

SMU INFORMA RESULTADOS DEL PRIMER SEMESTRE Y SEGUNDO TRIMESTRE DE 2017

HIGHLIGHTS

- EBITDA 1S17: CLP 66.492 MM (vs. CLP 61.863 MM en 1S16, +7,5%)
- Margen EBITDA 1S17: 5,5% (+30 pb vs. 1S16)
- Margen bruto 1S17: 27,3% (+90 pb vs. 1S16)

Santiago, Chile. 29 de agosto de 2017.- SMU S.A. (“SMU” o la “Compañía”; Bolsa de Santiago: SMU) informó hoy sus resultados del primer semestre de 2017, registrando **EBITDA¹ por CLP 66.492 millones** lo que representa un incremento de 7,5% con respecto a los CLP 61.863 millones obtenidos en el primer semestre de 2016, fuertemente influenciado por el segmento Supermercados, cuyo EBITDA aumentó en 9,1% en el semestre. Asimismo, el margen EBITDA consolidado alcanzó 5,5% en el semestre, lo que se compara con 5,2% en el primer semestre de 2016. En tanto, los **ingresos del primer semestre alcanzaron CLP 1.216.312 millones**, un aumento de 2,3% con respecto al mismo período de 2016.

En cuanto al segundo trimestre, la Compañía registró EBITDA por CLP 31.260 millones, un aumento de 5,3% con respecto al segundo trimestre de 2016. Los ingresos del trimestre alcanzaron CLP 602.563 millones, un aumento de 1,7% con respecto al segundo trimestre de 2016.

El gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló que “pese al bajo crecimiento de la economía y de la industria de supermercados en Chile, tuvimos un buen primer semestre, logrando mantener una tendencia positiva en nuestros ingresos y EBITDA. A nivel consolidado vemos un alza de 2,3% en las ventas, fuertemente impulsado por nuestro formato Unimarc con un crecimiento de 4,5% en los primeros seis meses del año. También hemos mantenido un enfoque disciplinado en materia de gastos operacionales, a través de la búsqueda permanente de mejoras en la eficiencia de nuestras operaciones.”

En ese sentido, destacó que “durante el primer semestre, hemos aumentado la centralización de la logística. El 45,6% de nuestras ventas correspondieron a productos que nosotros distribuimos a nuestras tiendas, mientras que en 2016 la tasa fue de 42,5%. Queremos continuar en esta línea, aprovechando nuestros centros de distribución y mejorando nuestra gestión de inventarios y disponibilidad de productos en nuestras tiendas”.

También se refirió al avance en materia de experiencia a clientes. “A fines del segundo trimestre iniciamos los trabajos de reconversión de cuatro locales de Unimarc, iniciativa que forma parte de un proceso de transformación de 130 locales y que tiene como objetivo mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes. Esto basado en tres pilotos reconvertidos durante 2015 en la Región Metropolitana los cuales han mostrado excelentes resultados, con crecimiento en ventas de dos dígitos”.

El Sr. Gálvez agregó que “por otro lado, a ocho meses de lanzar nuestro programa de fidelización para Unimarc, “Club Ahorro Unimarc”, ya hemos identificado que más de 7 millones de personas son clientes de

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



Unimarc. Esta iniciativa significa una doble ganancia para nuestros clientes: a través del club, acceden a más y mejores beneficios, y nosotros podemos entender mejor sus gustos, preferencias y hábitos de compra, lo que nos permite mejorar la calidad y eficiencia de nuestras promociones y surtido de productos”.

Finalmente, el gerente general de SMU, resaltó las importantes mejoras en la estructura de capital, reduciendo los niveles de endeudamiento y la exposición a variaciones en el tipo de cambio, así como también, refinanciando pasivos a tasas de interés que permiten a la compañía generar ahorros en gastos financieros.

Resultados Financieros

SMU registró en el **primer semestre de 2017 un EBITDA² de CLP 66.492 millones**, lo que representa un **incremento de 7,5%** con respecto a los CLP 61.863 millones obtenidos en el primer semestre de 2016, fuertemente influenciado por el segmento Supermercados, cuyo EBITDA aumentó en 9,1% en el semestre. Asimismo, el **margen EBITDA consolidado alcanzó 5,5%** en el semestre, lo que se compara con 5,2% en el primer semestre de 2016. La expansión del margen EBITDA se debió a una ganancia de eficiencia, generada por una mejora en el margen bruto de 90 pb, y un aumento de los gastos operacionales como porcentaje de la venta de sólo 60 pb.

Con respecto al segundo trimestre de 2017, el EBITDA alcanzó CLP 31.260 millones (margen EBITDA de 5,2%), mayor en un 5,3% a los CLP 29.680 millones (margen EBITDA de 5,0%) obtenidos en el mismo período del año anterior.

Los **ingresos del primer semestre de 2017 alcanzaron CLP 1.216.312 millones**, lo que representa un incremento de 2,3% con respecto a los CLP 1.189.411 millones obtenidos en el primer semestre de 2016. En el segundo trimestre de 2017, los ingresos totalizaron CLP 602.563 millones, un aumento de 1,7% con respecto a los CLP 592.639 millones registrados en el segundo trimestre de 2016.

El margen bruto consolidado alcanzó CLP 331.695 millones en el primer semestre de 2017, un incremento de 5.6% con respecto a los CLP 314.177 millones del primer semestre de 2016. Medido como porcentaje de los ingresos, esto representa un avance de 90 pb, alcanzando 27,3% en 1S17 versus 26,4% en 1S16. En el 2T17, el margen bruto fue de CLP 164.949 millones (27,4% de los ingresos), mayor en 4,1% con respecto a los CLP 158.406 millones (26,7% de la venta) del 2T16.

Los **gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación)**, como proporción de la venta aumentaron desde 21,2% en el primer semestre de 2016 a 21,8% en el primer semestre de 2017. Este incremento, equivalente a 60 pb, fue menor al incremento en el margen bruto como porcentaje de la venta (+90 pb), lo que explica la expansión en el margen EBITDA. En el segundo trimestre, el aumento fue de 50 pb, desde 21,7% en 2T16 a 22,2% en 2T17.

Si bien el **resultado operacional de la Compañía crece en 18,7%** (CLP 6.396 millones) en el primer semestre, la **utilidad neta del primer semestre** disminuye, alcanzando CLP 5.599 millones, menor en CLP 4.735 millones

² EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización



(45,8%) con respecto a los CLP 10.334 millones obtenidos en el primer semestre de 2016. Esto se explica principalmente por dos efectos reconocidos en el primer semestre de 2016: una mayor ganancia por diferencia de cambio (CLP 20.323 millones en 1S16 versus CLP 1.578 millones en 1S17) y una pérdida no recurrente (CLP 4.522 millones) por deterioro de cuentas por cobrar relacionadas con la venta de Supermercados Bigger a Network Retail SpA. La suma de estos dos efectos explica una disminución de CLP 14.223 millones en el resultado antes de impuestos con respecto al primer semestre de 2016. Con respecto al segundo trimestre de 2017, la utilidad neta alcanzó CLP 598 millones, mejor en CLP 1.743 millones a la pérdida neta de CLP 1.145 millones registrada en el segundo trimestre de 2016. Cabe destacar también el ahorro en gastos financieros durante el semestre, de CLP1.551 millones, producto de las mejoras en la estructura capital y el costo de endeudamiento.

Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día viernes 1 de septiembre a las 11:00 am de Chile/10:00 am ET para comentar los resultados del primer semestre 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/smu20170901.html>

Más Información

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



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

Medios de comunicación, favor contactarse con:

Constanza Téllez: +562 2818 8097 / ctellez@smu.cl

Andrés Parodi: +562 2512 7288 / aparodi@smu.cl



SMU



Análisis Razonado Junio 2017

ANÁLISIS RAZONADO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
FINALIZADOS AL 30 JUNIO 2017



Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados	1
1. Análisis del Estado de Resultados	3
1.1. Resultados de Operaciones: Segmento Supermercados	3
1.1.1. Resumen Ejecutivo	3
1.1.2. Ingresos de Actividades Ordinarias	4
1.1.3. Gastos de Distribución y Gastos de Administración	8
1.1.4. Margen Bruto, Margen de Contribución y EBITDA	10
1.2. Resultados de Operaciones: Segmento Insumos para la Construcción	11
1.3. Resultado No Operacional e Impuesto a las Ganancias	13
1.4. EBITDA y Resultado Neto	14
2. Análisis del Estado de Situación Financiera para SMU S.A. y Filiales	15
2.1. Activos	16
2.2. Pasivos	16
2.3. Patrimonio	18
3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo para SMU S.A. y Filiales	19
4. Indicadores Financieros	20
5. Gestión de Riesgos	21
6. Hechos del Período	21



Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados

SMU registró en el **primer semestre de 2017 un EBITDA³ de CLP 66.492 millones**, lo que representa un **incremento de 7,5%** con respecto a los CLP 61.863 millones obtenidos en el primer semestre de 2016, fuertemente influenciado por el segmento Supermercados, cuyo EBITDA aumentó en 9,1% en el semestre. Asimismo, el **margen EBITDA consolidado alcanzó 5,5%** en el semestre, lo que se compara con 5,2% en el primer semestre de 2016. La expansión del margen EBITDA se debió a una ganancia de eficiencia, generada por una mejora en el margen bruto de 90 puntos base (pb), y un aumento de los gastos operacionales como porcentaje de la venta de solo 60 pb.

Con respecto al segundo trimestre de 2017, el EBITDA alcanzó CLP 31.260 millones (margen EBITDA de 5,2%), mayor en un 5,3% a los CLP 29.680 millones (margen EBITDA de 5,0%) obtenidos en el mismo período del año anterior.

Los **ingresos del primer semestre de 2017 alcanzaron CLP 1.216.312 millones**, lo que representa un incremento de 2,3% con respecto a los CLP 1.189.411 millones obtenidos en el primer semestre de 2016. En el segundo trimestre de 2017, los ingresos totalizaron CLP 602.563 millones, un aumento de 1,7% con respecto a los CLP 592.639 millones registrados en el segundo trimestre de 2016.

El **margen bruto consolidado alcanzó CLP 331.695 millones** en el primer semestre de 2017, un incremento de 5,6% con respecto a los CLP 314.177 millones del primer semestre de 2016. Medido como porcentaje de los ingresos, esto representa un avance de 90 pb, alcanzando 27,3% en 1S17 versus 26,4% en 1S16. En el 2T17, el margen bruto fue de CLP 164.949 millones (27,4% de los ingresos), mayor en 4,1% con respecto a los CLP 158.406 millones (26,7% de la venta) del 2T16.

Los **gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación)**, como proporción de la venta aumentaron desde 21,2% en el primer semestre de 2016 a 21,8% en el primer semestre de 2017. Este incremento, equivalente a 60 pb, fue menor al incremento en el margen bruto como porcentaje de la venta (+90 pb), lo que explica la expansión en el margen EBITDA. En el segundo trimestre, el aumento fue de 50 pb, desde 21,7% en 2T16 a 22,2% en 2T17.

Si bien el **resultado operacional de la Compañía crece en 18,7%** (CLP 6.396 millones) en el primer semestre, la **utilidad neta del primer semestre disminuye**, alcanzando CLP 5.599 millones, menor en CLP 4.735 millones (45,8%) con respecto a los CLP 10.334 millones obtenidos en el primer semestre de 2016. Esto se explica principalmente por dos efectos reconocidos en el primer semestre de 2016: una mayor ganancia por diferencia de cambio (CLP 20.323 millones en 1S16 versus CLP 1.578 millones en 1S17) y una pérdida no recurrente (CLP 4.522 millones) por deterioro de cuentas por cobrar relacionadas con la venta de Supermercados Bigger a Network Retail SpA. La suma de estos dos efectos explica una disminución de CLP 14.223 millones en el resultado antes de impuestos con respecto al primer semestre de 2016. Con respecto al segundo trimestre de 2017, la utilidad neta alcanzó CLP 598 millones, mejor en CLP 1.743 millones a la pérdida neta de CLP 1.145 millones registrada en el segundo trimestre de 2016. Cabe destacar también el ahorro en gastos financieros durante el semestre, de CLP 1.551 millones, producto de las mejoras en la estructura capital y el costo de endeudamiento.

³ EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización



Con respecto a los **indicadores operacionales**, en el **segmento Supermercados**, la **venta por metro cuadrado**⁴ alcanzó CLP 296,1 mil en el primer semestre de 2017, un aumento de 3,0% con respecto a los CLP 287,4 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 2,0% para el primer semestre de 2017. En relación a la **eficiencia operacional**, dentro de las operaciones del segmento Supermercados en Chile, durante el primer semestre de 2017 la Compañía alcanzó una tasa de **distribución centralizada** de 45,6%, 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 y seis meses terminados al 30 de junio 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)	2T17	2T16	Δ %	1S17	1S16	Δ %
Ingresos de Actividades Ordinarias	602.563	592.639	1,7%	1.216.312	1.189.411	2,3%
Costo de Ventas	(437.614)	(434.233)	0,8%	(884.617)	(875.234)	1,1%
Margen Bruto	164.949	158.406	4,1%	331.695	314.177	5,6%
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>27,4%</i>	<i>26,7%</i>		<i>27,3%</i>	<i>26,4%</i>	
Gastos de Distribución	(5.845)	(5.214)	12,1%	(11.836)	(10.922)	8,4%
Margen de Contribución	159.104	153.192	3,9%	319.860	303.255	5,5%
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>26,4%</i>	<i>25,8%</i>		<i>26,3%</i>	<i>25,5%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(127.844)	(123.512)	3,5%	(253.368)	(241.393)	5,0%
EBITDA	31.260	29.680	5,3%	66.492	61.863	7,5%
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>5,2%</i>	<i>5,0%</i>		<i>5,5%</i>	<i>5,2%</i>	
Depreciación y Amortización	(12.720)	(13.837)	(8,1%)	(25.960)	(27.727)	(6,4%)
Resultado Operacional	18.540	15.843	17,0%	40.532	34.136	18,7%
Otras Ganancias (Pérdidas)	(117)	(2.056)	(94,3%)	337	(2.615)	n.a.
Ingresos Financieros	228	421	(45,8%)	536	814	(34,2%)
Costos Financieros	(17.422)	(18.340)	(5,0%)	(34.276)	(35.827)	(4,3%)
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios						
Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(470)	(386)	21,6%	(804)	(752)	6,9%
Diferencias de Cambio	(490)	4.956	n.a.	1.578	20.323	(92,2%)
Resultados por Unidades de Reajuste	(4.518)	(6.414)	(29,6%)	(7.324)	(11.146)	(34,3%)
Resultado No Operacional	(22.790)	(21.818)	4,5%	(39.953)	(29.203)	36,8%
Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto	(4.249)	(5.976)	(28,9%)	579	4.933	(88,3%)
Ingreso por Impuesto a las Ganancias	4.847	4.830	0,3%	5.020	5.401	(7,1%)
Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas	598	(1.145)	n.a.	5.599	10.334	(45,8%)
Ganancia (Pérdida) del Período	598	(1.145)	n.a.	5.599	10.334	(45,8%)

⁴ 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 64.443 millones durante el primer semestre de 2017, un alza de 9,1% con respecto a los CLP 59.049 millones registrados para el primer semestre de 2016. El margen EBITDA alcanzó 5,9% para el 1S17, comparado con el margen de 5,6% del 1S16. Esta expansión del margen EBITDA refleja una mayor dilución de gastos, ya que la expansión del margen bruto de este segmento, desde 27,5% en 1S16 a 28,4% en 1S17 (+90 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 22,0% en 1S16 a 22,5% en 1S17 (+50 pb).

Asimismo, en el segundo trimestre de 2017 el EBITDA de este segmento aumentó en 8,6%, alcanzando CLP 30.658 millones y un margen EBITDA de 5,6%, lo que se compara con CLP 28.242 millones y un margen EBITDA de 5,3% en el segundo trimestre de 2016.

Cuadro 2: Estado de Resultados Segmento Supermercados

(Millones CLP)	2T17	2T16	Δ%	1S17	1S16	Δ%
Ingresos de Actividades Ordinarias	542.641	530.834	2,2%	1.093.830	1.063.075	2,9%
Costo de Ventas	(388.148)	(383.071)	1,3%	(783.618)	(770.236)	1,7%
Margen Bruto	154.493	147.763	4,6%	310.212	292.839	5,9%
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>28,5%</i>	<i>27,8%</i>		<i>28,4%</i>	<i>27,5%</i>	
Gastos de Distribución	(5.845)	(5.214)	12,1%	(11.836)	(10.922)	8,4%
Margen de Contribución	148.648	142.549	4,3%	298.377	281.917	5,8%
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>27,4%</i>	<i>26,9%</i>		<i>27,3%</i>	<i>26,5%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(117.990)	(114.307)	3,2%	(233.934)	(222.868)	5,0%
EBITDA	30.658	28.242	8,6%	64.443	59.049	9,1%
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>5,6%</i>	<i>5,3%</i>		<i>5,9%</i>	<i>5,6%</i>	
Depreciación y Amortización	(12.023)	(13.026)	(7,7%)	(24.583)	(26.222)	(6,2%)
Resultado Operacional	18.636	15.216	22,5%	39.860	32.827	21,4%
Otras Ganancias (Pérdidas)	(119)	(2.062)	(94,2%)	324	(2.615)	n.a.
Ingresos Financieros	228	362	(37,1%)	535	752	(28,8%)
Costos Financieros	(16.855)	(17.760)	(5,1%)	(33.112)	(34.606)	(4,3%)
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(470)	(386)	21,6%	(804)	(752)	6,9%
Diferencias de Cambio	(432)	4.986	n.a.	1.675	20.220	(91,7%)
Resultados por Unidades de Reajuste	(4.255)	(6.061)	(29,8%)	(6.888)	(10.483)	(34,3%)
Resultado No Operacional	(21.903)	(20.921)	4,7%	(38.269)	(27.484)	39,2%
Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto	(3.268)	(5.705)	(42,7%)	1.590	5.343	(70,2%)
Ingreso por Impuesto a las Ganancias	4.498	4.475	0,5%	4.599	4.861	(5,4%)
Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas	1.230	(1.230)	n.a.	6.190	10.204	(39,3%)
Ganancia (Pérdida) del Período	1.230	(1.230)	n.a.	6.190	10.204	(39,3%)



1.1.2. Ingresos de Actividades Ordinarias

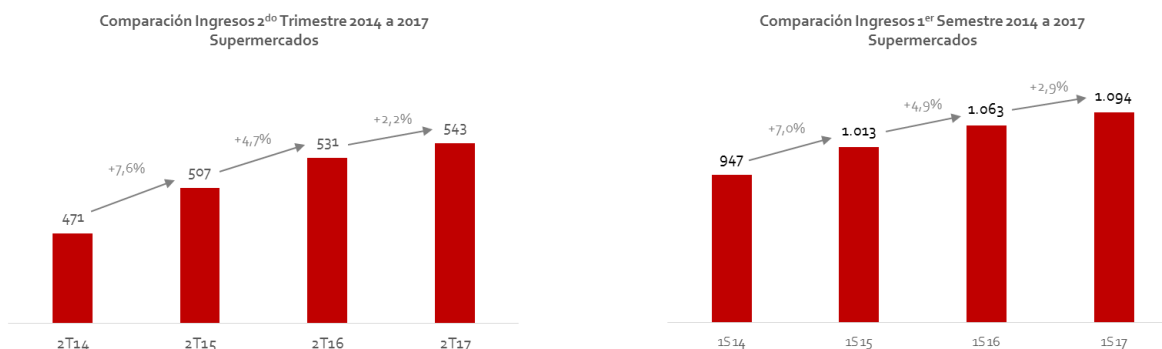
Los ingresos de actividades ordinarias del segmento Supermercados se incrementaron en 2,9% en el primer semestre de 2017 comparado con el primer semestre de 2016, desde CLP 1.063.075 millones a CLP 1.093.830 millones. En el segundo trimestre de 2017, el aumento fue de 2,2%, desde CLP 530.834 millones a CLP 542.641 millones.

Cuadro 3: Ingresos Segmento Supermercados (CLP MMM)

INGRESOS (CLP MMM)	2T17	2T16	Δ %	1S17	1S16	Δ %
UNIMARC	377	365	3,5%	767	734	4,5%
MAYORISTAS	139	141	-1,2%	274	280	-2,0%
OK MARKET	12	12	1,8%	25	24	2,6%
TELEMERCADOS	3	3	-0,7%	6	6	1,9%
OTROS(*)	1	2	-35,4%	2	3	-33,0%
SUPERMERCADOS CHILE	533	522	2,0%	1.073	1.046	2,6%
SUPERMERCADOS PERÚ	10	9	13,4%	21	17	18,0%
TOTAL SUPERMERCADOS	543	531	2,2%	1.094	1.063	2,9%

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

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



Supermercados Chile crece 2,6% en el primer semestre y 2,0% en el segundo trimestre de 2017, con respecto a los mismos períodos 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 4,5% en el semestre y 3,5% en el trimestre. Unimarc representa alrededor del 70% de los ingresos del segmento Supermercados, 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 2,0% en el primer semestre y un 1,2% en el segundo trimestre de 2017 con respecto a los mismos períodos 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 crecimiento en ventas, obteniendo buenos resultados de su club de fidelización orientado a clientes comerciantes. Los ingresos de OK Market, el formato de conveniencia de SMU, crecieron 2,6% en el primer semestre y 1,8% en el segundo trimestre, mientras que los ingresos de Telemercados, el formato de e-grocery, crecieron 1,9% en el primer semestre y disminuyeron 0,7% en el segundo trimestre.

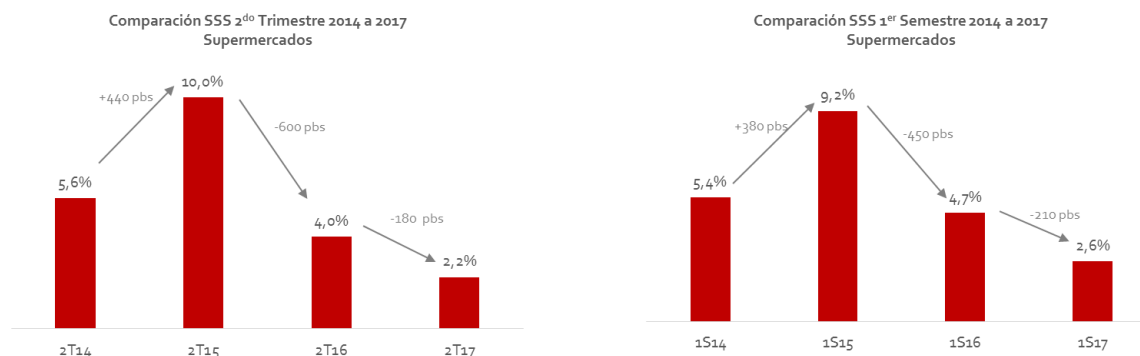
Supermercados Perú registra un crecimiento de ventas de 18,0% en el primer semestre de 2017 versus el primer semestre de 2016 (en soles peruanos la expansión es equivalente a 19,3%), y de 13,4% en el segundo trimestre (13,3% en soles peruanos), reflejando los positivos resultados de la estrategia de SMU en Perú, la que busca replicar algunas de las iniciativas que la Compañía ha implementado exitosamente en Chile. El mayor crecimiento en el período acumulado a junio refleja el hecho de que, durante el primer trimestre, se obtuvieron mayores volúmenes de venta producto de las inundaciones que afectaron al país.

Las **ventas de locales equivalentes (SSS)** del segmento Supermercados alcanzan un alza de 2,6% para el primer semestre de 2017 y de 2,2% para el segundo trimestre, por debajo de los niveles registrados durante el año 2016.

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

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

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





Unimarc registró un incremento de SSS de 4,0% en el primer semestre de 2017 y de 3,3% en el segundo trimestre (por debajo del 6,0% y 5,4% registrados en el primer semestre y segundo trimestre de 2016, respectivamente). Mayoristas disminuye 1,9% en el 1S17 y 1,2% en el 2T17, 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 5,5% en el 1H17 y 4,8% en el 2T17, similar al 5,8% del 1S16 y por encima del 2,5% del 2T16. Con todo, Supermercados Chile anota una expansión de SSS de 2,4% en el primer semestre de 2017 y de 2,1% en el segundo trimestre.

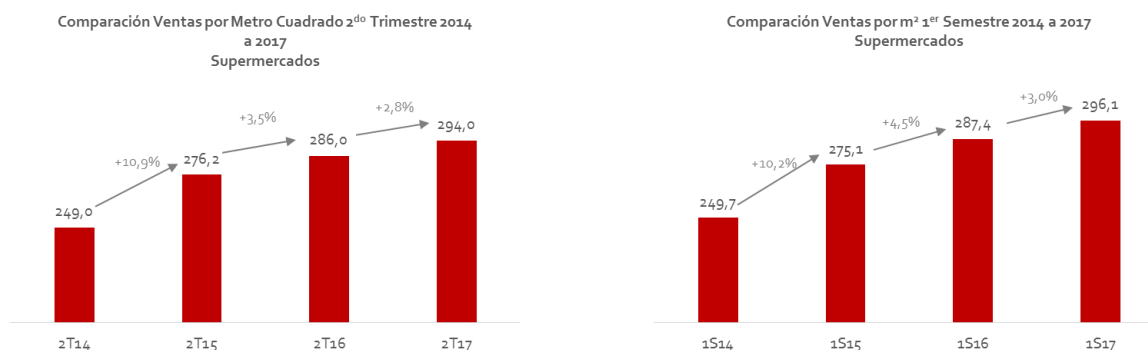
Supermercados Perú – que representa cerca del 2% de los ingresos totales del segmento Supermercados durante el primer semestre y segundo trimestre de 2017 – registra un aumento de SSS de 16,8% en el 1S17 y de 11,5% en el 2T17, siguiendo la tendencia positiva que comenzó en el último trimestre de 2016 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. Tal como se indicó más arriba, el mayor crecimiento en el período acumulado a junio refleja el hecho de que, durante el primer trimestre, se obtuvieron mayores volúmenes de venta producto de las inundaciones que afectaron al país.

Las **ventas por metro cuadrado** del segmento Supermercados alcanzaron CLP 296.073 para el primer semestre de 2017, 3,0% mayor que el primer semestre de 2016, y CLP 293.972 para el segundo trimestre de 2017, 2,8% mayor que el segundo trimestre de 2016.

Cuadro 5: Evolución de las Ventas por Metro Cuadrado Segmento Supermercados (CLP M/M²)

VENTAS POR M ² (CLP M/M ²)	2T17	2T16	Δ%	1S17	1S16	Δ%
SUPERMERCADOS CHILE	297,6	289,8	2,7%	299,6	291,2	2,9%
SUPERMERCADOS PERÚ	178,6	160,9	11,0%	183,3	161,4	13,6%
TOTAL SUPERMERCADOS	294,0	286,0	2,8%	296,1	287,4	3,0%

Gráfico 3: Evolución de las Ventas por Metro Cuadrado Segmento Supermercados (CLP M/M²) / 2014 – 2017



Las ventas por metro cuadrado de Supermercados Chile crecieron 2,9% en el primer semestre de 2017 en comparación con el primer semestre de 2016, y crecieron 2,7% en el segundo trimestre de 2017 en comparación con el segundo 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 13,6% en el primer semestre de 2017 y de 11,0% en el segundo 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 4,5% en el 1S17 y de 3,9% en el 2T17; mayoristas una disminución de 1,7% en el 1S17 y de 0,9% en el 2T17; y OK Market un incremento de 8,0% en el 1S17 y de 7,3% en el 2T17.

Al cierre del segundo trimestre de 2017, la operación de Supermercados cuenta con **503 locales en Chile**, totalizando **586.983 metros cuadrados**, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, levemente por debajo de los 510 locales que operaban al cierre del 2T16.

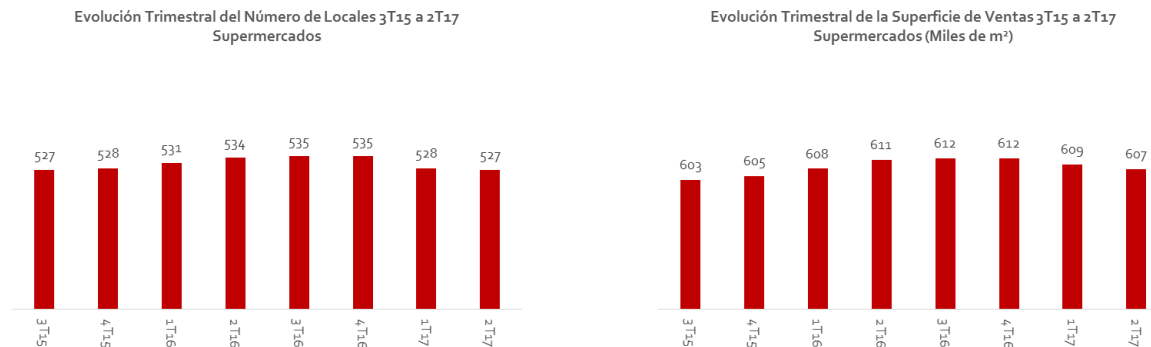
Como parte de su estrategia de aumentar la eficiencia y la rentabilidad de sus operaciones, SMU busca optimizar su portafolio de tiendas, para lo cual se realiza un monitoreo permanente del desempeño de cada tienda. En este sentido, durante el primer semestre de 2017, la Compañía cerró cuatro tiendas de OK Market y tres tiendas de Unimarc. Adicionalmente, durante el primer trimestre 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 30 de junio de 2017, que representan 20.398 metros cuadrados, con lo que a nivel consolidado, el segmento Supermercados cuenta con 607.380 metros cuadrados al cierre del trimestre.

Cuadro 6: Número de Locales y Superficie de Ventas (Miles de M²) Segmento Supermercados

Nº LOCALES	2T17	2T16	SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M ²)	2T17	2T16
UNIMARC	291	294	UNIMARC	403	406
MAYORISTAS	100	100	MAYORISTAS	169	169
OK MARKET	112	116	OK MARKET	14	15
SUPERMERCADOS CHILE	503	510	SUPERMERCADOS CHILE	587	591
SUPERMERCADOS PERÚ	24	24	SUPERMERCADOS PERÚ	20	20
TOTAL SUPERMERCADOS	527	534	TOTAL SUPERMERCADOS	607	611

Gráfico 4: Evolución Trimestral del Número de Locales y Superficie de Ventas Segmento Supermercados (Miles de M²) / 2015 – 2017





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

APERTURAS Y CIERRES	1T16		2T16		3T16		4T16		2016		1T17		2T17	
	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.
UNIMARC	2	0	2	0	1	0	0	0	5	0	0	3	0	1
MAYORISTAS	0	0	1*	1*	0	0	0	0	1*	1*	0	0	0	0
OK MARKET	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0
SUPERMERCADOS CHILE	2	0	2	0	1	0	0	0	5	0	0	7	0	1
SUPERMERCADOS PERÚ	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	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 semestre 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 50 pb, desde 22,0% en 1S16 a 22,5% en 1S17.

Los **gastos de distribución** de los primeros seis meses de 2017 alcanzaron CLP 11.836 millones, un alza de 8,4% con respecto al mismo período de 2016. Asimismo, en el segundo trimestre de 2017 los gastos de distribución totalizaron CLP 5.845 millones, un incremento de 12,1%. 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 el primer semestre de 2017, comparado con 1,0% en el primer semestre de 2016.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación) del segmento suben 5,0% en el primer semestre de 2017, totalizando CLP 233.934 millones (21,4% de la venta), versus CLP 222.868 millones (21,0% de la venta) en el primer semestre de 2016. Asimismo, en el segundo trimestre suben 3,2%, alcanzando CLP 117.990 millones (21,7% de la venta), versus CLP 114.307 millones (21,5% de la venta) en el segundo trimestre de 2016.

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

- CLP 7.633 millones (+7,1 a/a) en el gasto de personal – que representó el 49,4% del total de gastos de administración del período (excluida la depreciación) – derivado del aumento en la dotación promedio, relacionado al mayor nivel de centralización de logística, además de los reajustes salariales por inflación y el alza del salario mínimo;
- CLP 1.421 millones (+5,3% a/a) en arriendos por su reajustabilidad en UF y el pago de arriendo variable por el incremento de las ventas;
- CLP 1.035 millones (+15,1% a/a) en mantención, debido a mejoramientos a locales;
- CLP 632 millones (+11,4 a/a%) en servicios informáticos, debido a la implementación de proyectos asociados a Plan CIMA;
- CLP 606 millones (+1,6% 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; y
- CLP 552 millones (+12,4% a/a) en servicios externos, principalmente asociados a gastos de tecnología contratados con terceros.



Dichos incrementos fueron parcialmente compensados por una disminución de CLP 1.441 millones (-92,2%) en provisión incobrables, principalmente explicado por el deterioro de la cuenta por cobrar a Supermercados Bigger SpA registrado durante el segundo trimestre de 2016.

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

- CLP 2.942 millones (+5,3 a/a) en el gasto de personal – que representó el 49,8% del total de gastos de administración del período (excluida la depreciación) – derivado del aumento en la dotación promedio, relacionado al mayor nivel de centralización de logística, además de los reajustes salariales por inflación y el alza del salario mínimo;
- CLP 981 millones (+7,4% a/a) en arriendos por su reajustabilidad en UF y el pago de arriendo variable por el incremento de las ventas;
- CLP 599 millones (+23,7%) en servicios informáticos, debido a la implementación de proyectos asociados a Plan CIMA;
- CLP 492 millones (+14,7%) en mantención debido principalmente mejoramiento de locales; y
- CLP 349 millones (+7,0% a/a) en publicidad, debido principalmente a mayor actividad promocional en el período.

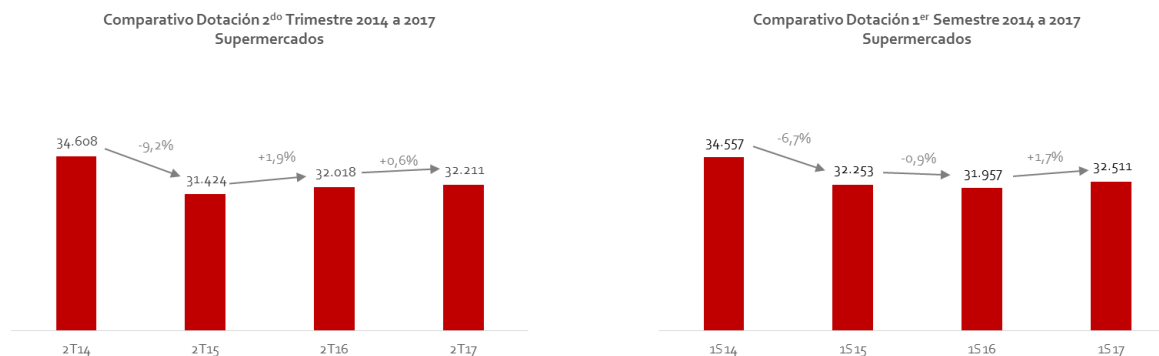
Dichos incrementos fueron parcialmente compensados por una disminución de CLP 1.452 millones en provisión incobrables, principalmente explicado por el deterioro de la cuenta por cobrar a Supermercados Bigger SpA registrado durante el segundo trimestre de 2016.

Cuadro 8: Dotación Promedio Segmento Supermercados

DOTACIÓN PROMEDIO	2T17	2T16	Δ%	1S17	1S16	Δ%
LOCALES CHILE	29.803	29.775	0,1%	30.120	29.698	1,4%
CORPORATIVO CHILE	1.643	1.523	7,9%	1.641	1.561	5,1%
SUPERMERCADOS CHILE	31.446	31.298	0,5%	31.762	31.259	1,6%
LOCALES PERÚ	633	604	4,7%	619	581	6,7%
CORPORATIVO PERÚ	133	116	14,7%	130	117	10,8%
SUPERMERCADOS PERÚ	765	720	6,3%	749	698	7,4%
TOTAL SUPERMERCADOS	32.211	32.018	0,6%	32.511	31.957	1,7%



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 semestre de 2017 totalizó CLP 310.212 millones, creciendo 5,9% respecto del primer semestre de 2016, lo que equivale al 28,4% de las ventas, con una mejora de 90 pb a/a, a raíz de una mayor alza en los ingresos que en el costo de ventas (2,9% versus 1,7%), 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 reposición interna y de logística, esto último asociado al aumento en los niveles de la centralización de la distribución, el que se compensa con mayores gastos asociados a los servicios prestados. En tanto, el margen bruto para el segundo trimestre de 2017 alcanzó CLP 154.493 millones, creciendo 4,6% respecto del segundo trimestre de 2016, lo que equivale al 28,5% de las ventas, con una mejora de 70 pb a/a.

El **margen de contribución** del segmento se expandió 5,8% en el primer semestre de 2017, llegando a CLP 298.377 millones, sobre los CLP 281.917 millones del primer semestre de 2016, con un margen de contribución como porcentaje de los ingresos de 27,3%, 80 pb por encima del 26,5% previo, derivado de la mejora en el margen bruto (+5,9%), a pesar de que los gastos de distribución se incrementan en 8,4% en el período, debido a mayores ventas y centralización de la logística. El margen de contribución para el segundo trimestre alcanzó CLP 148.648 millones, un incremento de 4,3% respecto a los CLP 142.549 millones del segundo trimestre de 2016, con un margen de contribución como porcentaje de los ingresos de 27,4%, 50 pb por encima del 26,9% previo.

El **EBITDA** del segmento registró una mejora de 9,1% en el primer semestre de 2017, totalizando CLP 64.443 millones, respecto a los CLP 59.049 millones registrados en el primer semestre de 2016. El **margen EBITDA**, por su parte, subió desde 5,6% en el primer semestre de 2016 a 5,9% en el primer semestre de 2017, equivalente a 30 pb a/a. El EBITDA del segmento para el segundo trimestre de 2017 aumentó en 8,6%, alcanzando CLP 30.658 millones (margen EBITDA de 5,6%), comparado con CLP 28.242 millones (margen EBITDA de 5,3%) en 2T16.

El **EBITDAR** (EBITDA menos el gasto por arriendo) del segmento Supermercados en el primer semestre de 2017 alcanzó CLP 92.703 millones (margen EBITDAR 8,5%), superior en 7,9% con respecto a los CLP 85.888 millones (margen EBITDAR 8,1%) obtenidos en el primer semestre de 2016. En el segundo trimestre el EBITDAR alcanzó CLP 44.820 millones (margen EBITDAR 8,3%), un incremento de 8,2% con respecto a los CLP 41.423 millones (margen EBITDAR 7,8%) obtenidos en 2T16.



1.2. Resultados de Operaciones: Segmento Insumos para la Construcción

En el primer semestre 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 122.481 millones versus CLP 126.336 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. Asimismo, en el segundo trimestre de 2017, los ingresos se disminuyeron en 3,0%, alcanzando CLP 59.922 millones versus CLP 61.805 millones en el 2T16.

Por negocio, el de retail presentó un incremento de 7,0% en ventas en el primer semestre de 2017 con respecto al mismo período de 2016. El crecimiento responde al continuo desarrollo de actividades tendientes a mejorar la experiencia de compra y la mejor oferta de productos en las tiendas. La venta retail representó el 38,9% de la venta total en 1S17, comparado con 35,2% en 1S16. En el segundo trimestre, los ingresos del negocio retail aumentaron en 6,6% con respecto al 2T16, representando el 38,5% de la venta total.

Por su parte, el negocio B2B –que durante los primeros seis meses de 2017 representó el 61,1% de la venta total de este segmento– registró una disminución en ventas de 8,6% comparado con el primer semestre de 2016, principalmente por un peor desempeño del segmento de clientes corporativos, relacionados al sector inmobiliario durante el primer semestre de 2017 en comparación a un excepcional crecimiento en el 1S16 debido a la reforma tributaria. En el segundo trimestre, los ingresos del negocio B2B disminuyeron en 8,2% con respecto al 2T16, representando 61,5% de la venta total.

A pesar de los menores ingresos, el **margen bruto** del segmento para el primer semestre de 2017 alcanzó 17,5%, una expansión de 60 pb con respecto al primer semestre de 2016, producto de una mayor participación del negocio retail en la venta total. En el segundo trimestre de 2017 la expansión del margen bruto fue de 20 pb, alcanzando 17,4%.

En el primer semestre de 2017, el **gasto de administración y ventas (sin depreciación)** del segmento aumentó en 4,9% con respecto al primer semestre de 2016, mientras que en el segundo trimestre aumentó en 7,0% con respecto al 2T16. El incremento se explica principalmente por el aumento de los gastos de remuneraciones, servicios y marketing.

El **EBITDA para este segmento fue de CLP 2.049 millones** para el primer semestre de 2017, una disminución de 27,2% con respecto a los CLP 2.814 millones registrados para el primer semestre de 2016. El **margen EBITDA alcanzó 1,7%** para el primer semestre de 2017, una disminución de 50 pb con respecto al primer semestre de 2016. En el segundo trimestre el EBITDA fue de CLP 602 millones (margen EBITDA de 1,0%), una disminución de 58,2% con respecto a los CLP 1.438 millones (margen EBITDA de 2,3%) del 2T16.

Durante el **primer semestre de 2017** para el segmento Insumos para la Construcción se registró una **pérdida neta de CLP -591 millones**, comparado con la utilidad neta de CLP 129 millones registrados en el 1S16. Asimismo, en el segundo trimestre de 2017 el segmento registró una pérdida neta de CLP -632 millones, comparado con una utilidad neta de CLP 84 millones en el 2T16.



Cuadro 9: Estado de Resultados Segmento Insumos para la Construcción

(Millones CLP)	2T17	2T16	Δ %	1S17	1S16	Δ %
Ingresos de Actividades Ordinarias	59.922	61.805	(3,0%)	122.481	126.336	(3,1%)
Costo de Ventas	(49.467)	(51.162)	(3,3%)	(100.998)	(104.998)	(3,8%)
Margen Bruto	10.456	10.644	(1,8%)	21.483	21.339	0,7%
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>17,4%</i>	<i>17,2%</i>		<i>17,5%</i>	<i>16,9%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(9.854)	(9.206)	7,0%	(19.434)	(18.525)	4,9%
EBITDA	602	1.438	(58,2%)	2.049	2.814	(27,2%)
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>1,0%</i>	<i>2,3%</i>		<i>1,7%</i>	<i>2,2%</i>	
Depreciación y Amortización	(697)	(811)	(14,1%)	(1.377)	(1.505)	(8,5%)
Resultado Operacional	(95)	627	(115,2%)	672	1.308	(48,6%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	2	6	(64,6%)	13	0	9.300,0%
Ingresos Financieros	0	59	(99,5%)	0	62	(99,6%)
Costos Financieros	(567)	(579)	(2,1%)	(1.165)	(1.221)	(4,6%)
Diferencias de Cambio	(58)	(30)	95,6%	(96)	103	n.a.
Resultados por Unidades de Reajuste	(264)	(353)	(25,4%)	(435)	(663)	(34,4%)
Resultado No Operacional	(886)	(898)	(1,3%)	(1.684)	(1.719)	(2,1%)
Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto	(982)	(271)	262,6%	(1.012)	(410)	146,5%
Ingreso por Impuesto a las Ganancias	349	355	(1,6%)	420	540	(22,1%)
Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas	(632)	84	n.a.	(591)	129	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	(632)	84	n.a.	(591)	129	n.a.



1.3. Resultado No Operacional⁵ e Impuesto a las Ganancias

A nivel consolidado, el **resultado no operacional** de SMU para el primer semestre de 2017 totalizó CLP -39.953 millones, por debajo de los CLP -29.203 millones del primer semestre de 2016 en CLP 10.750 millones. Esta variación se explica principalmente por la menor ganancia por **diferencia de cambio** (CLP 1.578 millones en 1S17 vs. CLP 20.323 millones en 1S16, una disminución de CLP 18.744 millones a/a), debido a la reducción significativa en deuda denominada en dólares estadounidenses durante el primer semestre de 2017, y también a la menor apreciación en el tipo de cambio durante el primer semestre de 2017 con respecto al primer semestre de 2016. Durante el primer semestre de 2017, SMU ha amortizado deuda denominada en dólares estadounidenses por aproximadamente CLP 75.894 millones y adicionalmente contrató un *cross-currency swap* para cubrir el 100% de su bono internacional. Producto de lo anterior, al 30 de junio de 2017, la deuda financiera denominada en dólares estadounidenses de SMU alcanzaba CLP 20.618 millones, comparado con CLP 296.936 millones al 30 de junio de 2016.

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

- Resultados por unidades de reajuste** mejoraron en CLP 3.823 millones, producto de la menor inflación y menor deuda denominada en UF en 1S17 vs 1S16;
- Otras ganancias (pérdidas)** mejoraron en CLP 2.952 millones, principalmente porque en el segundo trimestre de 2016, se reconoció el deterioro de la cuenta por cobrar a Network Retail SpA surgida de la venta de la sociedad Supermercados Bigger SpA, además de una mayor recuperación de seguros en el primer semestre de 2017 con respecto al primer semestre de 2016; y
- Costos financieros** mejoraron en CLP 1.550 millones, principalmente por la menor deuda financiera producto de los pagos realizados con fondos del aumento de capital concretado en enero de 2017, parcialmente contrarrestado por el costo de la cobertura del bono internacional, contratada en marzo de 2017.

Asimismo, en el segundo trimestre de 2017 el resultado no operacional totalizó CLP -22.790 millones, por debajo de los CLP -21.818 millones del segundo trimestre de 2016 en CLP 971 millones. Al igual que en el semestre, la diferencia se explica principalmente por la menor ganancia por diferencia de cambio (menor en CLP 5.447 millones), parcialmente compensado por mejoras en otras pérdidas (CLP 1.939 millones), resultados por unidades de reajuste (CLP 1.895 millones) y costos financieros (CLP 918 millones).

El **ingreso por impuestos a las ganancias** del primer semestre de 2017 alcanzó CLP 5.020 millones, una disminución de 7,1% con respecto a los CLP 5.401 millones del primer semestre de 2016. Si bien la utilidad antes de impuesto fue mejor en el primer semestre de 2016, el ingreso por impuestos a las ganancias fue menor en el primer semestre de 2017, principalmente debido a cambios en las diferencias permanentes, incluyendo la corrección monetaria de las pérdidas fiscales. Dado que la inflación fue

⁵ 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



mayor durante el primer semestre de 2016 con respecto al primer semestre de 2017, la corrección monetaria también fue mayor en el primer semestre de 2016. El ingreso por impuestos a las ganancias del segundo trimestre de 2017 alcanzó CLP 4.847 millones, similar a los CLP 4.830 millones del segundo trimestre de 2016.

1.4. EBITDA y Resultado Neto

El **EBITDA** de SMU del primer semestre de 2017 aumentó en 7,5%, alcanzando CLP 66.492 millones (5,5% de los ingresos), comparado con los CLP 61.863 millones (5,2% de los ingresos) registrados en el primer semestre de 2016. El EBITDA del segundo trimestre de 2017 alcanzó CLP 31.260 millones (5,2% de los ingresos), un aumento de 5,3% con respecto a los CLP 29.680 millones (5,0% de los ingresos) obtenidos en el segundo trimestre de 2016.

El **EBITDAR** (EBITDA menos gasto por arriendo) del 1S17 alcanzó CLP 97.015 millones (8,0% de los ingresos), un aumento de 6,4% con respecto a los CLP 91.161 millones (7,7% de los ingresos) obtenidos en 1S16. Asimismo, el EBITDAR del 2T17 alcanzó CLP 46.526 millones (7,7% de los ingresos), un aumento de 5,6% con respecto a los CLP 44.047 millones (7,4% de los ingresos) obtenidos en 2T16.

SMU registró en el primer semestre de 2017 una **utilidad neta de** CLP 5.599 millones, una disminución de 45,8% con respecto al primer semestre 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. La utilidad neta del segundo trimestre de 2017 alcanzó CLP 598 millones, una mejora de CLP 1.743 millones con respecto a la pérdida neta de CLP -1.145 millones registrada en el segundo trimestre de 2016.



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

Cuadro 10: Estado de Situación Financiera al 30 de junio de 2017 y al 31 de diciembre de 2016

(Millones CLP)	Junio 2017	Diciembre 2016	Δ \$	Δ %
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	42.044	48.497	(6.453)	(13,3%)
Otros Activos Financieros Corrientes	47	79	(32)	(40,6%)
Otros Activos No Financieros Corrientes	15.964	12.121	3.843	31,7%
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	65.838	82.560	(16.722)	(20,3%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	10.461	7.205	3.256	45,2%
Inventarios	226.458	214.026	12.432	5,8%
Activos por Impuestos Corrientes	5.813	6.905	(1.092)	(15,8%)
Total Activos Corrientes	366.624	371.393	(4.768)	(1,3%)
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros No Corrientes	191	191	0	0,0%
Otros Activos No Financieros No Corrientes	20.657	21.576	(919)	(4,3%)
Cuentas por Cobrar No Corrientes	1.904	1.835	69	3,8%
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	77.932	77.198	733	0,9%
Plusvalía	474.649	474.522	127	0,0%
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	428.468	441.848	(13.380)	(3,0%)
Activos por Impuestos Diferidos	425.331	418.167	7.164	1,7%
Total Activos No Corrientes	1.429.132	1.435.339	(6.207)	(0,4%)
TOTAL ACTIVOS	1.795.756	1.806.731	(10.975)	(0,6%)
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	100.784	126.174	(25.390)	(20,1%)
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	415.841	456.081	(40.240)	(8,8%)
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	1.790	17.439	(15.649)	(89,7%)
Otras Provisiones de Corto Plazo	1.254	1.360	(106)	(7,8%)
Pasivos por Impuestos Corrientes	0	12	(12)	(100,0%)
Beneficios a los Empleados	16.633	23.960	(7.328)	(30,6%)
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	3.771	5.181	(1.410)	(27,2%)
Total Pasivos Corrientes	540.072	630.207	(90.135)	(14,3%)
PASIVOS NO CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	763.049	735.875	27.174	3,7%
Cuentas por Pagar No Corrientes	212	148	63	42,7%
Cuentas por pagar a Entidades Relacionadas No Corrientes	0	79.054	(79.054)	(100,0%)
Pasivos por Impuestos Diferidos	15	69	(54)	(78,2%)
Beneficios a los Empleados	1.173	108	1.065	984,5%
Otros Pasivos No Financieros No Corrientes	11.622	11.262	360	3,2%
Total Pasivos No Corrientes	776.071	826.516	(50.445)	(6,1%)
TOTAL PASIVOS	1.316.143	1.456.723	(140.580)	(9,7%)
PATRIMONIO				
Capital Emitido	1.100.290	970.340	129.950	13,4%
Pérdidas Acumuladas	(762.106)	(767.705)	5.599	(0,7%)
Otras Reservas	141.430	147.373	(5.943)	(4,0%)
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	479.613	350.008	129.605	37,0%
Participaciones No Controladoras	(0)	(0)	0	0,0%
Total Patrimonio	479.613	350.008	129.605	37,0%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	1.795.756	1.806.731	(10.975)	(0,6%)



2.1. Activos

Al 30 de junio de 2017, los **activos totales** de SMU se mantienen relativamente estables con respecto al 31 de diciembre de 2016, totalizando CLP 1.795.756 millones (-0,6%).

Los **activos corrientes** al 30 de junio de 2017 se disminuyeron CLP 4.768 millones (1,3%) respecto de diciembre de 2016, totalizando CLP 366.624 millones, principalmente a raíz de:

- a. Disminución de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (↓CLP 16.722 millones), principalmente por menores cuentas por cobrar de tarjetas de crédito, menores ventas a crédito del segmento Supermercados debido a la estacionalidad del negocio, y menos cuentas por cobrar al seguro.
- b. Disminución de efectivo y equivalentes al efectivo (↓CLP 6.453 millones), variación que se describe en la sección 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo.

Estas disminuciones fueron parcialmente compensadas por:

- a. Aumento de inventarios (↑CLP 12.432 millones), principalmente debido al incremento de la actividad promocional y de las ventas.
- b. Aumento de otros activos no financieros corrientes (↑CLP 3.843 millones), principalmente por el nuevo contrato de seguros pagados por anticipado.
- c. Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes (↑CLP 3.256 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.

Los **activos no corrientes** al 30 de junio de 2017 llegan a CLP 1.429.132 millones, reduciéndose en CLP 6.207 millones (-0,4%) respecto del cierre de 2016, debido principalmente a:

- a. La disminución en propiedades, plantas y equipos (↓CLP 13.380 millones) a raíz de la depreciación (↓CLP 21.120 millones) y bajas y ventas del período (↓CLP 3.733 millones), compensado en parte por adiciones del período (↑CLP 11.306 millones).
- b. La disminución en propiedades, plantas y equipos fue parcialmente contrarrestada por el aumento de los activos por impuestos diferidos (↑CLP 7.164 millones), producto principalmente de la corrección monetaria de pérdidas fiscales, compensado en parte por la disminución de las diferencias temporales por provisiones y la disminución del activo intangible tributario.

2.2. Pasivos

Al 30 de junio de 2017, los **pasivos totales** de la Compañía alcanzan CLP 1.316.143 millones, una disminución de 9,7% respecto de los niveles registrados al 31 de diciembre de 2016.

Los **pasivos corrientes** disminuyen en CLP 90.135 millones (-14,3%), debido principalmente a:

- a. Disminución en cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes (↓CLP 40.240 millones), debido principalmente a la estacionalidad del negocio, dado que durante el cuarto trimestre se realizan mayores compras de mercaderías para abastecer los mayores volúmenes de venta en ese trimestre, en comparación con los otros trimestres del año.



- b. Disminución en otros pasivos financieros corrientes (↓CLP 25.390 millones), debido principalmente a la disminución en obligaciones con el público, por el pago del bono serie C en mayo de 2017, parcialmente contrarrestado por un aumento en préstamos bancarios. El aumento en préstamos bancarios corrientes se explica principalmente por la porción del crédito sindicado que vence en junio de 2018 (aproximadamente CLP 39.300 millones), la que se traspaasa desde pasivos financieros no corrientes a corrientes. Con respecto al pago de la porción del crédito sindicado que vencía en junio de 2017, cabe explicar que el día 30 de junio del 2017, se ha realizado un pago parcial de la segunda cuota del crédito sindicado (UF 193.368 de un total de UF 1.067.805) así como de la segunda cuota del crédito Banco BICE (UF 7.241 de un total de UF 40.228). El monto pagado el 30 de junio de 2017 en pesos chilenos fue de CLP 5.091 millones. El saldo remanente de dicha cuota (UF 874.437 para los acreedores partícipes y UF 32.987 para banco BICE) se ha prorrogado por 30 días (posteriormente por 30 días adicionales hasta el 30 de agosto de 2017), lo anterior con motivo de que los acreedores partícipes y banco BICE evaluarán la propuesta de refinanciamiento recibida el día 22 de junio por parte de BanChile Asesoría Financiera S.A. y BCI Asesoría Financiera S.A. que contaba con un underwriting del 50% y que debía ser aprobada por la totalidad de los acreedores dentro del período señalado e incluida las modificaciones en el calendario así como como disminuciones en el spread. Esta propuesta de refinanciamiento finalmente no fue aprobada por la totalidad de los acreedores, por lo que la cuota remanente será pagada en la fecha acordada.
- c. Disminución en cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes (↓CLP 15.649 millones), debido a pagos de deuda con partes relacionadas con fondos del aumento de capital en enero de 2017 y de la colocación de bonos locales en abril de 2017, 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.
- d. Disminución en provisiones corrientes por beneficios a los empleados (↓CLP 7.328 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.

Los **pasivos no corrientes** disminuyen en CLP 50.445 millones (-6,1%), 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 27.174 millones), debido principalmente a la colocación de bonos locales en abril de 2017, además del efecto de instrumentos derivados (*cross-currency swap*) contratados en marzo de 2017 para eliminar el riesgo cambiario del bono internacional. Estos incrementos fueron parcialmente compensados por una disminución en los préstamos bancarios no corrientes, por el traspaaso a préstamos bancarios corrientes de la porción del crédito sindicado que vence en junio de 2018 y por el pago del 50% de la deuda con Larraín Vial y Compass.



2.3. Patrimonio

El patrimonio presenta un alza de CLP 129.605 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 5.599 millones), correspondiente a la utilidad neta del primer semestre de 2017
- c. Lo anterior, parcialmente compensado por una disminución en otras reservas (↓CLP 5.943 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 seis meses terminados al 30 de junio de 2017 y 2016

(Millones CLP)	Junio 2017	Junio 2016	Δ\$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	12.420	38.799	(26.380)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	(11.154)	(11.873)	719
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(7.719)	(51.533)	43.814
Incremento (Disminución) Neto en el Efectivo y Equivalentes al efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio	(6.453)	(24.606)	18.153
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo	(6.453)	(24.606)	18.153
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	48.497	50.924	(2.427)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	42.044	26.318	15.726

Durante el primer semestre de 2017, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 12.420 millones versus CLP 38.799 millones durante el primer semestre de 2016. Esta disminución se debe a mayores pagos a proveedores, relacionado con la estacionalidad del negocio, así como a mayores pagos a y por cuenta de empleados, principalmente en relación con el pago del bono por incentivo de largo plazo durante el primer trimestre de 2017.

El flujo utilizado en **actividades de inversión** alcanzó CLP -11.154 millones en el primer semestre de 2017, comparado con CLP -11.873 millones en el primer semestre 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 10.946 millones para 1S17, una disminución con respecto a los CLP 11.739 millones registrados en 1S16.

El flujo utilizado de **actividades de financiación** alcanzó CLP -7.719 millones en el primer semestre 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 94.674 millones, (iii) pagos de préstamos con partes relacionadas y no relacionadas por CLP 193.859 millones, y (iv) pagos de intereses por CLP 32.125 millones. En el primer semestre de 2016, las actividades de financiación generaron una salida neta de CLP -51.533 millones, principalmente explicado por: (i) préstamos de partes relacionadas y no relacionadas por CLP 78.977 millones, (ii) pagos de préstamos con partes relacionadas y no relacionadas por CLP 92.664 millones, y (iii) pagos de intereses por CLP 32.176 millones.



4. Indicadores Financieros⁶

Cuadro 12: Evolución Indicadores Financieros

		2013	2014	2015	2016	2T17
LIQUIDEZ						
Índice de Liquidez	veces	0,81	0,62	0,59	0,59	0,68
Razón Ácida	veces	0,58	0,42	0,27	0,25	0,26
ENDEUDAMIENTO						
Pasivo Exigible / Activos Totales	veces	0,77	0,80	0,81	0,81	0,73
Pasivo Exigible / Patrimonio	veces	3,39	3,97	4,32	4,16	2,74
Pasivos Financieros Neto / Patrimonio	veces	1,93	2,24	2,46	2,32	1,71
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	42,13	45,86	40,35	43,26	41,03
ACTIVIDAD						
Rotación de Inventarios	días	39,51	33,23	38,69	40,04	44,81
Rotación de CxC	días	10,93	7,85	11,63	10,07	9,23
Rotación de CxP	días	96,43	81,98	78,43	75,32	74,54
EFICIENCIA (12 meses)						
Cobertura de Gastos Financieros (Anualizado)	veces	(0,24)	1,08	1,63	1,91	2,01
Margen Bruto (Anualizado)	%	24,41	25,63	25,55	26,49	26,91
EBITDA (Anualizado)	CLP MM	(18.233)	70.920	113.947	137.318	141.948
Margen EBITDA (Anualizado)	%	(0,95)	3,59	4,89	5,57	5,70

⁶ 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 30 de junio 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%.
3. 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, 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.