autorización de parte de los bancos acreedores de la filial de Omega, Inversiones del Sur S.A., para que su controlador final, Southern Cross, disminuya su participación accionaria a menos de un 51%, de conformidad con el contrato de crédito sindicado celebrado por dicha filial.
- Si el número de accionistas de La Polar que ejerza el derecho a retiro que le asiste de conformidad con la Ley N°18.046 de Sociedades Anónimas, con ocasión de la aprobación de la Fusión, representa acciones por un porcentaje igual o superior al 2% del total de acciones de La Polar, el Oferente tendrá el derecho de promover la citación a una nueva Junta de Accionistas de Omega para que reconsideren y, eventualmente, revoquen el acuerdo de Fusión, de conformidad con lo establecido en el artículo 71 de la misma ley. En caso que el Oferente opte por ejercer este derecho, podrá votar favorablemente en la Junta respectiva de Omega y aprobar, según lo determine, el acuerdo revocatorio de la Fusión. Lo anterior, sin perjuicio de los derechos que le asistan a los accionistas de La Polar de conformidad con la misma norma legal citada.
- El Oferente, una vez aprobada la Fusión, promoverá la materialización de un aumento de capital en La Polar con el objeto de poder implementar un plan de compensación de los ejecutivos de La Polar y sus filiales, a través del otorgamiento de opciones para suscribir acciones de la compañía fusionada.

La Oportunidad

**RETAIL
INTEGRADO**

**ESTABILIDAD EN
FLUJOS**

SINERGIAS

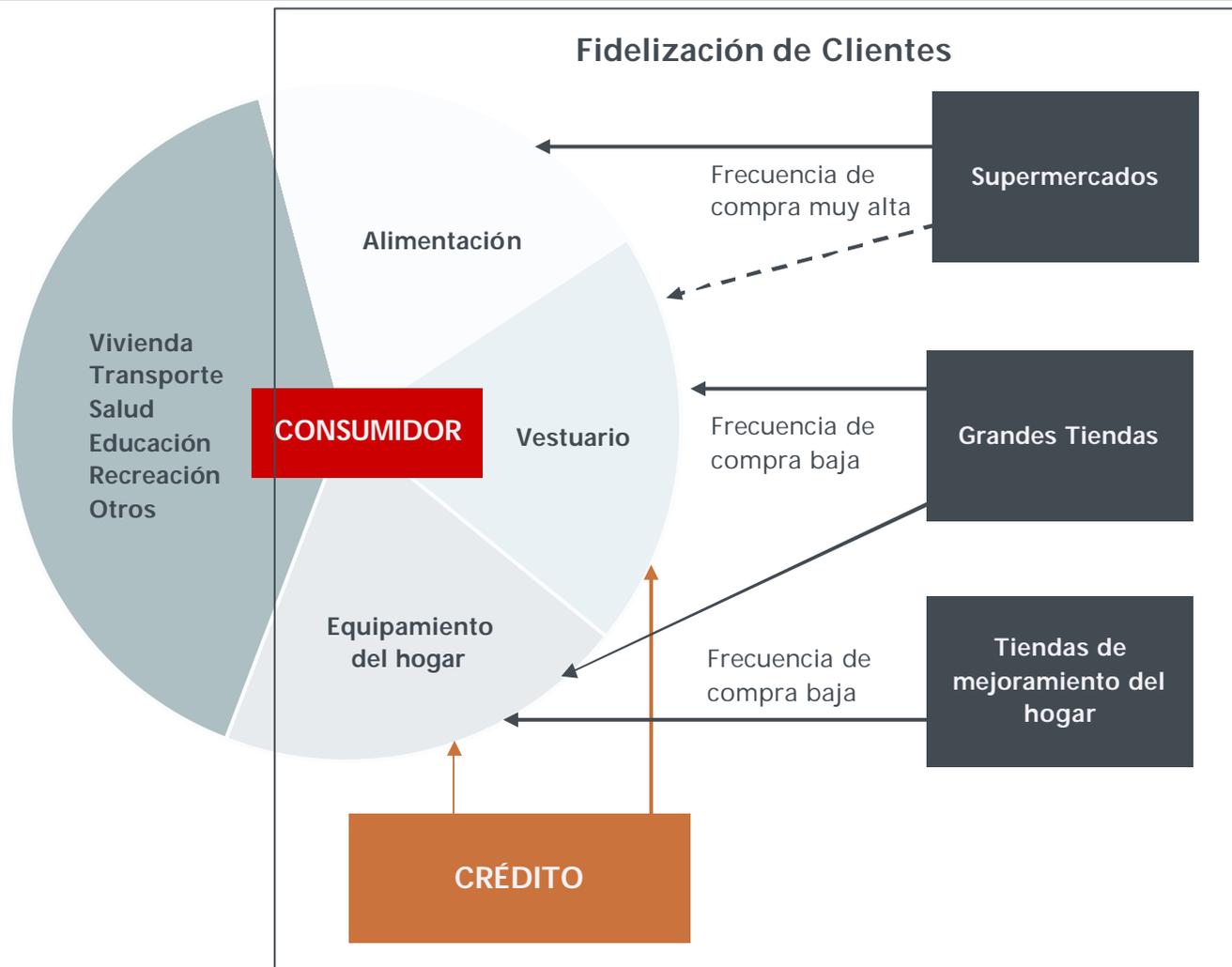
Tamaño conjunto: Ventas
conjuntas de
US\$ 1.500 millones
aproximadamente

Fundamentos del Retail Integrado



Retail Integrado: el modelo chileno

Diagrama



Retail Integrado vs. modelo La Polar

Tienda por Departamento / Controlador	Supermercado Asociado	Negocio Financiero	Otros retailers /inmobiliarios	Ingresos Totales (millones de US\$) ⁽¹⁾	Ingresos Chile (millones de US\$) ⁽¹⁾
				5.800	3.500
				9.600	4.200
				3.000 ⁽³⁾	2.500 ⁽³⁾
				370.000	3.400
				700	700

(1) Tipo de cambio al cierre de 2008 (1 US\$ = \$636,45)

(2) El controlador de SMU adquirió recientemente el 20% de la propiedad de Ripley y entró al pacto controlador

(3) Considera la suma de los ingresos de Ripley y SMU (estimados)

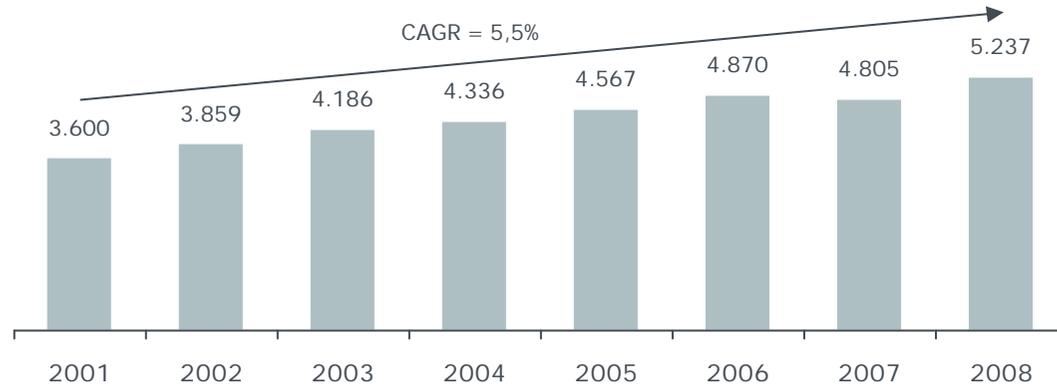
Fuente: LarrainVial y Supermercados del Sur

Capítulo II

Descripción de Supermercados del Sur

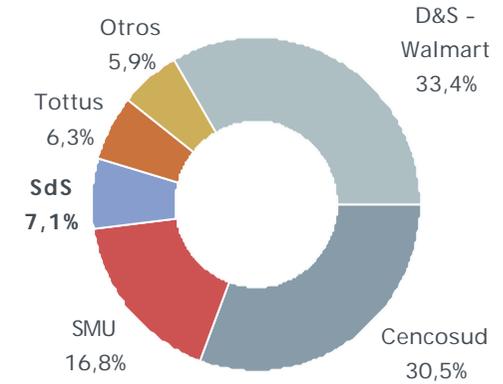
Industria de supermercados en Chile

Ventas de la industria (miles de millones de pesos a diciembre 2008)



Fuente: Departamento de Estudios LarrainVial

Participaciones de mercado (2008)



Fuente: Supermercados del Sur y LarrainVial

Consolidación vía adquisiciones

	Período de adquisiciones y consolidación de la industria (2003 – 2008)	Controlador
		
	   	
		
	        	
	     	Supermercados del Sur

Supermercados del Sur en números

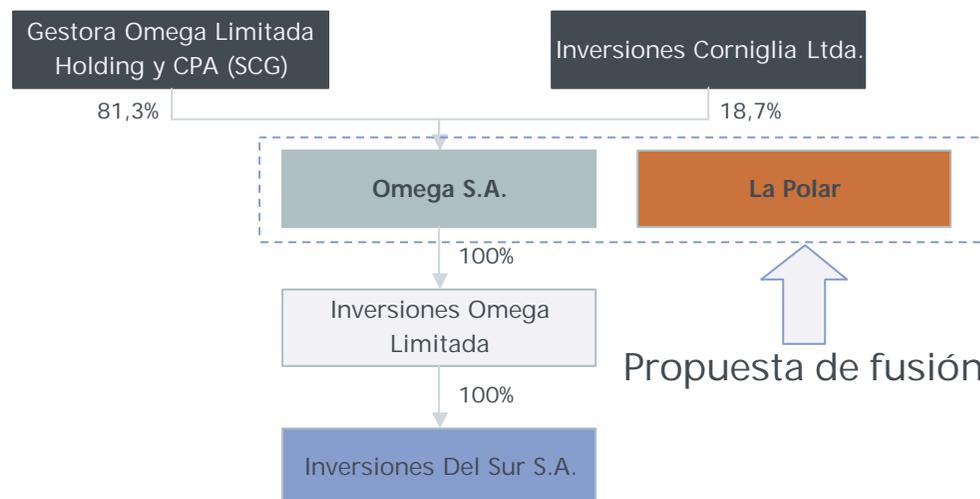
- Southern Cross Group ("SCG") adquirió seis cadenas regionales de supermercados, todas con fuerte posición competitiva en sus zonas.
- Las adquisiciones contemplaron la compra de los activos del negocio y arriendos de largo plazo de los inmuebles (20 - 25 años).
- Las adquisiciones realizadas permitieron a SCG capturar una participación de mercado estimada en 7,1% a nivel nacional, pero más importante, permitieron lograr lugares de liderazgo en cuatro regiones



Información de Supermercados del Sur	
Ventas proforma 2008 (MM.\$ a dic.08)	369.712
EBITDA proforma 2008 (MM.\$ a dic.08)	24.111
Participación de mercado 2008	7,1%
N° de locales (mayo 2009)	97
M2 de sala de ventas (mayo 2009)	140.126
Transacciones / mes (aprox., año 2008)	6.500.000
Empleados (mayo 2009)	8.421

Fuente: Supermercados del Sur

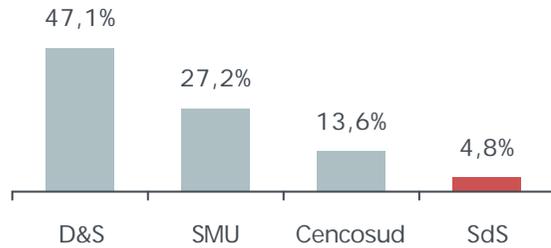
Estructura Societaria



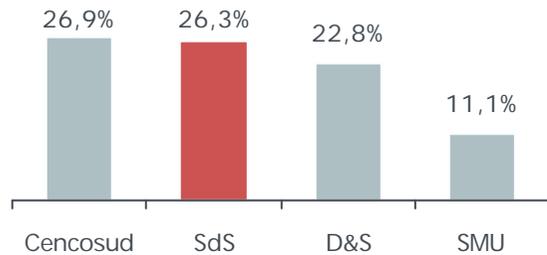
Fuente: Supermercados del Sur

Líder en sus mercados

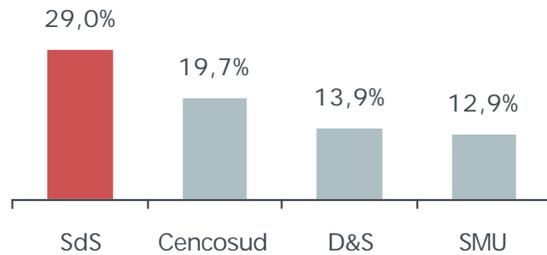
Participación de mercado 2008, VII región



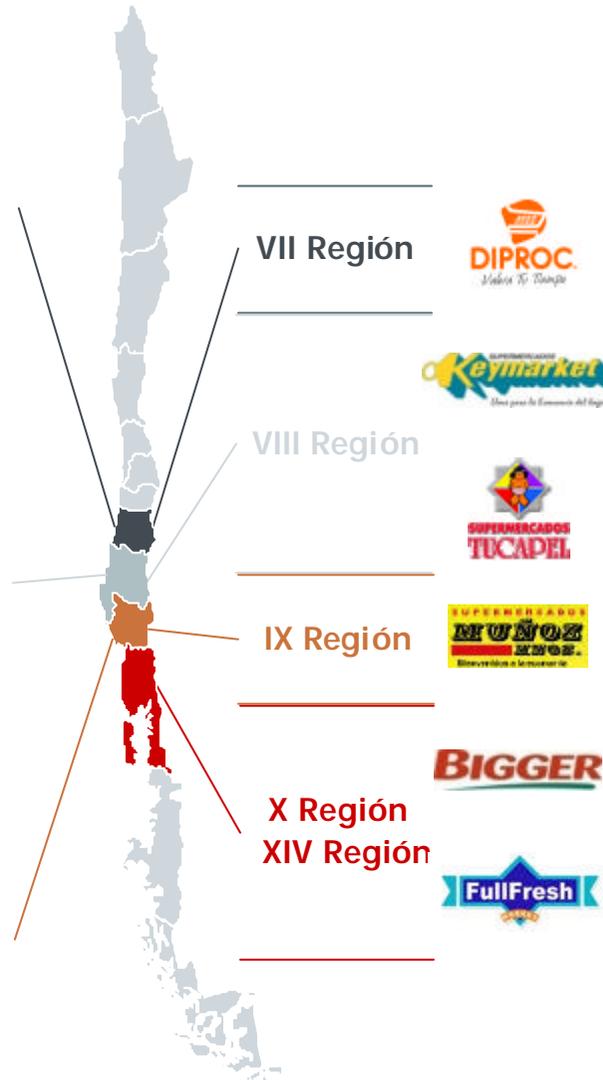
Participación de mercado 2008, VIII región



Participación de mercado 2008, IX región

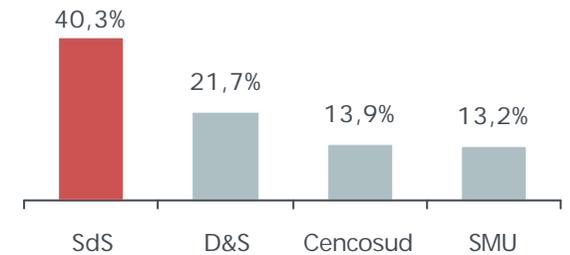


Fuente: Supermercados del Sur

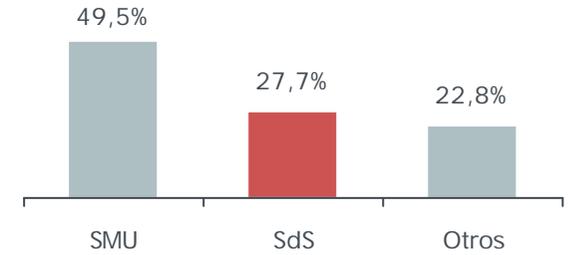


La estrategia de Supermercados del Sur es adquirir posiciones de liderazgo en las zonas en las que opera

Participación de mercado 2008, X - XIV región



Participación de mercado 2008, XI región



Formatos actuales

	SUPERMERCADOS			MAYORISTAS	SUPERMERCADO POPULAR
	Hiper Compacto	Supermercados	Express		
Abarrotes					
Perecederos					
Non Food					
Propuesta de valor	Amplitud y profundidad del surtido con una muy buena percepción de precio. Todo en un solo lugar	Cercanía, buen surtido, con percepción de precios convenientes	Conveniencia	Venta de volúmenes a bajos precios con alta disponibilidad de productos	Ubicación en zonas de alto flujo y precios bajos
Sala de Ventas	>3.000 m2	<3.000 m2	<500 m2	1.000-3.500 m2	500-1.000 m2
Número de SKUs	15.000	8.000	5.500	11.000	6.500
Transacciones / mes	153.000	65.000	34.000	34.000	78.000
Locales Actuales	7	66	9	6	8
Marcas					

Formatos actuales – Hiper Compacto

	Hiper Compacto
Abarrotes	
Perecederos	
Non Food	
Propuesta de valor	Amplitud y profundidad del surtido con una muy buena percepción de precio. Todo en un solo lugar.
Sala de Ventas	>3.000 m2
Número de SKUs	15.000
Transacciones / mes	153.000
Locales Actuales	7
Marcas	 



Formatos actuales – Supermercados

	SUPERMERCADOS	
	Supermercados	
Abarrotes		
Perecederos		
Non Food		
Propuesta de valor	Cercanía, buen surtido, con percepción de precios convenientes	
Sala de Ventas	< 3.000 m2	
Número de SKUs	8.000	
Transacciones / mes	65.000	
Locales Actuales	66	
Marcas		

Formatos actuales – Express

	Express
Abarrotes	
Perecederos	
Non Food	
Propuesta de valor	Conveniencia
Sala de Ventas	<500 m2
Número de SKUs	5.500
Transacciones / mes	34.000
Locales Actuales	9
Marcas	 



Formatos actuales – Mayoristas

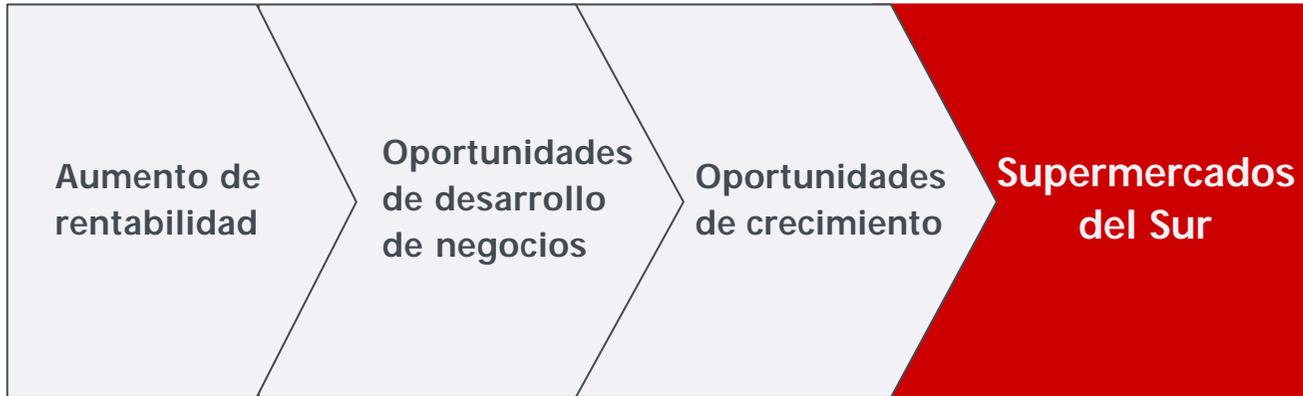
	MAYORISTAS	
Abarrotes		
Perecederos		
Non Food		
Propuesta de valor	Venta de volúmenes a bajos precios con alta disponibilidad de productos	
Sala de Ventas	1.000-3.500	
Número de SKUs	11.000	
Transacciones / mes	34.000	
Locales Actuales	6	
Marcas	 	 

Formatos actuales – Supermercado Popular

	SUPERMERCADO POPULAR	
Abarrotes		
Perecederos		
Non Food		
Propuesta de valor	Ubicación en zonas de alto flujo y precios bajos	
Sala de Ventas	500-1.000	
Número de SKUs	6.500	
Transacciones / mes	78.000	
Locales Actuales	8	
Marcas		

Plan de negocios y estrategia en marcha

Diagrama del plan de negocios y estrategia



Aumento de rentabilidad



Mejora en las condiciones de compra

- Aprovechamiento de la fortaleza de la cadena en zonas de operación en el trabajo con los proveedores para rentabilizar categorías

Mejora de propuesta comercial

- Adecuación de la amplitud y profundidad del surtido
- Rediseño de estrategia de precios
- Mejoramiento de la variedad y calidad de perecibles
- Remodelación de locales
- Aumento en actividad promocional para la generación de tráfico y la construcción de marca
- Incorporación de primeras marcas y desarrollo de marca propia en categorías relevantes

Centralización de operaciones

- Centralización y racionalización de las administraciones regionales
- Introducción de sistema ERP y de frente de cajas de clase mundial

Introducción de mejores prácticas en la gestión

- Análisis diario de la venta, margen y nivel de inventario por categoría en cada sala para la optimización del margen por categoría y capital de trabajo
- Implementación de procesos de apoyo a la venta tales como control de mermas/hurtos, control de quiebre de stock, etc.
- Rediseño del proceso logístico

Oportunidades de desarrollo de negocios



Aumento de la penetración de productos *non-food*

- Mejoramiento de propuesta o introducción de productos *non-food* en supermercados con espacio y en zonas con baja oferta de esta categoría

Desarrollo del negocio crediticio

- Aprovechamiento de la frecuencia de visita y compra para potenciar la utilización de un medio de pago propio y fidelización de clientes
- Aumento del negocio de *non-food* con venta a crédito

Oportunidades de crecimiento



Aumento de cobertura
a través de crecimiento
orgánico

- Apertura de nuevos locales tanto en las zonas de operación como en áreas contiguas.
- Acuerdos con ex-dueños de cadenas para desarrollar locales en otros terrenos de su propiedad
- Apalancamiento en la fortaleza regional de las marcas
- Optimización en uso de formatos para entrar en nuevas zonas

Adquisición de cadenas
de supermercados
remanentes

- Avanzadas conversaciones para comprar locales que calzan con la estrategia de crecimiento

Equipo Gerencial

Augusto Coello – Gerente General

Ingeniero Civil Estructural Pontificia Universidad Católica de Chile y MBA Wharton School, Universidad de Pennsylvania.

Experiencia anterior:

Country Manager Falabella Argentina

Gerente Planificación y Desarrollo Falabella

Asociado McKinsey & Company

Thorald Müschen- Gerente de Desarrollo

Ingeniero Comercial Universidad Católica de Chile y MBA Thunderbird

Experiencia en retail: Manasa, Cencosud Shopping Centers, Mall Plaza Tobalaba, Grupo Au Bon Pain Chile

Javier H. Vergara – Gerente Comercial

Ingeniero Comercial Universidad Gabriela Mistral,
Ingeniero en Alimentos y MBA Universidad de Chile

Experiencia en retail: Cencosud, Santa Isabel

Renee Scholem – Gerente de Recursos Humanos

Psicóloga Pontificia Universidad Javeriana (Colombia)

Experiencia anterior: Aguas Andinas, PriceWaterhouseCoopers

Juan Ramón Moral – Gerente Mayorista

Ingeniero Civil Industrial Universidad de Chile

Experiencia en retail: Mayorista 10, Telemercados Europa, CCU

Alejandro Nakagawa- Gerente de Administración y Finanzas

Ingeniero Civil Ind.I Universidad Católica de Chile y MBA INSEAD

Experiencia anterior: Trilogic S.A., Companhia Libra de Navegacao, CSAV

Claudio Muñoz – Gerente de Operaciones

Ingeniero Comercial Universidad Católica de Valparaíso

Experiencia en retail: Carulla Vivero, Unimarc Chile y Argentina

Orlando Olivos – Gerente de Logística

Ingeniero Ejecución Mecánico Inacap

Experiencia en retail: Falabella S.A.C.I.

Capítulo III

Potenciales sinergias de la fusión

Análisis de potenciales sinergias

- **Programa de lealtad:** actualmente, Supermercados del Sur no cuenta con un programa de lealtad para sus clientes. La potencial incorporación de la tarjeta La Polar al negocio permitiría un mayor conocimiento de éstos y el desarrollo de estrategias de fidelización tendientes a mayores ventas.
- **Economías de flujo:** la mayor frecuencia de compra en los supermercados en comparación con las tiendas por departamento permite, debido a la repetición de sus compras, tener un mejor conocimiento de los clientes y así poder entregarles una oferta con mayor valor agregado.
- **Negocio financiero:** una fusión permitiría incorporar el negocio financiero que actualmente desarrolla La Polar a la actual operación de Supermercados del Sur, aprovechando su conocimiento del negocio. Esto produciría un mayor volumen de colocaciones de crédito y un aumento en la frecuencia de compra con tarjeta.
- **Economías de escala en *non-food*:** en aquellos formatos de supermercados que permiten una oferta de productos *non-food*, la empresa fusionada podría aprovechar las economías de escala producto de su mayor tamaño.
- **Sinergias en administración, logística y distribución :** una operación combinada permitiría ahorros en gastos relacionados con la administración, logística y distribución.

Características actuales de las compañías como facilidad de integración, cultura común y claro liderazgo, ayudaría a obtener las sinergias con mayor rapidez

Análisis de potenciales sinergias (Cont.)

- **Estructura existente:** una empresa fusionada podría optimizar el uso de sus actuales ubicaciones y terrenos entre supermercados y tiendas por departamento, tanto en formatos *stand-alone* como en conjunto.
- **Disminución de costo de capital:** considerando su mayor tamaño y la mayor estabilidad en sus flujos, la empresa fusionada tendría acceso a un menor costo de capital.
- **Plan de expansión:** la empresa fusionada tendría una mayor capacidad para soportar financieramente planes de expansión más agresivos que los actuales, con un menor riesgo de ejecución. Además, en una potencial expansión internacional, la empresa tendría una mayor flexibilidad debido a su mayor tamaño y a su modelo multiformato.

De acuerdo a estimaciones de LarrainVial, el valor presente de la suma de las sinergias aquí presentadas estaría en un rango entre \$182.000 millones y \$202.000 millones.

Capítulo IV

Valorizaciones relativas

Metodología de valorización

- LarrainVial^(*) realizó una valorización independiente de Supermercados del Sur y de La Polar con el fin de establecer una relación de canje en una potencial fusión entre ambas compañías.
- La valorización fue realizada considerando ambas compañías en forma independiente, esto es, sin considerar potenciales sinergias de una operación conjunta.
- Para la valorización de las compañías se utilizó el método de valorización del valor presente neto de los flujos de caja proyectados.
- En la proyección de los flujos de caja para la valorización de La Polar se utilizó la información pública disponible hasta la fecha.

(*) Las referencias a LarrainVial en este documento se refieren a su Área de Finanzas Corporativas

Valorización de La Polar

- Utilizando la metodología descrita anteriormente, se obtuvo un valor para el patrimonio de La Polar de \$512.673 millones, equivalente a un valor por acción de \$2.324.

Resumen Valorización⁽¹⁾ (millones de pesos)

	La Polar
Valor activos	791.702
Deuda neta	279.028
Valor Patrimonio	512.673
Precio Acción (\$)	2.324

Premio sobre precios bursátiles históricos de La Polar

	Precio (\$)	Premio
Precio al 26/05/09	1.731	34,3%
Precio promedio últimos 30 días	1.638	41,9%
Precio promedio últimos 60 días	1.492	55,8%
Precio de cierre de 2008	1.080	115,2%

Balance proforma resumido Supermercados del Sur^(*)

Balance resumido proforma (miles de millones de pesos a diciembre de 2008)

Activos		Pasivos y Patrimonio	
Caja	14.272	Pasivos	
Cuentas por cobrar	5.266	Cuentas por pagar	39.565
Inventario	36.972	Acreedores Varios	37.326
Activo Fijo Neto	17.390	Deuda Financiera	84.443
Mayor Valor (goodwill)	185.670	Otros pasivos	2.205
Impuesto diferido	38.956	Patrimonio	
Otros	2.103	Capital pagado	133.875
		Utilidades retenidas	3.216
Total Activos	300.629	Total Pasivos y Patrimonio	300.629

(*) El balance proforma considera el balance auditado de Inversiones del Sur S.A. al 31 de diciembre de 2008, el aumento de inventario producto de la toma de control de Keymarket y Fullfresh y el aumento de capital realizado durante el primer trimestre de 2009 por \$19.621 millones

Proyecciones del negocio de supermercados^(*)

Proyecciones (miles de millones de pesos a diciembre de 2008)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Locales							
N° locales	94	101	122	135	146	153	160
N° nuevos locales		7	21	13	11	7	7
M ² sala de ventas	131.708	146.565	192.325	218.045	238.565	250.805	263.045
Estado de resultados							
Ingresos	369,7	405,0	546,4	625,7	694,8	754,1	798,3
<i>Ingresos por m2 (\$ mm)</i>	<i>2,81</i>	<i>2,76</i>	<i>2,84</i>	<i>2,87</i>	<i>2,91</i>	<i>3,01</i>	<i>3,03</i>
Resultado operacional	22,5	27,1	36,3	35,8	38,1	39,9	41,4
% Ventas	6,1%	6,7%	6,7%	5,7%	5,5%	5,3%	5,2%
EBITDA	24,1	28,8	39,8	43,1	47,6	51,4	54,5
% ventas	6,5%	7,1%	7,3%	6,9%	6,9%	6,8%	6,8%
Capex e inversión en capital de trabajo							
Capex total 2009-2014	-124,0						
Inversión en capital de Trabajo 2009 - 2014	+28,6						

(*) Estimaciones de LarrainVial de los resultados de Supermercados del Sur

Valorizaciones relativas

Resumen Valorización⁽¹⁾ (millones de pesos)

	Supermercados del Sur	La Polar	Empresa Fusionada
Valor activos	385.080	791.702	1.176.781
Deuda neta	70.170	279.028	349.199
Valor Patrimonio	314.909	512.673	827.583
Precio Acción (\$)		2.324	
Valorización relativa	38,1%	61,9%	
Valorización propuesta	38,0%	62,0%	
Relación de canje	1,06715902	acciones de La Polar por acción de SdS	

Múltiplos EV / EBITDA y P/VL según valorización de transacción⁽³⁾

EV / EBITDA	2009e	2010e	2011e	P/VL
SdS	13,4x	9,7x	8,9x	2,3x
La Polar	8,3x	10,3x	9,7x	2,3x

Múltiplos EV/EBITDA y P/VL corregidos por valor bursátil de La Polar⁽⁴⁾

EV / EBITDA	2009e	2010e	2011e	P/VL
Sds	10,6x	7,6x	7,1x	1,7x
La Polar	6,9x	8,6x	8,1x	1,7x

(1) Valores estimados para el 26 de mayo de 2009

(2) Manteniendo un valor de \$512.673 para el patrimonio de La Polar

(3) Estos múltiplos consideran las valorizaciones por flujos de caja descontados y las proyecciones de EBITDA realizadas por LarrainVial para esta valorización

(4) Estos múltiplos fueron calculados asumiendo el valor bursátil de La Polar al 26/05/09, el valor proporcional de Supermercados del Sur de acuerdo al valor bursátil de La Polar y las proyecciones de EBITDA realizadas por LarrainVial para esta valorización

Empresa Fusionada

Estimaciones para empresa fusionada (millones de pesos)

	Valorización LarrainVial ⁽¹⁾	Valor Bursátil ⁽²⁾
Ingresos 2009e	884.497	
Ingresos 2010e	1.051.161	
EBITDA 2009e	124.071	
EBITDA 2010e	116.409	
Valor Económico del Patrimonio (\$ mm)	827.583	615.917
Precio Acción implícito (\$)	2.326	1.731
N° de acciones	355.815.640	355.815.640
Valor presente de sinergias estimadas (\$ mm)	182.000 - 202.000	182.000 - 202.000
Valor sinergias estimadas por acción (\$)	512 - 568	512 - 568
Upside estimado por sinergias	22,0% - 24,4%	29,5% - 32,8%

(1) Considera las valorizaciones por flujos de caja descontados y las proyecciones realizadas por LarrainVial para esta valorización

(2) Estos valores fueron calculados asumiendo el valor bursátil de La Polar al 26/05/09 y el valor proporcional de Supermercados del Sur de acuerdo al valor bursátil de La Polar

Disclaimer

LIMITACION DE RESPONSABILIDAD

I. El presente documento ha sido elaborado en base a información pública de Empresas La Polar S.A., información de Omega S.A. y proyecciones de Larrain Vial Servicios Profesionales Limitada ("LarrainVial ") para ambos negocios. El objetivo de este Informe es que el Directorio de Empresas La Polar S.A. conozca los principales aspectos, términos, condiciones y posibles efectos de la fusión propuesta entre Empresas La Polar S.A. y Omega S.A.

II. Algunas de las declaraciones contenidas en este Informe, que no se refieren a estadísticas o información histórica, son realizadas en carácter de estimaciones o proyecciones. Estas declaraciones no se encuentran específicamente identificadas.

III. Las estimaciones no constituyen garantías de resultados e involucran ciertos riesgos, incertidumbres y suposiciones que son difíciles de predecir. Por lo tanto, las cifras o resultados pueden diferir sustancialmente de lo expresado o pronosticado en tales estimaciones. Algunos factores que podrían causar que los resultados reales difieran de los examinados en este Informe, incluyen, pero no se limitan a: (i) el riesgo de que las operaciones de Empresas La Polar S.A. y Omega S.A. no se integren con éxito o que dicha integración pueda ser más difícil, que consuma mucho tiempo o sea más costosa de lo esperado, (ii) los ingresos previstos por sinergias y ahorro de costos de la fusión no puedan obtenerse o no se obtengan dentro de un plazo razonable, (iii) los ingresos tras la fusión puedan ser inferiores a lo esperado, (iv) los costos de operación, la pérdida de clientes y la interrupción de negocios tras la fusión, incluyendo, sin limitación las dificultades en el mantenimiento de relaciones con los empleados, puede ser mayor de lo esperado, (v) el impacto que las condiciones económicas puedan tener en Empresas La Polar S.A., Omega S.A. y sus clientes, (vi) la capacidad para mantener los actuales costos y gastos de ambas empresas, (vii) factores gubernamentales y cambios en políticas públicas o régimen legal, (viii) implementación de nuevas tecnologías y riesgos financieros, y (ix) los resultados de litigios pendientes o futuros, como también en el caso de procesos administrativos, requerimientos de autoridad u otros.

IV. Toda declaración, proyección o estimación, ya sea oral o escrita, en relación con al fusión propuesta y otros asuntos atribuibles a LarrainVial, Empresas La Polar S.A., Omega S.A. o cualquier persona que actúe en su nombre, se encontrarán sujetas a los términos y condiciones antes indicados. Las estimaciones se entenderán válidas exclusivamente respecto a la fecha en que han sido efectuadas.

V. LarrainVial no asume ninguna obligación de actualizar las estimaciones realizadas una vez que éstas se efectúen o reflejar la ocurrencia de eventos imprevistos. Asimismo, LarrainVial no asume ninguna responsabilidad respecto de la veracidad de la información proporcionada en este Informe, el cual ha sido exclusivamente preparado para ser presentado al Directorio de Empresas La Polar S.A. y a sus accionistas.