

# SMU INFORMA RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2017

## HIGHLIGHTS

- EBITDA 1T17: CLP 35.232 MM (vs. CLP 32.183 MM en 1T16, +9,5%)
- Margen EBITDA 1T17: 5,7% (+30 pb vs. 1T16)
- Margen bruto 1T17: 27,2% (+110 pb vs. 1T16)

**Santiago, Chile. 16 de mayo de 2017.-** SMU S.A. (“SMU” o la “Compañía”; Bolsa de Santiago: SMU) informó hoy sus resultados del primer trimestre de 2017, registrando **EBITDA<sup>1</sup> por CLP 35.232 millones** (+9,5% con respecto al primer trimestre de 2016) y **utilidades por CLP 5.001 millones** (-56,4% con respecto al primer trimestre de 2016). En tanto, el **margen EBITDA de la Compañía continúa su tendencia de crecimiento, aumentando en 30 puntos base**, alcanzando 5,7% para los primeros tres meses del año 2017.

El gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló que “durante el primer trimestre de 2017, logramos continuar la tendencia de expansión en nuestro EBITDA, el cual creció en un 9,5%, lo que es un muy buen resultado, especialmente tomando en consideración el bajo crecimiento de la economía y de la industria de supermercados en Chile, y el día menos de ventas en el período, dado que 2016 fue un año bisiestro. Asimismo, nuestro margen EBITDA consolidado alcanzó un 5,7%, comparado con 5,4% durante el mismo período de 2016, y el margen bruto fue de 27,2%, comparado con 26,1%”. Agregó que “la expansión de márgenes se logró pese a que el crecimiento de los ingresos en el trimestre (de 2,8% a nivel consolidado) estuvo por debajo de lo que hemos visto en períodos recientes. Sin embargo, cabe destacar que nuestros supermercados Unimarc, tuvieron un desempeño sólido en el primer trimestre de este año, con un crecimiento de ingresos de 5,6%”.

El gerente general de SMU agregó que “en materia operacional, hemos avanzado con la implementación de nuestro plan estratégico para 2017-2019, Plan CIMA, que tiene foco en el crecimiento con rentabilidad. Durante este primer trimestre lanzamos el “Club Ahorro Unimarc”, programa de fidelización que nos permitió identificar que al menos 6 millones de personas son clientes de Unimarc”. En esa línea, “consideramos que este programa nos permitirá seguir optimizando nuestra estrategia promocional, entendiendo mejor las necesidades y preferencias de nuestros clientes. Además hemos identificado las diez tiendas que esperamos reconvertir durante 2017, y estamos preparándonos para iniciar los trabajos en los primeros cuatro locales hacia fines de este segundo trimestre”.

En materia de eficiencia operacional, agregó que “durante los primeros meses del año hemos ejecutado un programa de capacitación relacionado con la gestión de productos en tiendas en alrededor de 40 locales, junto con la implementación de la herramienta task manager en el 100% de las tiendas Unimarc y Mayorista 10. Con esto buscamos estandarizar procesos que nos permitan dar un mejor servicio a nuestros clientes. Adicionalmente, este trimestre avanzamos en aumentar la centralización a nivel logístico, incorporando nuevos acuerdos con proveedores y alcanzando una tasa de centralización de 44,5%, superior al 42,5% que obtuvimos en 2016”.

<sup>1</sup> EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización



“Luego del IPO en enero pasado, hemos continuado con nuestros esfuerzos para optimizar nuestra estructura de capital. A fines de abril, colocamos un bono en el mercado local por aproximadamente USD 120 millones para refinanciar deuda existente, lo que nos permitirá reducir nuestros gastos financieros en el futuro. También cabe destacar que a fines de marzo, tras la publicación de los resultados del cuarto trimestre, Standard & Poor’s mejoró nuestra clasificación de riesgo internacional a B-, con perspectivas positivas”, finalizó Gálvez.

## Resultados Financieros Primer Trimestre 2017

SMU registró en el **primer trimestre de 2017 un EBITDA de CLP 35.232 millones**, lo que representa un **incremento de 9,5%** con respecto a los CLP 32.183 millones obtenidos en el primer trimestre de 2016, logrando un buen resultado a pesar del bajo crecimiento de la economía y de la industria de supermercados en Chile, y de un día menos de ventas, dado que 2016 fue un año bisiesto. Asimismo, el **margen EBITDA consolidado aumentó a 5,7%** para el primer trimestre de 2017, desde 5,4% en el primer trimestre de 2016. La expansión de 30 puntos base (pb) en el margen EBITDA se explica por el **incremento en el margen bruto**, desde CLP 155.771 millones (26,1% de los ingresos) en el primer trimestre de 2016 a CLP 166.747 millones (27,2% de los ingresos) en el primer trimestre de 2017. El mayor margen bruto fue parcialmente contrarrestado por un aumento en los **gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación)**, como proporción de la venta, desde 20,7% en el primer trimestre de 2016 a 21,4% en el primer trimestre de 2017.

Los **ingresos de SMU en los primeros tres meses de 2017 alcanzaron CLP 613.749 millones**, un aumento de 2,8% respecto de los CLP 596.772 millones registrados en el mismo período de 2016. Sin embargo, cabe destacar que los ingresos del negocio del supermercado tradicional Unimarc, los que representan un 63% de los ingresos consolidados de SMU, crecieron 5,6% en el primer trimestre de 2017.

El crecimiento de los ingresos a nivel consolidado se vio afectado por el hecho de que el primer trimestre de 2017 tuvo un día menos de ventas que el primer trimestre de 2016, dado que 2016 fue un año bisiesto. Con respecto al segmento Supermercados<sup>2</sup>, éste experimentó un menor crecimiento, en línea con el comportamiento de la industria y afectado por la transición en la propuesta de valor de las tiendas Mayorista 10. En el segmento de Insumos para la Construcción, los menores ingresos en el primer trimestre de 2017 reflejan la menor actividad del sector inmobiliario en comparación con el primer trimestre de 2016.

<sup>2</sup> En el segmento Supermercados se incluyen los ingresos y gastos de la Casa Matriz y áreas de apoyo, además de los ajustes de consolidación. De acuerdo a la Nota 36 de los Estados Financieros de la Compañía al 31 de marzo de 2017, correspondería a la sumatoria de Supermercados más Servicios de Apoyo, Financiamiento, Ajustes y Otros.



La **utilidad neta del primer trimestre de 2017 alcanzó CLP 5.001 millones**, menor en CLP 6.478 millones con respecto a los CLP 11.479 millones obtenidos en el primer trimestre de 2016. Asimismo, la utilidad antes de impuestos disminuye en CLP 6.080 millones, a pesar de los mejores resultados operacionales. Esta diferencia se explica principalmente por el impacto de la diferencia de cambio (superior en CLP 13.297 millones en 1T16 vs 1T17), dado la mayor apreciación del peso chileno durante el 1T16 en comparación con el 1T17 (5,7% vs 0,8%, respectivamente). Sin embargo, si se elimina el efecto de la diferencia de cambio en ambos períodos, la utilidad antes de impuestos del primer trimestre de 2017 hubiese sido mejor en CLP 7.217 millones con respecto al primer trimestre de 2016. A partir del 13 de marzo de 2017, la Compañía contrató un *cross-currency swap* para cubrir el 100% de su bono internacional, lo que le permitirá reducir significativamente su exposición a variaciones en el tipo de cambio en el futuro.

### **Colocación Bono Local**

El 24 de abril de 2017, SMU informó una exitosa colocación de bonos en el mercado local por un total de UF 3 millones. La colocación se realizó a través de la colocación de dos series de bonos: la serie G (código nemotécnico BCSMU-G), por UF 1,5 millones, y la serie K (código nemotécnico BCSMU-K), por UF 1,5 millones, ambas con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros bajo el número 667. Las series se colocaron a una tasa de interés de 5,3%, con una tasa anual de carátula de 4,5% y vencimiento al 25 de marzo de 2021.

En línea con la estrategia de SMU de optimizar su estructura de capital, los fondos recibidos a la tasa de colocación, por aproximadamente CLP 77.000 millones, se destinaron al refinanciamiento de deuda existente de SMU, lo que le permitirá reducir sus gastos financieros en el futuro. Los pagos efectuados con estos fondos incluyen: (i) el pago de los Bonos Serie C, que vencieron el 2 de mayo de 2017, por CLP 54.500 millones; (ii) el pago de deuda con partes relacionadas por CLP 14.500 millones; y (iii) el pago de deuda con partes no relacionadas por CLP 8.000 millones.

### **Mejoras en Clasificaciones de Riesgo**

A fines de marzo de 2017, Standard & Poor's mejoró la clasificación de riesgo de SMU, desde CCC+ (perspectivas positivas) a B- (perspectivas positivas). Esta mejora fue la más reciente, luego de que, durante los últimos meses de 2016 y los primeros meses de 2017 las otras clasificadoras de riesgo informaron mejoras en la clasificación de riesgo de la Compañía producto de los positivos resultados operacionales y el fortalecimiento de su posición financiera:

- Feller-Rate: Mejora desde B+ (perspectivas positivas) a BB- (perspectivas estables) en septiembre 2016
- Humphreys: Mejora desde B (perspectivas favorables) a B+ (perspectivas estables) en octubre 2016, y posteriormente a BB- (perspectivas favorables) en febrero 2017
- ICR: Mejora desde BB- (perspectivas positivas) a BB (perspectivas positivas) en diciembre 2016, y posteriormente a BB+ (perspectivas estables) en enero 2017
- Moody's: Mejora desde Caa1 (perspectivas estables) a B3 (perspectivas estables) en diciembre 2016.



## Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día viernes 19 de mayo a las 11:00 am de Chile/11:00 am ET para comentar los resultados del primer trimestre de 2017:

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:

<http://services.choruscall.ca/links/smu20170519.html>

## Más Información

Para mayor información sobre los resultados de SMU del primer trimestre de 2017, por favor vea el análisis razonado de los estados financieros completo, a continuación.



### Acerca de SMU

SMU es el primer actor de retail supermercadista en Chile, en términos del número de tiendas, y el tercer actor de retail supermercadista, en base a los ingresos para el año terminado al 31 de diciembre de 2016. La Compañía opera su negocio de retail supermercadista a través de cuatro formatos: supermercados (*Unimarc*), mayoristas (*Mayorista 10* y *Alvi*), tiendas de conveniencia (*OK Market*) y ventas por internet (*Telemercados*). Adicionalmente, cuenta con operaciones en Perú, a través de dos marcas de tiendas mayoristas, *Mayorsa* y *MaxiAhorro*. Además de su negocio de retail supermercadista, opera una cadena de tiendas de insumos para la construcción, *Construmart*, a lo largo de Chile, las cuales cuentan con una base de clientes diversificada, incluyendo constructoras, ferreterías y clientes retail.

### 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: +562 2818 8351 / [cmckenzie@smu.cl](mailto:cmckenzie@smu.cl)

Medios de comunicación, favor contactarse con:

Constanza Téllez: +562 2818 8097 / [ctellez@smu.cl](mailto:ctellez@smu.cl)

Andrés Parodi: +562 2512 7288 / [aparodi@smu.cl](mailto:aparodi@smu.cl)

Andrés Velásquez: +562 2818 8418 / [avelasquez@smu.cl](mailto:avelasquez@smu.cl)



# SMU



## Análisis Razonado Marzo 2017

ANÁLISIS RAZONADO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS  
FINALIZADOS AL 31 MARZO 2017





<a href="#">Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados</a> .....	2
<a href="#">1. Análisis del Estado de Resultados</a> .....	4
<a href="#">1.1. Resultados de Operaciones: Segmento Supermercados</a> .....	4
<a href="#">1.1.1. Resumen Ejecutivo</a> .....	4
<a href="#">1.1.2. Ingresos de Actividades Ordinarias</a> .....	5
<a href="#">1.1.3. Gastos de Distribución y Gastos de Administración</a> .....	9
<a href="#">1.1.4. Margen Bruto, Margen de Contribución y EBITDA</a> .....	10
<a href="#">1.2. Resultados de Operaciones: Segmento Insumos para la Construcción</a> .....	11
<a href="#">1.3. Resultado No Operacional e Impuesto a las Ganancias</a> .....	13
<a href="#">1.4. EBITDA y Resultado Neto</a> .....	13
<a href="#">2. Análisis del Estado de Situación Financiera para SMU S.A. y Filiales</a> .....	14
<a href="#">2.1. Activos</a> .....	15
<a href="#">2.2. Pasivos</a> .....	15
<a href="#">2.3. Patrimonio</a> .....	16
<a href="#">3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo para SMU S.A. y Filiales</a> .....	17
<a href="#">4. Indicadores Financieros</a> .....	18
<a href="#">5. Gestión de Riesgos</a> .....	19
<a href="#">6. Hechos del Período</a> .....	19
<a href="#">7. Hechos Posteriores</a> .....	19



## Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados

SMU registró en el **primer trimestre de 2017 un EBITDA<sup>3</sup> de CLP 35.232 millones**, lo que representa un **incremento de 9,5%** con respecto a los CLP 32.183 millones obtenidos en el primer trimestre de 2016, logrando un buen resultado a pesar del bajo crecimiento de la economía y de la industria de supermercados en Chile, y de un día menos de ventas, dado que 2016 fue un año bisiesto. Asimismo, el **margen EBITDA consolidado aumentó a 5,7%** para el primer trimestre de 2017, desde 5,4% en el primer trimestre de 2016. La expansión de 30 puntos base (pb) en el margen EBITDA se explica por el **incremento en el margen bruto**, desde CLP 155.771 millones (26,1% de los ingresos) en el primer trimestre de 2016 a CLP 166.747 millones (27,2% de los ingresos) en el primer trimestre de 2017. El mayor margen bruto fue parcialmente contrarrestado por un aumento en los **gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación)**, como proporción de la venta, desde 20,7% en el primer trimestre de 2016 a 21,4% en el primer trimestre de 2017. Los mayores gastos operacionales y el mayor margen bruto se explican en parte por el aumento en los niveles de la centralización de la logística, el que implica, por el lado de los gastos, mayores gastos de distribución y un aumento en la dotación y, por el lado del margen bruto, un aumento producto del cobro realizado a los proveedores por la prestación de este servicio.

Los **ingresos de SMU en los primeros tres meses de 2017 alcanzaron CLP 613.749 millones**, un aumento de 2,8% con respecto a los CLP 596.772 millones registrados en el mismo período de 2016. Sin embargo, cabe destacar que los ingresos del negocio del supermercado tradicional Unimarc, los que representan un 63% de los ingresos consolidados de SMU, crecieron 5,6% en el primer trimestre de 2017.

El crecimiento de los ingresos a nivel consolidado se vio afectado por el hecho de que el primer trimestre de 2017 tuvo un día menos de ventas que el primer trimestre de 2016, dado que 2016 fue un año bisiesto. Con respecto al segmento Supermercados<sup>4</sup>, éste experimentó un menor crecimiento, en línea con el comportamiento de la industria y afectado por la transición en la propuesta de valor de las tiendas Mayorista 10. En el segmento de Insumos para la Construcción, los menores ingresos en el primer trimestre de 2017 reflejan la menor actividad del sector inmobiliario en comparación con el primer trimestre de 2016.

La **utilidad neta del primer trimestre de 2017 alcanzó CLP 5.001 millones**, menor en CLP 6.478 millones con respecto a los CLP 11.479 millones obtenidos en el primer trimestre de 2016. Asimismo, la utilidad antes de impuestos disminuye en CLP 6.080 millones, a pesar de los mejores resultados operacionales. Esta diferencia se explica principalmente por el impacto de la diferencia de cambio (superior en CLP 13.297 millones en 1T16 vs 1T17), dado la mayor apreciación del peso chileno durante el 1T16 en comparación con el 1T17 (5,7% vs 0,8%, respectivamente). Sin embargo, si se elimina el efecto de la diferencia de cambio en ambos períodos, la utilidad antes de impuestos del primer trimestre de 2017 hubiese sido mejor en CLP 7.217 millones con respecto al primer trimestre de 2016. A partir del 13 de marzo de 2017, la Compañía contrató un *cross-currency swap* para cubrir el 100% de su bono internacional, lo que le permitirá reducir significativamente su exposición a variaciones en el tipo de cambio en el futuro.

<sup>3</sup> EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización

<sup>4</sup> En el segmento Supermercados se incluyen los ingresos y gastos de la Casa Matriz y áreas de apoyo, además de los ajustes de consolidación. De acuerdo a la Nota 36 de los Estados Financieros de la Compañía al 31 de marzo de 2017, correspondería a la sumatoria de Supermercados más Servicios de Apoyo, Financiamiento, Ajustes y Otros.



Con respecto a los **indicadores operacionales**, en el **segmento Supermercados**, la **venta por metro cuadrado**<sup>5</sup> alcanzó CLP 298,2 mil en el primer trimestre de 2017, un aumento de 3,3% con respecto a los CLP 288,8 mil para el mismo período de 2016. En este segmento la Compañía tuvo un aumento en las **ventas por tienda equivalente, o same-store sales ("SSS")** de 3,0% para el primer trimestre de 2017. En relación a la **eficiencia operacional**, dentro de las operaciones del segmento Supermercados en Chile, durante el primer trimestre de 2017 la Compañía alcanzó una tasa de **distribución centralizada** de 44,5%, superior al 42,5% registrado durante el año 2016. El aumento de la centralización es una de las iniciativas que la Compañía ha implementado, utilizando sus centros de distribución ubicados a lo largo de Chile, con el objetivo de mejorar su eficiencia operacional, la gestión de inventarios y la disponibilidad de productos en sus tiendas.

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 2017 y 2016. 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)	1T17	1T16	Δ%
Ingresos de Actividades Ordinarias	613.749	596.772	2,8%
Costo de Ventas	(447.002)	(441.001)	1,4%
<b>Margen Bruto</b>	<b>166.747</b>	<b>155.771</b>	<b>7,0%</b>
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>27,2%</i>	<i>26,1%</i>	
Gastos de Distribución	(5.991)	(5.708)	4,9%
<b>Margen de Contribución</b>	<b>160.756</b>	<b>150.063</b>	<b>7,1%</b>
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>26,2%</i>	<i>25,1%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(125.524)	(117.880)	6,5%
<b>EBITDA</b>	<b>35.232</b>	<b>32.183</b>	<b>9,5%</b>
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>5,7%</i>	<i>5,4%</i>	
Depreciación y Amortización	(13.240)	(13.890)	(4,7%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	454	(558)	(181,4%)
Ingresos Financieros	307	393	(21,8%)
Costos Financieros	(16.855)	(17.487)	(3,6%)
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios	(334)	(366)	(8,7%)
Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación			
Diferencias de Cambio	2.069	15.366	(86,5%)
Resultados por Unidades de Reajuste	(2.805)	(4.732)	(40,7%)
<b>Resultados Financieros</b>	<b>(17.618)</b>	<b>(6.826)</b>	<b>158,1%</b>
<b>Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto</b>	<b>4.828</b>	<b>10.908</b>	<b>(55,7%)</b>
Ingreso por Impuesto a las Ganancias	172	571	(69,8%)
<b>Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas</b>	<b>5.001</b>	<b>11.479</b>	<b>(56,4%)</b>
<b>Ganancia (Pérdida) del Período</b>	<b>5.001</b>	<b>11.479</b>	<b>(56,4%)</b>

<sup>5</sup> Ventas por metro cuadrado se calcula en base al promedio de las ventas mensuales del período respectivo.



## 1. Análisis del Estado de Resultados

### 1.1. Resultados de Operaciones: Segmento Supermercados

#### 1.1.1. Resumen Ejecutivo

El segmento Supermercados registró un **EBITDA de CLP 33.785 millones** durante el primer trimestre de 2017, un alza de **9,7%** con respecto a los CLP 30.807 millones registrados para el primer trimestre de 2016. El **margen EBITDA alcanzó 6,1%** para el 1T17, un aumento de 30 pb con respecto al margen de 5,8% del 1T16. Esta expansión del margen EBITDA refleja una mayor dilución de gastos, ya que la expansión del margen bruto de este segmento, desde 27,3% en 1T16 a 28,3% en 1T17 (+100 pb) fue mayor que el aumento en gastos operacionales (gastos de distribución más gastos de administración (sin depreciación)) como proporción de la venta durante el mismo período: de 21,5% en 1T16 a 22,1% en 1T17 (+70 pb).

**Cuadro 2: Estado de Resultados Segmento Supermercados**

(Millones CLP)	1T17	1T16	Δ %
Ingresos de Actividades Ordinarias	551.190	532.241	3,6%
Costo de Ventas	(395.470)	(387.165)	2,1%
<b>Margen Bruto</b>	<b>155.719</b>	<b>145.076</b>	<b>7,3%</b>
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>28,3%</i>	<i>27,3%</i>	
Gastos de Distribución	(5.991)	(5.708)	4,9%
<b>Margen de Contribución</b>	<b>149.729</b>	<b>139.368</b>	<b>7,4%</b>
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>27,2%</i>	<i>26,2%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(115.944)	(108.561)	6,8%
<b>EBITDA</b>	<b>33.785</b>	<b>30.807</b>	<b>9,7%</b>
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>6,1%</i>	<i>5,8%</i>	
Depreciación y Amortización	(12.560)	(13.195)	(4,8%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	444	(553)	(180,3%)
Ingresos Financieros	307	390	(21,2%)
Costos Financieros	(16.257)	(16.845)	(3,5%)
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(334)	(366)	(8,7%)
Diferencias de Cambio	2.107	15.234	(86,2%)
Resultados por Unidades de Reajuste	(2.633)	(4.423)	(40,5%)
<b>Resultados Financieros</b>	<b>(16.810)</b>	<b>(6.011)</b>	<b>179,7%</b>
<b>Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto</b>	<b>4.858</b>	<b>11.048</b>	<b>(56,0%)</b>
Ingreso por Impuesto a las Ganancias	102	386	(73,6%)
<b>Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas</b>	<b>4.960</b>	<b>11.434</b>	<b>(56,6%)</b>
<b>Ganancia (Pérdida) del Período</b>	<b>4.960</b>	<b>11.434</b>	<b>(56,6%)</b>



### 1.1.2. Ingresos de Actividades Ordinarias

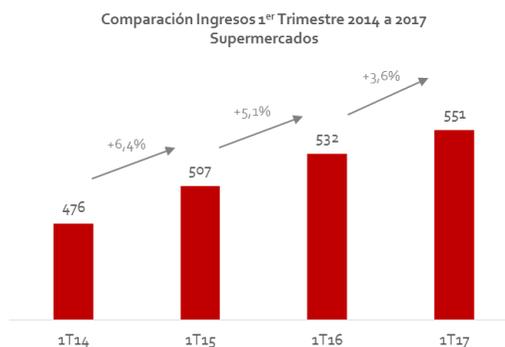
Los **ingresos de actividades ordinarias** del segmento Supermercados se incrementaron en 3,6% en el primer trimestre de 2017 comparado con el primer trimestre de 2016, desde CLP 532.241 millones a CLP 551.190 millones.

**Cuadro 3: Ingresos Segmento Supermercados (CLP MMM)**

INGRESOS (CLP MMM)	1T17	1T16	Δ%
UNIMARC	390	369	5,6%
MAYORISTAS	135	139	-2,8%
OK MARKET	13	12	3,3%
TELEMERCADOS	3	3	4,8%
OTROS(*)	1	1	-29,8%
<b>SUPERMERCADOS CHILE</b>	<b>541</b>	<b>524</b>	<b>3,2%</b>
<b>SUPERMERCADOS PERÚ</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>22,7%</b>
<b>TOTAL SUPERMERCADOS</b>	<b>551</b>	<b>532</b>	<b>3,6%</b>

(\*)El ítem "Otros" considera todos los ingresos distintos a los generados por los formatos operacionales de la Compañía.

**Gráfico 1: Evolución Trimestral de los Ingresos Segmento Supermercados (CLP MMM) / 2014 – 2017**



Supermercados Chile crece 3,2% en el primer trimestre de 2017, con respecto al mismo período del año 2016. Dentro de las operaciones de Supermercados Chile, el formato que muestra mayor crecimiento en ventas es el supermercado tradicional, Unimarc, con un aumento de 5,6%. Unimarc representa el 70,7% de los ingresos del segmento Supermercados en 1T17, y sus positivos resultados reflejan la maduración y profundización de la estrategia comercial basada en promociones, así como la mayor disponibilidad de productos en la tienda como resultado de la optimización de la cadena de abastecimiento.

Los ingresos del formato mayoristas disminuyen en un 2,8% en el primer trimestre de 2017 con respecto al primer trimestre de 2016, lo que refleja el hecho de que las tiendas Mayorista 10 están en un proceso de transición con respecto a su propuesta de valor, la que anteriormente estaba más enfocada en comerciantes y hoy está más orientada al consumidor final. En la medida que la nueva propuesta de valor madure, se espera obtener un mejor desempeño en las ventas de este formato, así como también de su margen bruto. Las tiendas mayoristas tradicionales Alvi, en tanto, han mostrado un sólido



crecimiento en ventas, obteniendo buenos resultados de su club de fidelización orientado a clientes comerciantes. Los ingresos de los formatos de conveniencia (OK Market) y de e-grocery (Telemercados) crecieron 3,3% y 4,8%, respectivamente, en el 1T17 con respecto al 1T16.

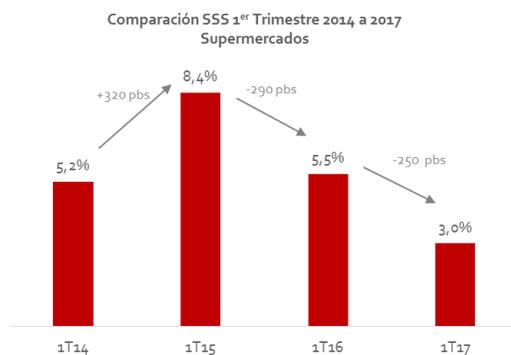
Supermercados Perú registra un crecimiento de ventas de 22,7% en el primer trimestre de 2017 versus el primer trimestre de 2016 (en soles peruanos la expansión es equivalente a 25,4%), reflejando los positivos resultados de la estrategia de SMU en Perú, la que busca replicar algunas de las iniciativas que la Compañía ha implementado exitosamente en Chile. Adicionalmente, en el mes de marzo se obtuvieron mayores volúmenes de venta producto de las inundaciones que afectaron al país.

Las **ventas de locales equivalentes (SSS)** del segmento Supermercados para el primer trimestre de 2017 alcanzan un alza de 3,0%, por debajo de los niveles registrados durante el año 2016.

**Cuadro 4: Evolución de las Ventas de Locales Equivalentes (SSS) Segmento Supermercados (%)**

SSS (Δ %)	2015	1T16	2T16	3T16	4T16	2016	1T17
UNIMARC	7,9%	6,7%	5,4%	10,8%	6,4%	7,3%	4,6%
MAYORISTAS	7,3%	2,8%	0,8%	-0,4%	0,7%	0,9%	-2,6%
OK MARKET	10,0%	9,2%	2,5%	5,1%	3,5%	5,0%	6,3%
SUPERMERCADOS CHILE	7,8%	5,6%	4,0%	7,5%	4,8%	5,5%	2,7%
SUPERMERCADOS PERÚ	6,7%	-2,2%	-2,0%	2,4%	11,5%	2,9%	22,2%
TOTAL SUPERMERCADOS	7,8%	5,5%	4,0%	7,3%	4,8%	5,4%	3,0%

**Gráfico 2: Evolución Trimestral de las Ventas de Locales Equivalentes (SSS) Segmento Supermercados (%) / 2014 – 2017**



Unimarc registró un incremento de SSS de 4,6% en el primer trimestre de 2017 (por debajo del 6,7% registrado en el primer trimestre de 2016). Mayoristas disminuye 2,6% en el 1T17, consistente con el desempeño de los ingresos y reflejando el efecto de la transformación en la propuesta de valor de las tiendas Mayorista 10 mencionado más arriba. Las SSS de OK Market crecen 6,3% en el primer trimestre de 2017, por debajo del 9,2% del 1T16 pero por encima del 5,0% del año 2016 en promedio. El incremento de SSS de OK Market es mayor que el incremento en los ingresos, debido al cierre durante los primeros tres meses de 2017 de cuatro tiendas OK Market de bajo desempeño cuyas ventas no se incluyeron en la base de cálculo de SSS. Con todo, Supermercados Chile anota una expansión de SSS de 2,7% en el primer trimestre de 2017.

Supermercados Perú – que representa el 2,0% de los ingresos totales del segmento Supermercados



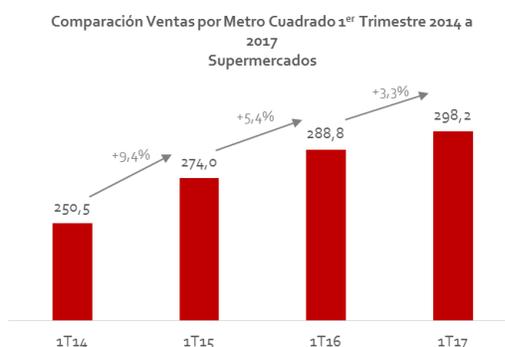
durante el primer trimestre de 2017 – registra un aumento de SSS de 22,2% en el 1T17, siguiendo la tendencia positiva que comenzó en el último trimestre de 2016 y reflejando la implementación del plan de negocio para los próximos tres años, el que busca un mejoramiento en las ventas a través de la implementación de nuevas propuestas de valor y plan publicitario. El crecimiento de SSS en Perú para el primer trimestre de 2017 además refleja los mayores volúmenes de venta obtenidos en el mes de marzo, producto de las inundaciones que afectaron al país.

Las **ventas por metro cuadrado** del segmento Supermercados alcanzaron CLP 298.168 para el primer trimestre de 2017, 3,3% mayor que el primer trimestre de 2016.

**Cuadro 5: Evolución de las Ventas por Metro Cuadrado Segmento Supermercados (CLP M/M<sup>2</sup>)**

VENTAS POR M <sup>2</sup> (CLP M/M <sup>2</sup> )	1T17	1T16	Δ%
SUPERMERCADOS CHILE	301,6	292,6	3,1%
SUPERMERCADOS PERÚ	188,0	161,9	16,1%
TOTAL SUPERMERCADOS	298,2	288,8	3,3%

**Gráfico 3: Evolución de las Ventas por Metro Cuadrado Segmento Supermercados (CLP M/M<sup>2</sup>) / 2014 – 2017**



Las ventas por metro cuadrado de Supermercados Chile crecieron 3,1% en el primer trimestre de 2017 en comparación con el primer trimestre de 2016, en línea con el crecimiento de ingresos de este segmento. Por su parte, Supermercados Perú (medido en pesos chilenos) registró un crecimiento en ventas por metro cuadrado de 16,1% en el primer trimestre de 2017, consistente con el desempeño sobresaliente en ventas de este negocio en el período.

Por formato, las mismas tendencias que se observan en los ingresos también se ven reflejadas en el desempeño de ventas por metro cuadrado: Unimarc registra un incremento de 5,0%; mayoristas una disminución de 2,6%; y OK Market un incremento de 8,6%.

Al cierre del primer trimestre de 2017, la operación de Supermercados cuenta con **504 locales en Chile**, totalizando **588.983 metros cuadrados**, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, levemente por debajo de los 508 locales que operaban al cierre del 1T16 y por debajo de los 559 alcanzados en el peak (3T13).

Como parte de su estrategia de aumentar la eficiencia y la rentabilidad de sus operaciones, SMU busca optimizar su portafolio de tiendas, para lo cual se realiza un monitoreo permanente del desempeño de cada tienda. En este sentido, durante el primer trimestre de 2017, la Compañía cerró cuatro tiendas de



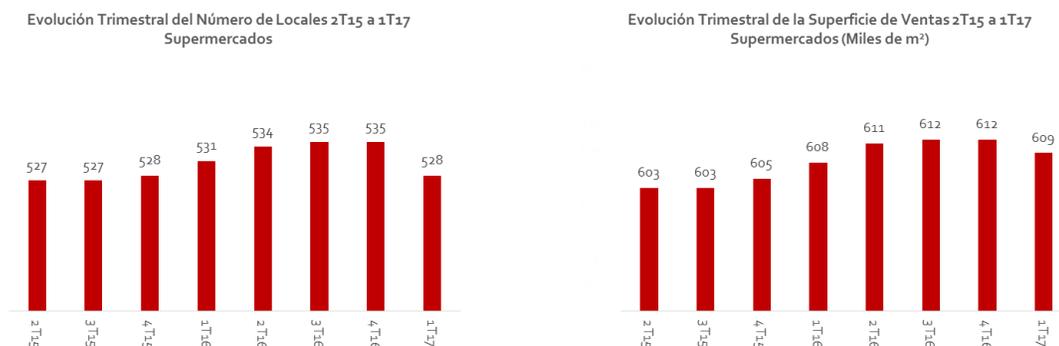
OK Market y dos tiendas de Unimarc. Adicionalmente, durante el período se cerró una tienda de Unimarc por razones de fuerza mayor, producto de incendio de la tienda ocasionado por un robo de cajero automático.

En Perú, se totaliza 24 locales al 31 de marzo de 2017, que representan 20.398 metros cuadrados, con lo que a nivel consolidado, el segmento Supermercados cuenta con 609.380 metros cuadrados al cierre del trimestre.

**Cuadro 6: Número de Locales y Superficie de Ventas (Miles de M<sup>2</sup>) Segmento Supermercados**

N° LOCALES	SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M <sup>2</sup> )	
	1T17	1T16
UNIMARC	292	292
MAYORISTAS	100	100
OK MARKET	112	116
SUPERMERCADOS CHILE	504	508
SUPERMERCADOS PERÚ	24	23
<b>TOTAL SUPERMERCADOS</b>	<b>528</b>	<b>531</b>

**Gráfico 4: Evolución Trimestral del Número de Locales y Superficie de Ventas Segmento Supermercados (Miles de M<sup>2</sup>) / 2015 – 2017**



**Cuadro 7: Evolución de Aperturas y Cierres de Locales Segmento Supermercados**

APERTURAS Y CIERRES	2015		1T16		2T16		3T16		4T16		2016		1T17	
	APER.	CIER.												
UNIMARC	2	4	2	0	2	0	1	0	0	0	5	0	0	3
MAYORISTAS	0	1	0	0	1*	1*	0	0	0	0	1*	1*	0	0
OK MARKET	1	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
SUPERMERCADOS CHILE	3	16	2	0	2	0	1	0	0	0	5	0	0	7
SUPERMERCADOS PERÚ	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0

(\*) Corresponde a la transformación de Local, cambiando de Mayorista 10 a Alvi.



### 1.1.3. Gastos de Distribución y Gastos de Administración

En el primer trimestre de 2017, los **gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación)** del segmento Supermercados, como proporción de la venta, registran un incremento de aproximadamente 70 pb, desde 21,5% en 1T16 a 22,1% en 1T17.

Los **gastos de distribución** de los primeros tres meses de 2017 alcanzaron CLP 5.991 millones, un alza de 4,9% con respecto al mismo período de 2016. El aumento de los gastos de distribución es consecuencia de mayores ventas y del aumento de la centralización de la distribución que se encuentra desarrollando SMU en todos sus formatos. Sin embargo, la mayor centralización tiene como contrapartida un mayor margen bruto, debido al cobro realizado a los proveedores por la prestación de este servicio. Los gastos de distribución como porcentaje de la venta se mantuvieron estables en aproximadamente 1,1% en ambos períodos.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación) del segmento suben 6,8% en el primer trimestre de 2017, totalizando CLP 115.944 millones (21,0% de la venta), versus CLP 108.561 millones (20,4% de la venta) en el primer trimestre de 2016.

Los principales incrementos de los gastos de administración en el primer trimestre de 2017 fueron:

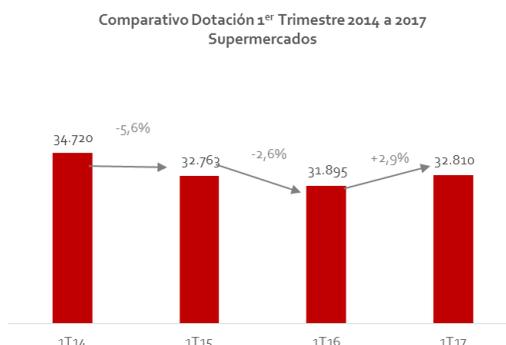
- CLP 4.691 millones (+9,0 a/a) en el gasto de personal – que representó el 49,0% del total de gastos de administración del período (excluida la depreciación) – derivado de los reajustes salariales por inflación, alza del salario mínimo, la provisión del bono por incentivo de largo plazo y, en menor medida, del aumento de dotación promedio, relacionado al mayor nivel de centralización de logística;
- CLP 564 millones (+2,9% a/a) en servicios debido principalmente al aumento en los gastos de seguridad, asociado al alza del salario mínimo y al mayor estándar de servicio, y mayor inflación, parcialmente compensado por menores gastos de electricidad, debido a cobros tarifarios retroactivos realizados durante 2016 y que no se cobran en el año 2017;
- CLP 543 millones (+15,6% a/a) en arriendos por su reajustabilidad en UF y el pago de arriendo variable por el incremento de las ventas;
- CLP 343 millones (+14,7% a/a) en comisión de tarjetas, debido al aumento del porcentaje de uso de este medio de pago; y
- CLP 317 millones (+16,3% a/a) en servicios externos, principalmente asociados a gastos de tecnología.

**Cuadro 8: Dotación Promedio Segmento Supermercados**

DOTACIÓN PROMEDIO	1T17	1T16	Δ%
LOCALES CHILE	30.437	29.620	2,8%
CORPORATIVO CHILE	1.640	1.599	2,5%
SUPERMERCADOS CHILE	32.077	31.219	2,7%
LOCALES PERÚ	606	557	8,8%
CORPORATIVO PERÚ	127	119	7,0%
SUPERMERCADOS PERÚ	733	676	8,5%
TOTAL SUPERMERCADOS	32.810	31.895	2,9%



**Gráfico 5: Evolución de la Dotación Promedio Segmento Supermercados / 2014 – 2017**



### 1.1.4. Margen Bruto, Margen de Contribución y EBITDA

El **margen bruto** del segmento Supermercados para el primer trimestre de 2017 totalizó CLP 155.719 millones, creciendo 7,3% respecto del primer trimestre de 2016, lo que equivale al 28,3% de las ventas, con una mejora de 100 pb a/a, a raíz de una mayor alza en los ingresos que en el costo de ventas (3,6% versus 2,1%), consecuencia de la fuerte actividad promocional de la Compañía, manteniendo los precios competitivos y mejorando, por otra parte, la gestión comercial. La expansión del margen bruto también refleja el cobro realizado a los proveedores por la prestación de servicios de logística, asociado al aumento en los niveles de la centralización de la distribución, el que se compensa con mayores gastos asociados a los servicios prestados.

El **margen de contribución** del segmento se expandió 7,4% en el primer trimestre de 2017, llegando a CLP 149.729 millones, sobre los CLP 139.368 millones del primer trimestre de 2016, con un margen de contribución como porcentaje de los ingresos de 27,2%, 100 pb por encima del 26,2% previo, derivado de la mejora en el margen bruto (+7,3%), a pesar de que los gastos de distribución se incrementan en 4,9% en el período, debido a mayores ventas y centralización de la logística.

El **EBITDA** del segmento registró una mejora de 9,7% en el primer trimestre de 2017, totalizando CLP 33.785 millones, respecto a los CLP 30.807 millones registrados en el primer trimestre de 2016, manteniendo la tendencia alcista que ha venido mostrando en los últimos períodos. El **margen EBITDA**, por su parte, subió desde 5,8% en el primer trimestre de 2016 a 6,1% en el primer trimestre de 2017, equivalente a 30 pb a/a.

El **EBITDAR** (EBITDA menos el gasto por arriendo) del segmento Supermercados en el primer trimestre de 2017 alcanzó CLP 47.883 millones (margen EBITDAR 8,7%), superior en 7,7% con respecto a los CLP 44.465 millones (margen EBITDAR 8,4%) obtenidos en el primer trimestre de 2016.



## 1.2. Resultados de Operaciones: Segmento Insumos para la Construcción

En el primer trimestre de 2017, los **ingresos de actividades ordinarias** del segmento Insumos para la Construcción se disminuyeron en 3,1% en relación al mismo período de 2016, totalizando CLP 62.559 millones versus CLP 64.531 millones. Este resultado es producto de un decrecimiento en el segmento B2B producto de la caída del negocio de constructoras, parcialmente contrarrestado por el crecimiento experimentado en el negocio retail.

Por negocio, el de retail presentó un incremento de 7,0% en ventas en el primer trimestre de 2017 con respecto al mismo período de 2016. La venta retail representó el 40,3% de la venta total en 1T17, comparado con 36,5% en 1T16. Esta mejora se debe a la implementación de iniciativas tendientes a mejorar la experiencia de compra y el posicionamiento de precios, así como a una mejor oferta en las tiendas, las que siguen en desarrollo de acuerdo a lo planificado.

Por su parte, el negocio B2B –que durante los primeros tres meses de 2017 representó el 59,7% de la venta total de este segmento– registró una disminución en ventas de 8,9% comparado con el primer trimestre de 2016, principalmente por un peor desempeño del segmento de clientes corporativos, relacionados al sector inmobiliario durante el primer trimestre de 2017.

A pesar de los menores ingresos, el **margen bruto** del segmento para el primer trimestre de 2017 alcanzó 17,6%, una expansión de 100 pb con respecto al primer trimestre de 2016, producto de una mejora en los márgenes tanto del negocio retail como del B2B. Las mejores negociaciones con proveedores han permitido este incremento a pesar del aumento en la intensidad competitiva de la industria.

En el primer trimestre de 2017, el **gasto de administración y ventas (sin depreciación)** del segmento aumentó en 2,8% con respecto al primer trimestre de 2016. El incremento se explica principalmente por el aumento de los gastos de remuneraciones producto de los reajustes, aumento en el gasto de marketing, así como por un incremento en la provisión de incobrables.

El **EBITDA para este segmento fue de CLP 1.448 millones** para el primer trimestre de 2017, un alza de 5,2% con respecto a los CLP 1.376 millones registrados para el primer trimestre de 2016. El **margen EBITDA alcanzó 2,3%** para el primer trimestre de 2017, un aumento de 20 pb con respecto al primer trimestre de 2016.

Durante el **primer trimestre de 2017** para el segmento Insumos para la Construcción se registró **una utilidad neta de CLP 41 millones**, menor en 9,1% con respecto a los CLP 45 millones registrados en el 1T16. Si bien los resultados operacionales y el resultado antes de impuesto fueron mejores en el 1T17 que en el 1T16, la utilidad neta disminuye producto de un menor ingreso por impuesto a las ganancias (CLP 71 millones en 1T17 versus CLP 185 millones en 1T16).



**Cuadro 9: Estado de Resultados Segmento Insumos para la Construcción**

(Millones CLP)	1T17	1T16	Δ %
Ingresos de Actividades Ordinarias	62.559	64.531	(3,1%)
Costo de Ventas	(51.532)	(53.836)	(4,3%)
<b>Margen Bruto</b>	<b>11.027</b>	<b>10.695</b>	<b>3,1%</b>
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>17,6%</i>	<i>16,6%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(9.580)	(9.319)	2,8%
<b>EBITDA</b>	<b>1.448</b>	<b>1.376</b>	<b>5,2%</b>
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>2,3%</i>	<i>2,1%</i>	
Depreciación y Amortización	(680)	(694)	(2,0%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	11	(5)	(293,0%)
Ingresos Financieros	0	3	(100,0%)
Costos Financieros	(598)	(642)	(6,9%)
Diferencias de Cambio	(38)	133	(128,9%)
Resultados por Unidades de Reajuste	(172)	(310)	(44,6%)
<b>Resultados Financieros</b>	<b>(808)</b>	<b>(816)</b>	<b>(1,0%)</b>
<b>Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto</b>	<b>(30)</b>	<b>(140)</b>	<b>(78,7%)</b>
Ingreso por Impuesto a las Ganancias	71	185	(61,7%)
<b>Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas</b>	<b>41</b>	<b>45</b>	<b>(9,1%)</b>
<b>Ganancia (Pérdida) del Período</b>	<b>41</b>	<b>45</b>	<b>(9,1%)</b>



### 1.3. Resultado No Operacional<sup>6</sup> e Impuesto a las Ganancias

A nivel consolidado, el **resultado no operacional** de SMU para el primer trimestre de 2017 totalizó CLP -17.163 millones, peor en CLP 9.778 millones con respecto a los CLP -7.385 millones del primer trimestre de 2016. Esta variación se explica principalmente por la menor ganancia por **diferencia de cambio** (CLP 2.069 millones en 1T17 vs. CLP 15.366 millones en 1T16, una disminución de CLP 13.297 millones a/a), debido a la menor apreciación en el tipo de cambio durante el primer trimestre de 2017 con respecto al primer trimestre de 2016. A partir del 13 de marzo de 2017, la Compañía contrató un *cross-currency swap* para cubrir el 100% de su bono internacional, lo que le permitirá reducir significativamente su exposición a variaciones en el tipo de cambio en el futuro.

La menor ganancia por diferencia de cambio fue parcialmente compensado por los siguientes efectos positivos en el primer trimestre de 2017, comparado con el primer trimestre de 2016:

- Resultados por unidades de reajuste** mejoraron en CLP 1.927 millones, producto de la menor inflación y menor deuda denominada en UF en 1T17 vs 1T16;
- Otras ganancias (pérdidas)** mejoraron en CLP 1.013 millones, principalmente por la recuperación de seguros; y
- Costos financieros** mejoraron en CLP 632 millones, principalmente por la menor deuda financiera producto de los pagos realizados con fondos del aumento de capital concretado en enero de 2017.

El **ingreso por impuestos a las ganancias** del primer trimestre de 2017 alcanzó CLP 172 millones, una disminución de 69,8% con respecto a los CLP 571 millones del primer trimestre de 2016. Si bien la utilidad antes de impuesto fue mejor en el primer trimestre de 2016, el ingreso por impuestos a las ganancias fue menos en el primer trimestre de 2017 debido a cambios en la estimación de reversas de diferencia temporales.

### 1.4. EBITDA y Resultado Neto

El **EBITDA** de SMU del primer trimestre de 2017 aumentó en 9,5%, alcanzando CLP 35.232 millones (5,7% de los ingresos), comparado con los CLP 32.183 millones (5,4% de los ingresos) registrados en el primer trimestre de 2016.

El **EBITDAR** (EBITDA menos gasto por arriendo) del 1T17 alcanzó CLP 50.489 millones (8,2% de los ingresos), un aumento de 7,2% con respecto a los CLP 47.114 millones (7,9% de los ingresos) obtenidos en 1T16.

SMU registró en el primer trimestre de 2017 una **utilidad neta de** CLP 5.001 millones, una disminución de 56,4% con respecto al primer trimestre de 2016, a pesar de los mejores resultados operacionales. La variación se explica principalmente por una menor ganancia por diferencias de cambio, efecto que se describe en mayor detalle más arriba.

<sup>6</sup> 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



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

**Cuadro 10: Estado de Situación Financiera al 31 de marzo de 2017 y al 31 de diciembre de 2016**

(Millones CLP)	Marzo 2017	Diciembre 2016	Δ \$	Δ %
<b>ACTIVOS</b>				
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	64.868	48.497	16.372	33,8%
Otros Activos Financieros Corrientes	79	79	0	0,0%
Otros Activos No Financieros Corrientes	19.867	12.121	7.746	63,9%
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	66.080	82.560	(16.480)	(20,0%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	10.214	7.205	3.009	41,8%
Inventarios	216.531	214.026	2.505	1,2%
Activos por Impuestos Corrientes	6.995	6.905	91	1,3%
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>384.635</b>	<b>371.393</b>	<b>13.242</b>	<b>3,6%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>				
Otros Activos Financieros No Corrientes	191	191	0	0,0%
Otros Activos No Financieros No Corrientes	21.629	21.576	53	0,2%
Cuentas por Cobrar No Corrientes	1.578	1.835	(258)	(14,0%)
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	76.769	77.198	(429)	(0,6%)
Plusvalía	474.665	474.522	143	0,0%
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	437.170	441.848	(4.679)	(1,1%)
Activos por Impuestos Diferidos	420.420	418.167	2.253	0,5%
<b>Total Activos No Corrientes</b>	<b>1.432.422</b>	<b>1.435.339</b>	<b>(2.917)</b>	<b>(0,2%)</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>1.817.057</b>	<b>1.806.731</b>	<b>10.325</b>	<b>0,6%</b>
<b>PASIVOS</b>				
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	109.014	126.174	(17.160)	(13,6%)
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	440.384	456.081	(15.697)	(3,4%)
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	16.352	17.439	(1.087)	(6,2%)
Otras Provisiones de Corto Plazo	1.289	1.360	(72)	(5,3%)
Pasivos por Impuestos Corrientes	20	12	8	62,1%
Provisiones Corrientes por Beneficios a los Empleados	13.612	23.960	(10.349)	(43,2%)
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	3.946	5.181	(1.235)	(23,8%)
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>584.617</b>	<b>630.207</b>	<b>(45.591)</b>	<b>(7,2%)</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	740.659	735.875	4.784	0,7%
Cuentas por Pagar No Corrientes	141	148	(7)	(4,7%)
Cuentas por pagar a Entidades Relacionadas No Corrientes	0	79.054	(79.054)	(100,0%)
Pasivos por Impuestos Diferidos	58	69	(11)	(16,3%)
Provisiones No Corrientes por Beneficios a los Empleados	693	108	584	540,3%
Otros Pasivos No Financieros No Corrientes	11.530	11.262	268	2,4%
<b>Total Pasivos No Corrientes</b>	<b>753.081</b>	<b>826.516</b>	<b>(73.435)</b>	<b>(8,9%)</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>1.337.697</b>	<b>1.456.723</b>	<b>(119.026)</b>	<b>(8,2%)</b>
<b>PATRIMONIO</b>				
Capital Emitido	1.100.290	970.340	129.950	13,4%
Pérdidas Acumuladas	(762.704)	(767.705)	5.001	(0,7%)
Otras Reservas	141.773	147.373	(5.600)	(3,8%)
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	479.359	350.008	129.351	37,0%
Participaciones No Controladoras	(0)	(0)	0	0,0%
<b>Total Patrimonio</b>	<b>479.359</b>	<b>350.008</b>	<b>129.351</b>	<b>37,0%</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>1.817.057</b>	<b>1.806.731</b>	<b>10.325</b>	<b>0,6%</b>



## 2.1. Activos

Al 31 de marzo de 2017, los **activos totales** de SMU se mantienen relativamente estables con respecto al 31 de diciembre de 2016, totalizando CLP 1.817.057 millones (+0,6%).

Los **activos corrientes** al 31 de marzo de 2017 se incrementaron CLP 13.242 millones (3,6%) respecto de diciembre de 2016, totalizando CLP 384.635 millones, principalmente a raíz de:

- a. Aumento de efectivo y equivalentes al efectivo (↑CLP 16.372 millones), principalmente por dineros recaudados del aumento de capital y aún no utilizados.
- b. Otros activos no financieros corrientes (↑CLP 7.746 millones), principalmente por el nuevo contrato de seguros pagados por anticipado y al mayor IVA crédito fiscal, parcialmente compensado por la disminución de los arriendos pagados por anticipado.
- c. Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes (↑CLP 3.009 millones), principalmente por un cambio en la presentación de las cuentas por cobrar y pagar a la asociada Unired, las que ahora se presentan abiertas y antes se presentaban netas.
- d. Inventarios (↑CLP 2.505 millones), debido al incremento de la actividad promocional y de las ventas.
- e. Estos aumentos fueron parcialmente compensados por una disminución de los deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (↓CLP 16.480 millones), principalmente por menores cuentas por cobrar de tarjetas de crédito, menores ventas a crédito del segmento Supermercados y menos cuentas por cobrar al seguro.

Los **activos no corrientes** al 31 de marzo de 2017 llegan a CLP 1.432.422 millones, reduciéndose levemente en CLP 2.917 millones (-0,2%) respecto del cierre de 2016, debido principalmente a:

- a. La disminución en propiedades, plantas y equipos (↓CLP 4.679 millones) a raíz de la depreciación (↓CLP 10.687 millones) y bajas y ventas del período (↓CLP 1.169 millones), compensado en parte por adiciones del período (↑CLP 7.177 millones).
- b. La disminución en propiedades, plantas y equipos fue parcialmente contrarrestada por el aumento de los activos por impuestos diferidos (↑CLP 2.253 millones), producto principalmente de la corrección monetaria de pérdidas tributarias, compensado en parte por la disminución de las diferencias temporales por provisiones y la disminución del activo intangible tributario.

## 2.2. Pasivos

Al 31 de marzo de 2017, los **pasivos totales** de la Compañía alcanzan CLP 1.337.697 millones, una disminución de -8,2% respecto de los niveles registrados al 31 de diciembre de 2016.

Los **pasivos corrientes** disminuyen en CLP 45.591 millones (-7,2%), debido principalmente a:

- a. Disminución en otros pasivos financieros corrientes (↓CLP 17.160 millones), debido principalmente a la disminución de los préstamos bancarios y de las obligaciones con el público.
- b. Disminución en cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes (↓CLP 15.697 millones), debido principalmente a mayores pagos realizados a proveedores siguiendo las



mayores compras de mercaderías para abastecer los mayores volúmenes de venta del cuarto trimestre.

- c. Disminución en provisiones corrientes por beneficios a los empleados (↓CLP 10.349 millones), debido principalmente a la menor provisión del bono anual y del incentivo de largo plazo, producto del pago de éstos en el primer trimestre de 2017, así como también a la disminución de la provisión de vacaciones, siguiendo el período de vacaciones de verano.
- d. Disminución en otros pasivos no financieros corrientes (↓CLP 1.235 millones), debido principalmente al menor saldo de IVA débito fiscal, por menores ventas en marzo 2017 respecto de las compras.
- e. Disminución en cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes (↓CLP 1.087 millones), debido a pagos de deuda con partes relacionadas con fondos del aumento de capital, parcialmente compensado por el incremento de cuentas por pagar, producto del cambio en la presentación de las cuentas por cobrar y pagar a la asociada Unired, las que ahora se presentan abiertas y antes se presentaban netas.

Los **pasivos no corrientes** disminuyen en CLP 73.435 millones (-8,9%), y se explica principalmente por:

- a. Disminución en cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes (↓CLP 79.054 millones), debido a pagos de deuda con partes relacionadas con fondos del aumento de capital.
- b. Lo anterior, parcialmente compensado por un incremento en otros pasivos financieros no corrientes (↑CLP 4.784 millones), debido principalmente a instrumentos derivados (*cross-currency swap*) contratados en marzo de 2017 para eliminar el riesgo cambiario del bono internacional.

### 2.3. Patrimonio

El **patrimonio** presenta un alza de CLP 129.351 millones (+37,0%), y se explica principalmente por:

- a. Aumento en capital emitido (↑CLP 129.950 millones), debido al aumento de capital concretado en enero de 2017.
- b. Efecto positivo en pérdidas acumuladas (↑CLP 5.001 millones) , correspondiente a la utilidad neta del primer trimestre de 2017
- c. Lo anterior, parcialmente compensado por una disminución en otras reservas (↓CLP 5.600 millones), debido principalmente a los gastos de la colocación de acciones y adicionalmente por el efecto de los derivados de cobertura (*cross-currency swap*).



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

**Cuadro 11: Estado de Flujos de Efectivo para los tres meses terminados al 31 de marzo de 2017 y 2016**

(Millones CLP)	Marzo 2017	Marzo 2016	Δ \$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	9.067	17.194	(8.127)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	(5.541)	(7.369)	1.828
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	12.846	(16.099)	28.945
<b>Incremento (Disminución) Neto en el Efectivo y Equivalentes al efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio</b>	<b>16.372</b>	<b>(6.274)</b>	<b>22.645</b>
<b>Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo</b>	<b>16.372</b>	<b>(6.274)</b>	<b>22.645</b>
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	48.497	50.924	(2.427)
<b>Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período</b>	<b>64.868</b>	<b>44.650</b>	<b>20.219</b>

Durante el primer trimestre de 2017, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 9.067 millones versus CLP 17.194 millones durante el primer trimestre de 2016. Esta disminución se debe en parte a la fecha de corte de pago a proveedores, porque se realizaron pagos en los primeros días de enero de 2017, cuando el año anterior se habían realizado en los últimos días de diciembre de 2015, así como a mayores pagos a empleados durante el primer trimestre de 2017, principalmente en relación con el pago del bono por incentivo de largo plazo durante el período.

El flujo utilizado en **actividades de inversión** alcanzó CLP -5.541 millones en el primer trimestre de 2017, comparado con CLP -7.369 millones en el primer trimestre de 2016. El principal flujo de inversión del período corresponde a **CAPEX**, que incluye las compras de propiedades, planta y equipo y también las compras de activos intangibles, y totaliza CLP 5.438 millones para 1T17, una disminución con respecto a los CLP 7.085 millones registrados en 1T16.

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó una entrada neta de CLP 16.372 millones en el primer trimestre de 2017, principalmente explicado por: (i) el aumento de capital por CLP 129.950 millones, (ii) préstamos de partes relacionadas y no relacionadas por un total de CLP 10.713 millones, (iii) pagos de préstamos con partes relacionadas y no relacionadas por CLP 106.040 millones, y (iv) pagos de intereses por CLP 18.519 millones. En el primer trimestre de 2016, las actividades de financiación generaron una salida neta de CLP -16.099 millones, principalmente explicado por: (i) préstamos de partes relacionadas y no relacionadas por CLP 19.687 millones, (ii) pagos de préstamos con partes relacionadas y no relacionadas por CLP 16.414 millones, y (iii) pagos de intereses por CLP 16.981 millones.



## 4. Indicadores Financieros<sup>7</sup>

**Cuadro 12: Evolución Indicadores Financieros**

		2013	2014	2015	2016	1T17
<b>LIQUIDEZ</b>						
Índice de Liquidez	veces	0,81	0,62	0,59	0,59	0,66
Razón Ácida	veces	0,58	0,42	0,27	0,25	0,29
<b>ENDEUDAMIENTO</b>						
Pasivo Exigible / Activos Totales	veces	0,77	0,80	0,81	0,81	0,74
Pasivo Exigible / Patrimonio	veces	3,39	3,97	4,32	4,16	2,79
Pasivos Financieros Neto / Patrimonio	veces	1,93	2,24	2,46	2,32	1,64
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	42,13	45,86	40,35	43,26	43,70
<b>ACTIVIDAD</b>						
Rotación de Inventarios	días	39,51	33,23	38,69	40,04	43,34
Rotación de CxC	días	10,93	7,85	11,63	10,07	9,16
Rotación de CxP	días	96,43	81,98	78,43	75,32	75,84
<b>EFICIENCIA (12 meses)</b>						
Cobertura de Gastos Financieros (Anualizado)	veces	(0,24)	1,08	1,63	1,91	1,97
Margen Bruto (Anualizado)	%	24,41	25,63	25,55	26,49	26,75
EBITDA (Anualizado)	CLP MM	(18.233)	70.920	113.947	137.318	140.368
Margen EBITDA (Anualizado)	%	(0,95)	3,59	4,89	5,57	5,65

<sup>7</sup> Los indicadores financieros presentados no son todos comparables entre sí, producto de los cambios en las políticas contables que ha presentado la Compañía. En septiembre 2013 Construmart se presentó como operación discontinuada disponible para la venta; y en diciembre de 2015 Construmart volvió a ser presentado de forma consolidada en los Estados Financieros de SMU. Dado lo anterior, solo es posible comparar años que presenten la misma política contable, por lo que el año 2017 solo es comparable con 2016 y 2015 y el año 2014 solo es comparable con 2013.

### Definición de los Indicadores:

**Índice de Liquidez:** Activo Corriente dividido por Pasivo Corriente.

**Razón Ácida:** Activo Corriente menos Inventario dividido por Pasivo Corriente.

**Pasivo Exigible / Activos Totales:** Total Pasivos dividido por Total Activos.

**Pasivo Exigible / Patrimonio:** Total Pasivos sobre Patrimonio.

**Pasivos Financieros Neto / Patrimonio:** Otros pasivos financieros corrientes más Otros pasivos financieros no corrientes menos Efectivo y equivalentes al efectivo dividido por Patrimonio.

**Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total:** Total Pasivos Corrientes dividido por Total Pasivos.

**Rotación de Inventarios:** Inventario promedio del período dividido por Costo de ventas diario del período.

**Rotación de Cuentas por Cobrar:** Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes promedio del período dividido por Ingreso por actividades ordinarias diario del período multiplicado por 1 punto 19 (1,19).

**Rotación de Cuentas por Pagar:** Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes promedio del período dividido por el Costo de ventas diario del período multiplicado por 1 punto 19 (1,19).

**Cobertura de Gastos Financieros:** EBITDA de los últimos doce meses sobre gastos financieros de los últimos doce meses descontados los ingresos financieros de los últimos doce meses.

**Deuda Financiera Neta / EBITDA:** Pasivos Financieros (excluyendo las Obligaciones por arriendos que califican como financieros) menos Efectivo y equivalentes al efectivo sobre EBITDA (anualizado).

**Margen Bruto Anualizado:** Corresponde al Margen Bruto de los últimos doce meses sobre los Ingresos de actividades ordinarias de los últimos doce meses.

**EBITDA Anualizado:** Ingresos de actividades ordinarias los últimos doce meses menos Costo de Ventas los últimos doce meses menos los Gastos de distribución los últimos doce meses menos los Gastos de administración los últimos doce meses, excluyendo la Depreciación y Amortización los últimos doce meses.

**Margen EBITDA Anualizado:** EBITDA de los últimos doce meses sobre los Ingresos de actividades ordinarias de los últimos doce meses.



## 5. Gestión de Riesgos

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 31 de marzo de 2017, se encuentra una descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía, así como de las medidas de mitigación utilizadas para mitigar dichos riesgos.

## 6. Hechos del Período

1. Mediante hecho esencial de fecha 24 de enero de 2017, se informa la colocación, a través de la Bolsa de Comercio de Santiago, Bolsa de valores, por medio del mecanismo denominado subasta de un Libro de Órdenes, un total de 1.150.000.000 acciones de pago de la Sociedad, a un precio de \$113 por acción, actuando como agentes colocadores BTG Pactual Chile S.A. Corredora de Bolsa y Larraín Vial Corredora de Bolsa.

El monto total de la colocación de acciones alcanzó la suma de M\$129.950.000, de este total, M\$18.192.999 (160.999.990 acciones) fueron adjudicadas al segmento extranjero (Reg.144 A).

Tal como se había informado al mercado, los dineros recaudados en la colocación de acciones serían utilizados principalmente en reducir la deuda financiera de la Sociedad. En este sentido, a partir del 26 de enero de 2017 se han pagado deudas financieras con empresas relacionadas por M\$81.670.465 y deudas con entidades financieras por M\$12.780.326 considerando la proximidad en su vencimiento y el actual costo de dicha deuda.

Con la realización de este aumento de capital, queda sin efecto el incremento de tasa de interés de los bonos series B y D acordado en la Junta de Tenedores de Bonos de fecha 7 de noviembre de 2016 (ver nota 18 b).

2. Al 13 de marzo de 2017 la Sociedad realizó una cobertura de tipo de cambio del 100% del Bono Internacional (US\$ 300 millones con tasa 7,75%) a través de contratos *Cross Currency Swap* a una tasa promedio de CLP + 9,78%.

## 7. Hechos Posteriores

1. Mediante hecho esencial de fecha 24 de abril de 2017, se informa la colocación en el mercado local de los bonos desmaterializados y al portador de la Serie G (código nemotécnico BCSMU-G) y de la Serie K (código nemotécnico BCSMU-K), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros bajo el número 667 (en adelante los "Bonos Serie G" y los "Bonos Serie K", respectivamente). Las series se colocaron a una tasa de interés de 5,3%, con una tasa anual de carátula de 4,5% y vencimiento al 25 de marzo de 2021.

Las colocaciones se realizaron por un monto de 1.500.000 Unidades de Fomento cada una, por un total nominal entre los Bonos Serie G y los Bonos Serie K, de UF 3.000.000. Los fondos recibidos a la tasa de colocación, por aproximadamente CLP 77.000 millones, se destinaron al refinanciamiento de deuda existente de SMU, incluyendo (i) el pago de los Bonos Serie C, que vencieron el 2 de mayo de 2017, por CLP 54.500 millones; (ii) el pago de deuda con partes relacionadas por CLP 14.500 millones; y (iii) el pago de deuda con partes no relacionadas por CLP 8.000 millones.