

1^{er} Trimestre 2022

RESULTADOS

SMU S.A.

16 DE MAYO DE 2022



Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información

Con fecha 8 de octubre de 2020, SMU informó la suscripción de un acuerdo vinculante con la empresa mexicana FEMSA Comercio S.A. de C.V., operadora en Chile de las tiendas de conveniencia OXXO, para la venta de OK Market. Con fecha 26 de noviembre de 2021, la Fiscalía Nacional Económica resolvió aprobar la transacción, sujeta a las medidas propuestas por las partes. Producto de lo anterior, y de acuerdo a las disposiciones de la NIIF 5, en los Estados Financieros Consolidados al 31 de marzo de 2022, el negocio OK Market se presenta como disponible para la venta. Cabe señalar que esta transacción se materializó con fecha 28 de febrero de 2022.

Producto de lo anterior, las cuentas del estado de resultados del primer trimestre de 2021 han sido re-expresadas para tener la misma presentación que las cifras del primer trimestre de 2022. De esta forma, en ambos períodos presentados, los resultados de este negocio se consolidan en una sola línea en el estado de resultados de SMU, como “Utilidad del período de operaciones discontinuadas”.

El estado de flujo de efectivo del primer trimestre de 2021 no se re-expresa, por lo que las cifras no son comparables con las cifras del primer trimestre de 2022. El estado de flujo de efectivo del primer trimestre de 2021 incluye flujos de efectivo correspondientes al negocio de OK Market, mientras que en el primer trimestre de 2022, dichos flujos no se incluyen.

En el caso del estado de situación financiera, las cifras son comparables, dado que los períodos presentados son al 31 de marzo de 2022 y al 31 de diciembre de 2021, fecha en que OK Market ya se presentaba como disponible para la venta. Por lo tanto, en ambos períodos, los activos del negocio de OK Market se consolidan en una sola línea, bajo el rubro “Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta”, y los pasivos de este negocio se consolidan en una sola línea bajo el rubro “Pasivos no corrientes o grupos de pasivos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta”.



Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados

Los **ingresos** de SMU del primer trimestre de 2022 (1T22) **augmentaron en un 17,6%** con respecto al primer trimestre de 2021 (1T21), alcanzando CLP 665.230 millones. Este aumento fue impulsado por un **crecimiento de 17,1% en ventas por local equivalente, o same-store sales**, así como también por las ventas de tiendas nuevas que se han abierto en el último tiempo, como parte de la estrategia de crecimiento omnicanal de la Compañía.

Cabe destacar, también, que el buen desempeño en ventas ha sido transversal a todos los formatos de la Compañía, tanto en Chile como en Perú: los ingresos de Unimarc crecieron un 17,1%; los formatos mayoristas tuvieron un incremento de 20,4%; y el segmento Supermercados Perú tuvo un alza de 18,1% en el trimestre. De esta forma, se vio una sólida demanda en todos los segmentos de clientes que son atendidos por la Compañía, continuando la recuperación en el número de transacciones que se había visto en los trimestres anteriores y el número de clientes que compraron en cada uno de los formatos.

Adicionalmente, durante este período, SMU continuó expandiendo las operaciones de su plataforma online Unimarc.cl y la APP Unimarc, alcanzando cobertura en las 16 regiones de Chile en abril de 2022.

El crecimiento en los ingresos permitió alcanzar una mayor dilución de gastos, impulsando una **mejora de 29,2% en el EBITDA¹** del 1T22, alcanzando CLP 65.271 millones. El margen EBITDA del 1T22 alcanzó 9,8%, una mejora de 90 puntos base (pb) con respecto al 8,9% registrado en el 1T21.

El **resultado operacional del ejercicio mejoró en un 45,6%**, alcanzando CLP 44.286 millones. Por su parte, el **resultado no operacional también tuvo una mejora significativa**, de CLP 28.790 millones (90,5%), explicado principalmente la variación de CLP 31.553 millones en la cuenta Otras Ganancias (Pérdidas), producto de dos efectos no recurrentes: (i) una pérdida de CLP 13.142 millones por el plan de optimización de estructura organizacional implementado en febrero 2021 que generó ahorros durante los siguientes meses; y (ii) una ganancia de CLP 18.342 millones producto de la materialización de la venta de OK Market en febrero de 2022. Esta transacción además generó un efecto positivo en los impuestos diferidos, por CLP 2.502 millones, con lo cual la venta de OK Market generó un efecto positivo de CLP 20.844 millones en la utilidad neta, contabilizado en el primer trimestre. Cabe recordar que la transacción fue consecuencia de una decisión estratégica de la Compañía de enfocarse en su negocio central, de supermercados, a través de sus formatos Unimarc, Alvi, Mayorista 10, Super10, en Chile, y Mayorsa y Maxiahorro, en Perú, y el desarrollo de su canal e-commerce.

La **utilidad neta** del primer trimestre de 2022 alcanzó CLP 49.801 millones, mayor en CLP 44.758 millones (887,5%) con respecto a los CLP 5.043 millones obtenidos en el 1T21, explicado tanto por el mejor resultado operacional, así como también por la mejora en el resultado no operacional. La **utilidad de operaciones continuadas**—es decir, excluyendo el negocio de OK Market—alcanzó CLP 49.266 millones (aumento de CLP 45.343 millones vs. 1T21).

Con respecto a la **posición financiera** de SMU, cabe destacar que durante marzo y abril de 2022, tanto ICR como Feller-Rate mejoraron las perspectivas de la clasificación de riesgo de SMU, quedando en A con perspectivas positivas en ambos casos, como resultado de las mejoras operacionales y financieras alcanzadas durante el año 2021. La tendencia de mejora en la posición

¹ EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización



financiera de la Compañía continúa en el primer trimestre, con el fortalecimiento en los indicadores de liquidez y endeudamiento, reflejando la generación de caja operacional (**aumento de CLP 15.152 millones, o 47%, en 1T22**) además de los fondos procedentes de la venta de OK Market en febrero (CLP 49.474 millones) y de la colocación de bonos serie AO en marzo (UF 1 millón), como parte de la estrategia de financiamiento de largo plazo habitual de la Compañía. Producto de lo anterior, SMU queda con una muy buena liquidez para cumplir con su plan estratégico y enfrentar los vencimientos en los próximos períodos.



Comentarios de la Administración

En relación a la publicación de los resultados del primer trimestre de 2022, el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló, “La positiva tendencia en demanda y el retorno de clientes a nuestras salas de ventas que vimos durante 2021 continuó en este primer trimestre, lo que se vio reflejado en nuestros resultados operacionales. Los ingresos crecieron en 17,6%, con un fuerte desempeño en todos nuestros formatos, lo que generó una recuperación en nuestra participación de mercado en Chile”.

El Sr. Gálvez continuó, “Comenzamos el año con un crecimiento de 29,2% en el EBITDA, y una expansión de 90 puntos base en el margen EBITDA, alcanzando 9,8%, dado que el buen desempeño en ventas nos permitió diluir gastos fijos”.

“Además del aumento de 45,6% en el resultado operacional, también mejoró el resultado no operacional, esencialmente debido a efectos no recurrentes, como la venta de OKM que se materializó el 28 de febrero. La combinación de los efectos operacionales y no operacionales significa que alcanzamos utilidades por CLP 50 mil millones en el trimestre, cerca de diez veces la utilidad del primer trimestre de 2021”.

“En las últimas semanas, tanto ICR como Feller-Rate tomaron la decisión de mejorar las perspectivas de nuestra clasificación de riesgo, quedando en A con perspectivas positivas, producto de su revisión anual, y con estos resultados del primer trimestre, seguimos fortaleciendo nuestra posición financiera aún más”.

“Con respecto a nuestro plan estratégico, en materia de crecimiento omnicanal, en los primeros meses de este año realizamos dos nuevas aperturas: una tienda de Unimarc en La Serena y una tienda de Maxiahorro en Piura, y además alcanzamos cobertura en las 16 regiones de Chile con nuestra plataforma e-commerce Unimarc.cl y la APP de Unimarc. Asimismo, la semana pasada reabrimos el local Alvi Maipú después de más de dos años. En materia de experiencia del cliente, hemos visto muy buenos resultados de nuestra oferta de productos de marcas propias. Seguimos lanzando nuevos productos que son atractivos para nuestros clientes, incrementando la cobertura de categorías y también la participación en la venta”.

“Otro hito en el ámbito de las marcas propias y del abastecimiento responsable fue nuestra adhesión al segundo Acuerdo de Producción Limpia de Eco-etiquetado de envases y embalajes, iniciativa liderada por la SOFOFA, el Ministerio del Medioambiente y la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, entre otros, para aumentar el uso de materiales reciclables. A la fecha hemos certificado los envases de cerca de 60 productos de marcas propias con el sello #Elijoreciclar, y queremos alcanzar 500 para el año 2024, dentro de nuestros proyectos que buscan reducir nuestro impacto en el medioambiente, en el eje de organización comprometida y sostenible”.

“Como compañía, siempre hemos tenido un férreo compromiso con la diversidad e inclusión, con la convicción de que potencian los negocios y nos permiten entender mejor el entorno y satisfacer mejor las necesidades de nuestros clientes. Nuestro desempeño en este ámbito fue reconocido el mes pasado por la auditora EY y el diario El Mercurio, nombrando a SMU como la Empresa 2021 Destacada en Diversidad, Equidad e Inclusión, como parte de su tradicional Premiación Empresarial anual. Nos sentimos muy orgullosos de este reconocimiento, y nos invita a continuar promoviendo la inclusión y diversidad tanto en el lugar de trabajo como en la sociedad”.



Highlights

Juntas de Accionistas

Con fecha 21 de abril de 2022, se celebraron la Junta Ordinaria de Accionistas y la Junta Extraordinaria de Accionistas de SMU, aprobándose todas las materias de votación. Entre las resoluciones de la Junta Ordinaria, se aprobó el pago de un dividendo definitivo de \$3,76549 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$0,65525 por acción, \$2,48282 por acción y \$2,93258 por acción, pagados a partir del 23 de junio 2021, 28 de septiembre de 2021, y 22 de diciembre 2021, respectivamente. Todos ellos corresponden a un monto total de \$56.779.874.116.-, o \$9,83614 por acción, equivalente a un 75% de las utilidades del ejercicio 2021. El dividendo definitivo se pagó a contar del 29 de abril. Con respecto a la Junta Extraordinaria, se aprobó la implementación de un programa de adquisición de acciones de propia emisión.

Colocación Bonos Serie AO

Con fecha 15 de marzo de 2022, SMU efectuó la colocación de bonos serie AO por un total de UF 1 millón (aproximadamente CLP 32 mil millones o USD 39 millones) a una tasa de interés anual de 6,25%. La serie tiene vencimiento a cinco años *bullet*, y una tasa de carátula de 6,3%. Los fondos recaudados se destinarán al refinanciamiento de pasivos financieros. La transacción contó con una importante participación de inversionistas institucionales, y además se destacó como la primera colocación relevante en Chile con clasificación local en el grupo de los “A” de los últimos nueve meses. La transacción forma parte de la estrategia de financiamiento a largo plazo de la Compañía.

Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día miércoles 18 de mayo a las 11:00 am de Santiago/ 11:00 am ET para comentar los resultados del primer trimestre de 2022.

Dial in:

Toll-Free US Dial in #: +1 (800) 319 4610

International Dial in #: +1 (416) 915 3239

Por favor llame 5-10 minutos antes de la hora de inicio del call y pida el SMU Earnings Call

Webcast (en vivo):

<https://services.choruscall.ca/links/smu2022q1.html>

Posteriormente, una grabación de la llamada estará disponible en:

<https://www.smu.cl/inversionistas/informacion-financiera/>



Análisis Razonado de los Estados Financieros

A continuación se presentan los resultados consolidados de SMU S.A. y Filiales para los períodos de tres meses terminados al 31 de marzo de 2022 y 2021. Todas las cifras están expresadas en pesos chilenos (CLP) y de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”).

Cuadro 1: Estado de Resultados Consolidados

(Millones CLP)	1T22	1T21 Re-expresado	△%
Ingresos de Actividades Ordinarias	665.230	565.451	17,6%
Costo de Ventas	(470.037)	(397.416)	18,3%
Ganancia Bruta	195.192	168.035	16,2%
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>29,3%</i>	<i>29,7%</i>	
Gastos de Distribución	(9.380)	(7.245)	29,5%
Margen de Contribución	185.812	160.790	15,6%
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>27,9%</i>	<i>28,4%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(120.542)	(110.265)	9,3%
EBITDA	65.271	50.524	29,2%
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>9,8%</i>	<i>8,9%</i>	
Depreciación y Amortización	(20.985)	(20.109)	4,4%
Resultado Operacional	44.286	30.415	45,6%
Otras Ganancias (Pérdidas)	18.078	(13.475)	n.a.
Ingresos Financieros	1.927	554	247,9%
Costos Financieros	(12.437)	(12.720)	(2,2%)
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	9	(34)	n.a.
Diferencias de Cambio	(57)	(17)	226,9%
Resultados por Unidades de Reajuste	(10.550)	(6.129)	72,1%
Resultado No Operacional	(3.030)	(31.820)	(90,5%)
Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto	41.256	(1.405)	n.a.
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	8.010	5.328	50,3%
Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas	49.266	3.923	1.155,8%
Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Discontinuas	535	1.120	(52,2%)
Ganancia (Pérdida) del Período	49.801	5.043	887,5%

*n.a. = no aplica. Indica la comparación en términos porcentuales entre un número positivo en un período y un número negativo en otro período.



1. Análisis del Estado de Resultados

1.1 Resultados de Operaciones

1.1.1 Ingresos de Actividades Ordinarias

Los **ingresos de actividades ordinarias** del primer trimestre de 2022 alcanzaron CLP 665.230 millones, un aumento de 17,6% con respecto a los CLP 565.451 millones del primer trimestre de 2021.

El buen desempeño en ventas ha sido transversal a todos los formatos de la Compañía, tanto en Chile como en Perú, con una sólida demanda en todos los segmentos de clientes que son atendidos por la Compañía, continuando la recuperación en el número de transacciones que se había visto en los trimestres anteriores y el número de clientes que compraron en cada uno de los formatos.

Cuadro 2: Ingresos (CLP MMM)

INGRESOS (CLP MMM)	1T22	1T21	Δ%	2021	2020	Δ%
UNIMARC	462	395	17.1%	1,733	1,567	10.6%
MAYORISTAS	188	156	20.4%	676	621	8.8%
OTROS(*)	1.7	3.2	-47.9%	13.7	19.6	-30.2%
SUPERMERCADOS CHILE	652	554	17.6%	2,422	2,207	9.8%
SUPERMERCADOS PERÚ	13.2	11.2	18.1%	50.0	57.3	-12.7%
TOTAL SMU	665	565	17.6%	2,472	2,264	9.2%

(*) El ítem "Otros" considera los ingresos de Telemercados y la tienda oscura en Los Dominicos, además de todos los ingresos distintos a los generados por los formatos operacionales de la Compañía.

Los ingresos del segmento Supermercados Chile crecieron en 17,6% en 1T22 con respecto al 1T21. Por formato, los ingresos del supermercado tradicional Unimarc aumentaron en 17,1% en 1T22, impulsado tanto por el crecimiento de *same-store sales* así como también por las nuevas aperturas realizadas en el último tiempo. Durante el primer trimestre, se mantuvo la tendencia de recuperación en tráfico, con un aumento de 33% en el número de transacciones con respecto al mismo período del año anterior. En tanto, el ticket promedio también siguió bajando paulatinamente, pero en menor medida que el aumento en transacciones.

Por su parte, los ingresos del formato mayoristas incrementaron en un 20,4% en 1T22, impulsado por las banderas Mayorista 10 y Super10, con un crecimiento de 22,1%, y por Alvi, con un alza de 18,2%. Cabe destacar que Alvi lleva nueve trimestres consecutivos con crecimiento de ingresos, con un promedio de 10% durante los últimos dos años, y en el primer trimestre se suma el efecto positivo de los dos locales que se abrieron en diciembre de 2021. En estos formatos se observa la misma tendencia de recuperación en tráfico, con una leve disminución en el ticket promedio. Este crecimiento transversal refleja el buen desempeño de la estrategia multiformato, con diferentes propuestas de valor que abordan las necesidades de distintos tipos de clientes.



Las **ventas online**, realizadas tanto a través de las plataformas propias de SMU así como también a través de *last milers*, quienes operan en los formatos Unimarc, representan aproximadamente el 1,8% de los ingresos en las tiendas donde operan. Desde el lanzamiento de la página Unimarc.cl y la App de Unimarc el 30 de septiembre de 2021, como parte de su estrategia omnicanal, la Compañía ha venido expandiendo la cobertura de sus operaciones, partiendo en la Región Metropolitana y llegando a las 16 regiones de Chile en el mes de abril 2022. De esta forma complementa sus alianzas con *last milers*, a través de las cuales también cuenta con cobertura nacional en Chile y ha continuado sumando nuevas tiendas.

Los ingresos de Supermercados Perú aumentaron en un 18,1% en el 1T22, medido en pesos chilenos, mientras que en moneda local, el aumento fue de un 9,9%, reflejando el crecimiento de locales equivalentes, además de la venta de tiendas nuevas del formato Maxiahorro abiertas en el último año. Este segmento ha mostrado un muy buen desempeño, con una propuesta de valor que ha tenido una muy buena respuesta de parte de los clientes.

Cuadro 3: Evolución de Ventas de Locales Equivalentes (SSS) (%)

SSS (Δ %)	1T21	2T21	3T21	4T21	2021	1T22
UNIMARC	-5,2%	15,4%	18,4%	13,2%	10,1%	16,7%
MAYORISTAS	-1,5%	9,8%	12,5%	14,9%	8,9%	18,2%
SUPERMERCADOS CHILE	-4,2%	13,3%	16,2%	13,7%	9,5%	17,1%
SUPERMERCADOS PERÚ	-1,7%	-15,5%	13,4%	8,4%	0,8%	6,4%
TOTAL SUPERMERCADOS	-4,1%	12,3%	16,0%	13,5%	9,0%	17,1%

Las **ventas de locales equivalentes (SSS)** aumentaron en 17,1% en el 1T22, siguiendo la tendencia positiva de los trimestres anteriores (+16,0% en 3T21 y 13,5% en 4T21).

Por formato, las SSS de Unimarc registraron un aumento de 16,7% en el 1T22, mientras que los formatos mayoristas incrementaron en 18,2%. Tal como se señaló más arriba, el buen desempeño en ventas obedece a una recuperación en el número de transacciones, junto con un ticket promedio que se mantiene en niveles muy elevados con respecto a períodos anteriores.

En el caso de Supermercados Perú—que representa aproximadamente el 2% de los ingresos de SMU—las SSS (medido en soles) aumentaron en 6,4% en el 1T22.



Cuadro 4 Evolución de las Ventas por Metro Cuadrado (CLP M/M²)

VENTAS POR M ² (CLP M/M ²)	1T22	1T21	△%
SUPERMERCADOS CHILE	462,6	394,3	17,3%
SUPERMERCADOS PERÚ	241,6	203,4	18,8%
TOTAL SUPERMERCADOS	454,3	387,3	17,3%

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 454.310 para el primer trimestre de 2022, un 17,3% mayor que en 1T22, muy en línea con el desempeño en ingresos: las ventas por metro cuadrado de Supermercados Chile aumentaron en 17,3% en 1T22 en comparación con 1T21, mientras que Supermercados Perú (medido en pesos chilenos) registró un aumento en ventas por metro cuadrado de 18,8% en 1T22.

Cuadro 5: Número de Locales y Superficie de Ventas (Miles de M²)

N° LOCALES	1T22		1T21		SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M ²)	1T22		1T21	
UNIMARC	281		283		UNIMARC	346		346	
MAYORISTAS	96		95		MAYORISTAS	124		123	
SUPERMERCADOS CHILE	377		378		SUPERMERCADOS CHILE	469		469	
SUPERMERCADOS PERÚ	27		24		SUPERMERCADOS PERÚ	19		18	
TOTAL SUPERMERCADOS	404		402		TOTAL SUPERMERCADOS	488		487	

Cuadro 6: Evolución de Aperturas y Cierres de Locales

APERTURAS Y CIERRES	1T21		2T21		3T21		4T21		1T22	
	APER.	CIER.								
UNIMARC	1	1	0	0	0	0	1	1	1	3
MAYORISTAS	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
SUPERMERCADOS CHILE	1	1	0	0	0	0	2	1	1	3
SUPERMERCADOS PERÚ	1	2	0	0	1	0	1	0	1	0

Al cierre del primer trimestre de 2022, SMU cuenta con 377 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, similar a los 378 locales al cierre del 1T21, y un total de 469.319 metros cuadrados. En Perú, se totaliza 27 locales, que representan 18.297 metros cuadrados, lo que da un total de **404 tiendas** y **488.245 metros cuadrados** entre Chile y Perú,.

El número de locales al 31 de marzo de 2022 incluye dos locales del formato Alvi que no están operativos producto de incendios u otros daños de actos vandálicos ocurridos durante el estallido social a partir del 18 de octubre de 2019.

Durante el primer trimestre, la Compañía abrió un local de Unimarc, en La Serena, y un local de Maxiahorro, en Piura. Por otra parte, se sacaron de la base tres tiendas de Unimarc que dejaron de operar en el cuarto trimestre de 2019.



1.1.2 Gastos de Distribución y Gastos de Administración

Los **gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación y amortización)**, totalizaron CLP 129.922 millones en el primer trimestre de 2022, un aumento de 10,6% con respecto a los CLP 117.511 millones registrados en el 1T21. Como proporción de la venta, los gastos operacionales alcanzaron 19,5% en el primer trimestre de 2022 y 20,8% en el mismo período de 2021, una mejora de 130 pb.

Los **gastos de distribución** del 1T22 alcanzaron CLP 9.380 millones, un incremento de un 29,5% con respecto al 1T21. Los gastos de distribución como porcentaje de la venta alcanzaron 1,4% en el 1T22 frente a 1,3% del 1T21. El incremento en los gastos de distribución se explicó principalmente por el alza en el precio del petróleo, sumado a los altos niveles de inflación, y valor del dólar, variables que afectan el polinomio de las tarifas de transporte, además por la mayor venta.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) totalizaron CLP 120.546 millones (18,1% de la venta) en el primer trimestre de 2022, con un aumento de 9,3% respecto a los CLP 110.265 millones (19,5% de la venta) registrados en 1T21, pero una reducción de 140 pb como porcentaje de la venta.

Cabe destacar que el principal gasto de la Compañía, gastos del personal, que representa un 47% de los gastos operacionales, se mantuvo relativamente estable, con un incremento de 0,6% con respecto al 1T21, pese a alzas de salario mínimo (+7,2%) e inflación (+6,6%), debido a una dotación promedio menor, como resultado de las iniciativas de productividad y eficiencia impulsadas por la Compañía, y una mayor tasa de ausentismo. Dado el importante peso que tiene este gasto en el total, permite compensar los aumentos que se describen a continuación:

- a. Aumento de CLP 4.140 millones (+19,3% a/a) en servicios, principalmente explicado por gastos de sobre estadía de contenedores; gastos asociados a servicios transitorios para cubrir ausentismo de personal; aumentos de inflación y salario mínimo durante el período (principales componentes del costo de los servicios de aseo y seguridad); y aumento de tarifas en servicios básicos.
- b. Aumento de CLP 1.385 millones (+24,1% a/a) en arriendos y gastos comunes, debido principalmente a la inflación, la apertura de nuevas tiendas y mayores pagos variables asociados a la mayor venta.
- c. Aumento de CLP 1.233 millones (+34,0% a/a) en comisión tarjetas, debido principalmente al mayor uso de tarjetas de crédito y débito como medio de pago en el período y las mayores tasa de cobro por el nuevo modelo de cuatro partes, además del incremento en la venta.
- d. Aumento de CLP 914 millones (+22,4% a/a) en servicios informáticos, debido principalmente a la implementación de iniciativas estratégicas, incluyendo nuevos módulos de SAP.
- e. Aumento de CLP 821 millones (+743,6%) en multas y sanciones, principalmente explicado por procedimientos legales/administrativos en Perú.
- f. Aumento de CLP 737 millones (+17,7%) gastos de mantención, principalmente explicado por una base de comparación más baja, dado que en 1T21 hubo menores requerimientos debido a la pandemia.



Cuadro 7: Dotación Promedio

DOTACIÓN PROMEDIO	1T22	1T21	Δ%
LOCALES CHILE	22.459	23.685	-5,2%
CORPORATIVO CHILE	2.034	1.983	2,6%
SUPERMERCADOS CHILE	24.493	25.669	-4,6%
LOCALES PERÚ	529	484	9,2%
CORPORATIVO PERÚ	161	154	4,3%
SUPERMERCADOS PERÚ	689	638	8,0%
TOTAL SUPERMERCADOS	25.183	26.307	-4,3%

1.1.3 Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

La **ganancia bruta** para el primer trimestre de 2022 alcanzó CLP 195.192 millones (29,3% de los ingresos), un aumento de 16,2% con respecto a los CLP 168.035 millones (29,7% de los ingresos) del primer trimestre de 2021.

El **margen de contribución** alcanzó CLP 185.812 millones (27,9% de los ingresos) en el 1T22, un aumento de 15,6% con respecto a los CLP 160.790 millones (28,4% de los ingresos) del 1T21.

El **EBITDA** del 1T22 ascendió a CLP 65.271 millones, un incremento de un 29,2% con respecto a los CLP 50.524 millones del 1T21. El margen EBITDA del 1T22 alcanzó 9,8%, una expansión de 90 pb sobre el 8,9% registrado en 1T21, reflejando la importante dilución de gastos obtenida en el período, como producto del sólido crecimiento de ingresos.

El **EBITDAR** (EBITDA menos el gasto por arriendo de los gastos de administración) del 1T22 alcanzó CLP 72.393 millones (margen EBITDAR 10,9%), mayor en un 28,7% con respecto a los CLP 56.262 millones (margen EBITDAR 9,9%) registrados en 1T21.

El **EBITDA ajustado por arriendo de locales** (EBITDA considerando todos los gastos de arriendo, incluyendo aquellos que no se incluyen en los gastos de administración, producto de la NIIF 16) del 1T22 alcanzó CLP 47.056 millones, mayor en un 43% con respecto a los CLP 32.896 millones del 1T21.



1.2 Resultado No Operacional² e Impuesto a las Ganancias

El **resultado no operacional** de SMU totalizó una pérdida de CLP -3.030 millones en el primer trimestre de 2022, una variación de CLP 28.790 millones con respecto a la pérdida de CLP -31.820 millones registrada en 1T21, principalmente explicado por la variación de CLP 31.553 millones en las **Otras ganancias (pérdidas)**, debido a dos efectos no recurrentes:

- i. Ganancia por CLP 18.342 millones en 1T22 por la venta de OK Market, materializada el 28 de febrero.
- ii. Pérdida por CLP 13.142 millones en 1T21 por el plan de optimización de estructura organizacional, como consecuencia de las iniciativas de eficiencia operacional en el marco del plan estratégico de la Compañía que considera la incorporación de herramientas tecnológicas y rediseños de procesos en tiendas. Este plan se implementó en febrero 2021 y comenzó a generar ahorros desde marzo del mismo año.

Adicionalmente, hay una variación positiva de CLP 1.373 millones en los **ingresos financieros**, producto de mayores colocaciones por los mayores excedentes de caja disponibles en el período, así como de las mayores tasas de interés.

Lo anterior, parcialmente compensado por las mayores **pérdidas por unidades de reajuste** (variación de CLP 4.421 millones), por la mayor inflación en el período con respecto al 1T21.

El **ingreso por impuestos a las ganancias** del primer trimestre de 2022 alcanzó CLP 8.010 millones, una variación de CLP 2.682 millones con respecto a los CLP 5.328 millones registrados en 1T21, explicado principalmente por la corrección monetaria de las pérdidas fiscales acumuladas, afectadas por la mayor inflación del período, y además por el efecto positivo de la venta de OK Market en los impuestos diferidos (CLP 2.502 millones), parcialmente compensado por el mejor resultado antes de impuestos.

² Resultado No Operacional = Ingresos y Costos Financieros + Participación en las Ganancias/Pérdidas de Asociadas + Diferencias de Cambio + Resultado por Unidades de Reajustes + Otros Ingresos y Gastos



1.3 Resultados de Operaciones Discontinuas: OK Market

Los resultados del negocio OK Market se presentan consolidados en una línea, “Utilidad del período de operaciones discontinuadas” (ver Nota Sobre Presentación y Comparación de Información, página 2).

Los ingresos de OK Market del primer trimestre de 2022 alcanzaron CLP 9.147 millones, una disminución de 38,4% con respecto a los CLP 14.849 millones registrados en 1T21. La principal razón por la disminución es que OK Market solo formó parte del Grupo SMU hasta el 28 de febrero de 2022, por lo que los resultados del 1T22 solo incluyen dos meses de operaciones, mientras que los resultados del 1T21 incluyen tres meses. Los ingresos de los primeros meses de 2022 también se vieron afectados por la alta base de comparación en 2021, cuando las restricciones asociadas a la pandemia obligaron a muchas personas a permanecer en la Región Metropolitana, donde se concentra el mayor número de tiendas de este formato. En cambio, en 2022, muchas personas salieron de la capital para tomar vacaciones en los meses de enero y febrero.

En esa misma línea, la ganancia bruta de este negocio disminuyó en 37,4%, mientras que los gastos operacionales disminuyeron en 22,0%.

Las utilidades de operaciones discontinuadas alcanzaron CLP 535 millones en el primer trimestre de 2022, una disminución de un 52,2% con respecto a los CLP 1.120 millones del 1T21.

1.4 Resultado Neto

La **utilidad neta** del primer trimestre de 2022 alcanzó CLP 49.801 millones, mayor en CLP 44.758 millones (887,5%) con respecto a los CLP 5.043 millones obtenidos en el 1T21, explicado tanto por el mejor resultado operacional, el que registró un alza de CLP 13.871 millones (45,6%), así como también por la mejora de CLP 28.790 millones (90,5%) en el resultado no operacional, por los efectos no recurrentes explicados anteriormente. La utilidad de operaciones continuadas alcanzó CLP 49.266 millones (aumento de CLP 45.343 millones vs. 1T21).



2. Análisis del Estado de Situación Financiera para SMU S.A. y Filiales

Cuadro 8: Estado de Situación Financiera al 31 de marzo de 2022 y 31 de diciembre de 2021

(Millones CLP)	Marzo 2022	Diciembre 2021	Δ \$	Δ %
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	207.704	113.794	93.910	82,5%
Otros Activos Financieros Corrientes	2.091	8	2.083	25.106,9%
Otros Activos No Financieros Corrientes	25.327	28.496	(3.169)	(11,1%)
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	71.314	93.719	(22.405)	(23,9%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	16.173	16.004	170	1,1%
Inventarios	252.428	231.874	20.554	8,9%
Activos por Impuestos Corrientes	3.104	2.698	406	15,0%
Activos No Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición	-	41.666	(41.666)	(100,0%)
Clasificados como Mantenidos para la Venta	-	-	-	-
Total Activos Corrientes	578.142	528.259	49.883	9,4%
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros No Corrientes	383	1.713	(1.330)	(77,6%)
Otros Activos No Financieros No Corrientes	2.365	2.270	95	4,2%
Cuentas por Cobrar No Corrientes	2.058	2.351	(292)	(12,4%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, No Corriente	-	-	-	-
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	13.759	13.750	9	0,1%
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	60.688	61.514	(826)	(1,3%)
Plusvalía	472.644	472.573	71	0,0%
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	715.011	713.965	1.046	0,1%
Activos por Impuestos Diferidos	431.680	424.088	7.591	1,8%
Total Activos No Corrientes	1.698.588	1.692.224	6.364	0,4%
TOTAL ACTIVOS	2.276.729	2.220.482	56.247	2,5%
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	166.826	146.700	20.126	13,7%
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	425.455	423.762	1.694	0,4%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	585	918	(332)	(36,2%)
Otras Provisiones Corrientes	2.099	2.193	(94)	(4,3%)
Pasivos por Impuestos Corrientes	139	139	-	0,0%
Beneficios a los Empleados	14.307	34.647	(20.340)	(58,7%)
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	1.174	7.378	(6.203)	(84,1%)
Pasivos No Corrientes o Grupos de Pasivos para su Disposición	-	10.877	(10.877)	(100,0%)
Clasificados como Mantenidos para la Venta	-	-	-	-
Total Pasivos Corrientes	610.586	626.612	(16.026)	(2,6%)
PASIVOS NO CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	860.217	838.520	21.696	2,6%
Cuentas por Pagar No Corrientes	0	1	(1)	(100,0%)
Pasivos por Impuestos Diferidos	17	74	(56)	(76,6%)
Beneficios a los Empleados	3.240	2.514	726	28,9%
Otros Pasivos No Financieros No Corrientes	-	-	-	-
Total Pasivos No Corrientes	863.474	841.109	22.365	2,7%
TOTAL PASIVOS	1.474.060	1.467.721	6.339	0,4%
PATRIMONIO				
Capital Emitido	523.742	523.742	-	0,0%
Utilidad (Pérdida) Acumulada	129.659	79.858	49.801	62,4%
Otras Reservas	149.268	149.161	107	0,1%
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	802.669	752.761	49.909	6,6%
Participaciones No Controladoras	-	-	-	-
Total Patrimonio	802.669	752.761	49.909	6,6%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	2.276.729	2.220.482	56.247	2,5%



2.1 Activos

Al 31 de marzo de 2022, los **activos totales** de SMU aumentaron en CLP 56.247 millones (2,5%) con respecto al 31 de diciembre de 2021, totalizando CLP 2.276.729 millones.

Los **activos corrientes** al 31 de marzo de 2022 aumentaron en CLP 49.883 millones (9,4%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 578.142 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Aumento de CLP 93.910 millones en efectivo y equivalente al efectivo, variación que se debe principalmente a la venta de OK Market materializada el 28 de febrero (CLP 49.474 millones) y a la colocación de los bonos serie AO el 15 de marzo (UF 1 millón). El resto de las variaciones se describen en la Sección 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo.
- b. Disminución de CLP 41.666 millones en activos clasificados como mantenidos para la venta, producto de la materialización de la venta del negocio de OK Market durante el primer trimestre (ver Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información, página 2).
- c. Aumento de CLP 20.554 millones en los inventarios, principalmente debido al aumento de costo de las mercaderías por aumento de costo de los proveedores y un aumento en la cantidad de inventario como parte de la estrategia de la Compañía de asegurar el abastecimiento de las tiendas, además de la estacionalidad normal del negocio.
- d. Disminución de CLP 22.405 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, principalmente explicado por una disminución en la cuenta por cobrar a Transbank, debido a la estacionalidad del negocio.

Los **activos no corrientes** al 31 de marzo de 2022 aumentaron en CLP 6.364 millones (0,4%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 1.698.588 millones. La mayor variación en el período fue un aumento de CLP 7.591 millones en los activos por impuestos diferidos, principalmente explicado por el aumento en las pérdidas fiscales, debido a corrección monetaria y el efecto de la venta de OK Market.

2.2 Pasivos

Al 31 de marzo de 2022, los **pasivos totales** de SMU aumentaron en CLP 6.339 millones (0,4%) con respecto al 31 de diciembre de 2021, totalizando CLP 1.474.060 millones.

Los **pasivos corrientes** al 31 de marzo de 2022 disminuyeron en CLP 16.026 millones (2,6%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 610.586 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- a. Disminución de CLP 20.340 millones en beneficios a los empleados, principalmente explicado por el pago de bonos durante el primer trimestre, además de una disminución en la provisión por vacaciones, debido al uso de vacaciones en los meses de verano.
- b. Aumento de CLP 20.126 millones en otros pasivos financieros corrientes, explicado principalmente por el aumento de CLP 22.206 millones en obligaciones con el público por el traspaso al corriente de la próxima cuota de amortización de los bonos serie T, sumado al



incremento de la UF en el periodo y los intereses devengados, y parcialmente compensado por la disminución de CLP 3.214 millones en préstamos bancarios, debido a pagos realizados durante el período.

- c. Disminución de CLP 10.877 en pasivos clasificados como mantenidos para la venta, producto de la materialización de la venta del negocio de OK Market durante el primer trimestre (ver Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información, página 2).
- d. Disminución de CLP 6.203 millones en otros pasivos no financieros corrientes, principalmente explicado por la disminución de CLP 6.111 millones del IVA débito fiscal.

Los **pasivos no corrientes** al 31 de marzo de 2022 aumentaron en CLP 22.365 millones (2,7%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 863.474 millones. La principal variación en el período fue el aumento de CLP 21.696 millones en otros pasivos financieros no corrientes, asociado con la colocación de los bonos serie AO (UF 1 millón), además de la variación de la UF, parcialmente compensado por el traspaso al corriente de la próxima cuota de amortización de los bonos serie T.

2.3 Patrimonio

El **patrimonio** presenta un aumento de CLP 49.909 millones (6,6%), explicado principalmente por la variación de CLP 49.801 millones en resultados acumulados, debido al resultado del período.



3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo para SMU S.A. y Filiales

Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los períodos de tres meses terminados al 31 de marzo de 2022 y 2021

(Millones CLP)	Marzo 2022	Marzo 2021	Δ\$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	47.442	32.289	15.152
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	40.940	(8.506)	49.446
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	5.529	(125.261)	130.790
Incremento (Disminución) Neto en el Efectivo y Equivalentes al efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio	93.910	(101.478)	195.389
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo	93.910	(101.478)	195.389
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	113.794	197.672	(83.878)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	207.704	96.194	111.511

Durante el primer trimestre de 2022, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 47.442 millones, mayor en CLP 15.152 millones con respecto a los CLP 32.289 millones obtenidos durante el año mismo período de 2021. La mayor generación de flujo operacional se explica principalmente por el aumento de CLP 115.046 millones en cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios, parcialmente compensado por mayores pagos a proveedores (CLP 98.592 millones).

El flujo procedente de **actividades de inversión** alcanzó una entrada neta de CLP 40.940 millones durante 1T22, una variación de CLP 49.446 millones con respecto a la salida neta de CLP -8.506 millones del 1T21. La principal entrada de efectivo en el período corresponde a la venta de OK Market (CLP 49.474 millones), mientras que la principal salida corresponde al **CAPEX**, que incluye las compras de propiedades, planta y equipo y también las compras de activos intangibles, y totaliza CLP 8.757 millones en 1T22, similar a los CLP 8.547 millones del 1T21.

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó una entrada neta de CLP 5.529 millones durante el 1T22, principalmente explicado por importes procedentes de préstamos de largo plazo por CLP 31.820 millones, por la colocación de los bonos serie AO, parcialmente compensado por: (i) pagos de pasivos por arrendamiento financiero por CLP 12.237 millones; (ii) pagos de intereses por CLP 10.053 millones; y (iii) reembolsos de préstamos por CLP 4.001 millones. Asimismo, en el primer trimestre de 2021, alcanzó una salida neta de CLP -125.261 millones, principalmente explicado por: (i) reembolsos de préstamos por CLP 89.193 millones; (ii) pagos de pasivos por arrendamiento financiero por CLP 13.782 millones; (iii) pagos de intereses por CLP 11.678 millones; y (iv) pagos de dividendos por CLP 10.608 millones.



4. Indicadores Financieros

Cuadro 10: Indicadores Financieros

			Mar. 2022	Dic. 2021
LIQUIDEZ				
Índice de Liquidez	veces	<i>Activo corriente / Pasivo corriente</i>	0,95	0,84
Razón Ácida	veces	<i>(Activo corriente menos inventario) / Pasivo corriente</i>	0,53	0,47
ENDEUDAMIENTO				
Pasivo Exigible / Activos Totales	veces	<i>Total pasivos / Total activos</i>	0,65	0,66
Pasivo Exigible / Patrimonio	veces	<i>Total pasivos / Patrimonio</i>	1,84	1,95
Deuda Financiera Neta / Patrimonio	veces	<i>(Otros pasivos financieros corrientes - Obligaciones por derechos de uso corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Obligaciones por derechos de uso no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / Patrimonio</i>	0,45	0,55
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	<i>Total pasivos corrientes / Total pasivos</i>	41,42	42,69
Pasivo Financiero Neto / EBITDA	veces	<i>(Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA de los últimos 12 meses</i>	3,41	3,86
ACTIVIDAD				
Rotación de Inventarios	días	<i>Inventario promedio del período / Costo de ventas diario del período</i>	46,37	43,22
Rotación de Cuentas por Cobrar	días	<i>Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes promedio del período / (Ingreso por actividades ordinarias diario del período multiplicado *1,19)</i>	9,38	11,33
Rotación de Cuentas por Pagar	días	<i>Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes promedio del período / (Costo de ventas diario del período * 1,19)</i>	68,32	67,90
EFICIENCIA (Anualizado)				
Cobertura de Gastos Financieros (Últimos 12 meses)	veces	<i>EBITDA de los últimos 12 meses / (gastos financieros de los últimos 12 meses - ingresos financieros de los últimos 12 meses)</i>	5,39	4,88
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%		29,08	29,15
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM		240.526	225.780
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%		9,35	9,13
RENTABILIDAD (Anualizado)				
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	<i>Utilidad últimos 12 meses / Activos totales</i>	5,29	3,41
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	<i>Utilidad últimos 12 meses / (Activos totales - plusvalía)</i>	6,68	4,33
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	<i>Utilidad últimos 12 meses / Patrimonio</i>	15,01	10,06
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	<i>Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + plusvalía + propiedad, planta y equipos)</i>	10,17	9,27
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	<i>Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + propiedad, planta y equipos)</i>	14,54	13,26
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales				
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	CLP MM	<i>EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración</i>	171.019	156.859
Cobertura de Gastos Financieros Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	veces	<i>EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses / (gastos financieros de los últimos 12 meses - intereses por obligaciones por derechos de uso de los últimos 12 meses - ingresos financieros de los últimos 12 meses)</i>	11,71	9,48
Deuda Financiera Neta/EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales	veces	<i>(Otros pasivos financieros corrientes - Obligaciones por derechos de uso corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Obligaciones por derechos de uso no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses</i>	2,13	2,66



Con respecto a los indicadores de **liquidez**, la variación entre diciembre 2021 y marzo 2022 se explica por la disminución en los pasivos corrientes y el aumento en los activos corrientes, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, las principales variaciones obedecen a la reducción en pasivo financiero neto y deuda financiera neta, además del aumento del patrimonio y EBITDA de los últimos 12 meses, por las razones que se describen en las secciones 1 y 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **actividad**, las principales variaciones se observan en la rotación de inventario, producto del aumento en los niveles de inventario, y en la rotación de cuentas por cobrar, producto de la disminución de este rubro, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **eficiencia y rentabilidad**, las mejoras se explican principalmente por el aumento del EBITDA, resultado operacional y utilidades de los últimos 12 meses, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento.

5. Gestión de Riesgos

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 31 de marzo de 2022, se encuentra una descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía, así como de las medidas utilizadas para mitigar dichos riesgos.

6. Hechos Relevantes del Período

1. Con fecha 28 de febrero de 2022, mediante hecho esencial, se comunicó:
 - a) Tal como se informó mediante hecho esencial de fecha 8 de octubre de 2020, Supermercados Chile S.A. e Inversiones SMU SpA (conjuntamente denominados como los “Vendedores”), ambas sociedades filiales de la Sociedad y dueñas del 100% del capital accionario de OK Market S.A. (“OK Market”), celebraron un acuerdo vinculante (en adelante el “Acuerdo”) con FEMSA Comercio, S.A. de C.V. (en adelante “FEMSA” y conjuntamente con los Vendedores, denominadas como las “Partes”), para la venta del 100% del capital accionario de su propiedad en OK Market y de la mercadería que se mantenga en las distintas tiendas de OK Market a la fecha del cierre (en adelante la “Transacción”).
 - b) En el referido hecho esencial se informó que la Transacción se encontraba sujeta a una serie de condiciones para su cierre, incluyendo, entre otras, la aprobación de la Transacción por parte de las autoridades de libre competencia, la negociación y acuerdo del contrato de compraventa de acciones en virtud del cual se transferirán las acciones objeto de la Transacción, y la realización por parte de FEMSA de un due diligence respecto de los Vendedores, OK Market, sus activos y negocios.
 - c) Con fecha 26 de noviembre de 2021 la Fiscalía Nacional Económica (FNE) aprobó la



Transacción sujeta al cumplimiento, en su oportunidad, de determinadas medidas de mitigación ofrecidas por las partes.

- d) Habiéndose cumplido los requerimientos regulatorios que permiten materializar la Transacción y luego de haber concluido de manera satisfactoria el proceso de due diligence realizado por FEMSA, por medio del presente hecho esencial se informa que con fecha de hoy se ha materializado la venta de OK Market, mediante la firma de un contrato de compraventa de acciones.
 - e) El precio percibido por la Sociedad con motivo de la Transacción alcanzó la suma total de CLP 49.473.788.613. Tal como fue señalado en el hecho esencial de fecha 8 de octubre de 2020, el Directorio de SMU aprobó que los fondos procedentes de esta transacción vayan principalmente a potenciar la ejecución de su plan estratégico.
 - f) Se estima que el impacto en las utilidades de la Sociedad del primer trimestre de 2022 será de aproximadamente CLP 20 mil millones.
2. Con fecha 15 de marzo de 2022, mediante hecho esencial, se comunicó la colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador de la Serie AO (código nemotécnico BCSMU-AO), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la CMF bajo el número 1.098 (en adelante los “Bonos Serie AO”). Los Bonos Serie AO se colocaron a una tasa de interés de 6,25 %, con una tasa anual de carátula de 6,3% y con vencimiento al 1 de marzo de 2027.
- La colocación de los Bonos Serie AO se realizó por una suma total de 1.000.000 de Unidades de Fomento. Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos Serie AO se destinarán, en su totalidad, al refinanciamiento de pasivos financieros de la Sociedad.
3. Con fecha 28 de marzo de 2022, mediante hecho esencial, se comunicó que el Directorio de SMU S.A. acordó
- a. Citar a Junta Ordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta”) de la Sociedad para el día 21 de abril de 2022, a las 10:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, y someter a consideración de la Junta todos los asuntos de su competencia, incluyendo las siguientes materias:
 - Pronunciamiento sobre la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2021;
 - Pronunciamiento sobre el Informe de los Auditores Externos;
 - Pronunciamiento sobre la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2022 e informar gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2021;
 - Informar sobre las actividades y gastos del Comité de Directores del ejercicio 2021 y determinación de su remuneración y presupuesto para el ejercicio 2022;
 - Dar a conocer la información prevista en el Título XVI de la Ley 18.046;
 - Designación de la Empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2022;
 - Designación de los Clasificadores Privados de Riesgo para el ejercicio 2022;
 - Pago de dividendo y distribución de utilidades del ejercicio 2021;
 - Designación del periódico donde se realizarán las publicaciones de la Sociedad hasta la próxima junta ordinaria de accionistas; y
 - Otras materias de interés social y de competencia de la Junta Ordinaria.
 - b. Proponer a la Junta Ordinaria de Accionistas, repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2021, un dividendo de \$3,76549 por



acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$0,65525 por acción, \$2,48282 por acción y \$2,93258 por acción, pagados a partir del 23 de junio 2021, 28 de septiembre de 2021, y 22 de diciembre 2021, respectivamente. Todos ellos corresponden a un monto total de \$56.779.874.116.-, o \$9,83614 por acción. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 29 de abril de 2022 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.

- c. De igual modo, el Directorio en la sesión ya señalada, decidió convocar a Junta Extraordinaria de Accionistas (en adelante la “Junta Extraordinaria”) de la Sociedad, la que se celebrará inmediatamente a continuación de la Junta Ordinaria de Accionistas antes señalada, con el objeto de conocer, tratar y pronunciarse sobre las siguientes materias:
- Aprobar un programa de adquisición de acciones de su propia emisión (el “Programa”) conforme a los artículos 27A a 27C de la Ley de Sociedades Anónimas y las demás normas aplicables.
 - Pronunciarse sobre las características particulares del Programa, en especial sobre: (a) el monto o porcentaje máximo a adquirir, (b) el objetivo y la duración del Programa, que no podrá ser superior a cinco años; (c) delegar en el Directorio la facultad de fijar el precio a pagar por las acciones respectivas, (d) autorizar al Directorio para adquirir directamente en rueda una cantidad representativa de hasta el 1% del capital accionario dentro de cualquier período de doce meses, sin necesidad de aplicar el procedimiento de prorrata, (e) autorizar al Directorio para enajenar las acciones adquiridas, sea mediante oferta preferente a los accionistas o sin oferta preferente previa cuando la cantidad total de acciones a ser vendidas dentro de cualquier período de doce meses no supere el 1% del capital accionario, y (f) demás condiciones que sean pertinentes.
 - En general, adoptar todos los demás acuerdos necesarios para implementar el Programa que se acuerde y las demás resoluciones que al efecto se adopten.

En atención con la Norma de Carácter General N°435 y el Oficio Circular N°1141 dictados por la CMF y en línea con las medidas y recomendaciones sanitarias impartidas por el Gobierno producto del brote del Coronavirus o Covid-19 que afecta actualmente al país, el Directorio ha acordado implementar mecanismos electrónicos que permitan a sus accionistas la asistencia y participación a la Junta por medios remotos. Para tal efecto, la Sociedad informará en su página web, así como en los avisos y citaciones a esta Junta, el mecanismo de participación y la forma en que cada accionista, o su representante, podrá acreditar su identidad y poder, en su caso.

4. Con fecha 31 de marzo, la empresa clasificadora de riesgos ICR mejoró la tendencia de la clasificación de los bonos de SMU desde A (tendencia estable) hasta A (tendencia positiva).



7. Hechos Posteriores

1. Mediante hecho esencial del 21 de abril de 2022, se comunicaron los acuerdos de la Junta Ordinaria de Accionistas, celebrada ese día:
 - a) Aprobar la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2021.
 - b) Aprobar el Informe de los Auditores Externos.
 - c) Aprobar la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2022 y se informó además, de los gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2021.
 - d) Aprobar la remuneración del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2022, junto con informar sobre las actividades y gastos de dicho comité durante el ejercicio 2021.
 - e) Aprobar el informe sobre las operaciones del Título XVI de la Ley 18.046.
 - f) Designar a KPMG Auditores Consultores Limitada como empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2022 y a Feller-Rate Clasificadora de Riesgos Limitada e ICR Compañía Clasificadora de Riesgos Limitada, como clasificadoras de riesgos para el ejercicio 2022.
 - g) Designar al Diario la tercer en su segmento el Pulso como periódico en el cual deberán realizarse las publicaciones sociales.
 - h) Repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2021, un dividendo de \$3,76549 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$0,65525 por acción, \$2,48282 por acción y \$2,93258 por acción, pagados a partir del 23 de junio 2021, 28 de septiembre de 2021, y 22 de diciembre 2021, respectivamente. Todos ellos corresponden a un monto total de \$56.779.874.116.-, o \$9,83614 por acción, equivalente a un 75% de las utilidades del ejercicio 2021; y destinar el saldo de las utilidades del ejercicio 2021, ascendentes a \$18.926.776.778, al fondo de utilidades acumuladas de la Sociedad. Éste se pagaría a contar del día 29 de abril de 2022 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.
 - i) Aprobar una política de dividendos que contemplará distribuir como dividendo a los accionistas hasta el 75% de las utilidades líquidas de cada ejercicio.

De igual modo, en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el mismo día 21 de abril de 2022, se acordó:

- a) Aprobar un programa de adquisición de acciones de su propia emisión conforme a los artículos 27A a 27C de la Ley de Sociedades Anónimas y las demás normas aplicables;
- b) Aprobar que el monto máximo a adquirir sea hasta por el monto de las utilidades retenidas de SMU S.A., no pudiendo mantener en cartera acciones de su propia emisión representativas de un monto superior al 5% de sus acciones suscritas y pagadas;
- c) Aprobar que el plazo de duración del Programa sea de 5 años contados desde la fecha de la Junta y que su objetivo sea que la Compañía pueda realizar inversiones en sus propias acciones, pudiendo obtenerse eventuales beneficios para la sociedad y sus accionistas;
- d) Delegar en el Directorio la facultad de fijar el precio a pagar por las acciones respectivas;
- e) Autorizar al Directorio para adquirir directamente en rueda una cantidad representativa de hasta el 1% del capital accionario dentro de cualquier período de doce meses, sin necesidad de aplicar el procedimiento de prorrata;
- f) Autorizar al Directorio para enajenar en bolsa las acciones adquiridas, sea mediante oferta preferente a los accionistas o sin oferta preferente previa cuando la cantidad total de acciones a ser vendidas dentro de cualquier período de doce meses no supere el 1% del



- capital accionario; y
- g) Delegar en el Directorio de la Compañía las demás materias necesarias para concretar la adquisición de acciones de propia emisión a efectos de cumplir el objetivo del programa de adquisición de acciones de propia emisión, pudiendo aprobar todas las actuaciones, condiciones, plazos y circunstancias que correspondan.
2. Con fecha 29 de abril de 2022, la clasificadora Feller-Rate cambio las perspectivas de la clasificación de los bonos de la Compañía desde A (perspectivas estables) hasta A (perspectivas positivas).



Acerca de SMU

SMU uno de los principales actores de retail supermercadista en Chile a través de sus formatos Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, satisfaciendo las necesidades de clientes finales y comerciantes. Cuenta con una gran cobertura geográfica, operando en las 16 regiones del país. Adicionalmente, cuenta con una creciente presencia en Perú, a través de las marcas Mayorsa y Maxiahorro.

Advertencia Acerca de Proyecciones Estimadas

El presente comunicado puede contener proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera que estas proyecciones son razonables, en base a la información que se posee actualmente, existen distintos factores que podrían llevar a que nuestros resultados difieran en significativamente con respecto a lo esperado, de acuerdo a nuestras proyecciones estimadas. Las palabras “creer”, “buscar”, “esperar”, “estimar”, “proyectar”, “planificar”, “debería”, “anticipar” y otras palabras similares, buscan expresar proyecciones estimadas. Estas proyecciones estimadas incluyen información acerca de los resultados posibles o esperados de nuestras operaciones, estrategias de negocio, planes de financiamiento, posición financiera, condiciones del mercado, potenciales oportunidades de crecimiento y los efectos del marco regulatorio y la competencia en el futuro. Es de la esencia de las proyecciones estimadas, que estas involucren numerosos riesgos e incertidumbres, tanto generales como específicas, incluyendo el riesgo inherente que tienen las proyecciones o expectativas, que son básicamente que éstas finalmente no se lleven a cabo. En virtud de los riesgos e incertidumbres antes descritos, los eventos y/o circunstancias a futuro y que se presentan en este comunicado, pueden ocurrir o no y en ningún caso son garantías de desempeño de la Compañía en el futuro. Por lo tanto, advertimos a los lectores que no deben basar exclusivamente sus decisiones u opiniones en estas declaraciones. Las proyecciones estimadas son válidas solamente en la fecha en que se realizan, y la Compañía no asume ninguna obligación para actualizar o modificar cualquiera de las proyecciones estimadas contenidas en este comunicado, ya sea por existir nueva información o tratarse de hechos posteriores u otros factores nuevos.

Información de Contacto

Inversionistas, favor contactarse con:

Carolyn McKenzie: cmckenzie@smu.cl

Medios de comunicación, favor contactarse con:

Andrea Osorio: aosorio@smu.cl

Sebastián De Ferrari: sdeferrari@smu.cl

