

## SMU INFORMA RESULTADOS DE LOS PRIMEROS NUEVE MESES Y TERCER TRIMESTRE DE 2017

### HIGHLIGHTS

- EBITDA Consolidado 9M17: CLP 102.217 MM (vs. CLP 97.008 MM en 9M16, +5,4%)
- Margen EBITDA Consolidado 9M17: 5,5% (+10 pb vs. 9M16)
- Margen EBITDA Segmento Supermercados 9M17: 6,0% (+ 30 pb vs. 9M16)
- Margen bruto 9M17: 27,1% (+70 pb vs. 9M16)

**Santiago, Chile. 28 de noviembre de 2017.-** SMU S.A. (“SMU” o la “Compañía”; Bolsa de Santiago: SMU) informó hoy sus resultados de los primeros nueve meses de 2017, registrando **EBITDA<sup>1</sup> por CLP 102.217 millones** lo que representa un incremento de 5,4% con respecto a los CLP 97.008 millones obtenidos en los primeros nueve meses de 2016, fuertemente influenciado por el segmento Supermercados, cuyo EBITDA aumentó en 6,9% en el período. Asimismo, el margen EBITDA consolidado alcanzó 5,5% en los primeros nueve meses de 2017, lo que se compara con 5,4% en los 9M16. En tanto, los **ingresos de los primeros nueve meses alcanzaron CLP 1.845.020 millones**, un aumento de 1,9% con respecto al mismo período de 2016.

En cuanto al tercer trimestre, la Compañía registró EBITDA por CLP 35.725 millones, un aumento de 1,6% con respecto al tercer trimestre de 2016. En tanto, el segmento Supermercados registró un aumento en EBITDA de 3,1%. Los ingresos del trimestre alcanzaron CLP 629.048 millones, un aumento de 1,3% con respecto al tercer trimestre de 2016.

El gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló que “nuestros resultados a septiembre de este año mantuvieron una tendencia muy similar a la primera parte del año. Pese al bajo crecimiento de la economía y de la industria de supermercados en Chile, tuvimos un crecimiento en ventas de 1,9% a nivel consolidado, impulsado por el formato Unimarc, con un aumento de 3,3%. También creemos que es importante destacar el crecimiento en ventas del formato Mayorista 10 en el tercer trimestre, mostrando resultados positivos a partir de la implementación de la nueva propuesta de valor”.

“Mantenemos el enfoque en conseguir una estructura de gastos lo más liviana posible, disciplina que nos ha permitido crecer en margen EBITDA a pesar del menor crecimiento en ingresos. Muestra de ello es el crecimiento de 10 puntos base en nuestro margen EBITDA a nivel consolidado con respecto a los primeros nueve meses del año anterior, y de 30 puntos base en el segmento Supermercados durante el mismo período”.

“Con respecto a nuestro plan estratégico 2017-2019, junto con los esfuerzos en materia de eficiencia operacional, estamos avanzando con las reconversiones de tiendas. Entre octubre y noviembre hemos inaugurado tres locales, y estamos próximos a inaugurar otras salas de venta”.

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



“En materia financiera, la reducción de deuda con los fondos recaudados en el IPO, y el refinanciamiento de otras deudas a tasas más bajas, están empezando a reflejarse en menores gastos financieros, y durante este tercer trimestre continuamos con nuestros esfuerzos para mejorar nuestra posición financiera. En septiembre colocamos un bono local para refinanciar deuda que estaba a tasas de interés más altas, lo que nos va a generar más ahorros en gastos financieros durante los próximos trimestres”.

“Adicionalmente, durante noviembre, informamos dos noticias positivas que nos permitirán acelerar nuestro proceso de desapalancamiento. Primero, la firma de un acuerdo vinculante para la venta de nuestra filial Construmart, la que está disponible para su venta desde 2013. De concretarse esta transacción, nos permitiría enfocarnos en nuestro negocio *core* de supermercados, y, con estos fondos recaudados, seguir reduciendo deuda y potenciar nuestro plan de negocios. Posteriormente, realizamos un aumento de capital por aproximadamente US\$150 millones, fondos que se destinarán a reducir el endeudamiento de la Compañía”.

“La implementación de nuestro plan estratégico, sumado a los logros en materia financiera, se ha visto reflejado en alzas en nuestras clasificaciones de riesgo. La semana pasada, Humphreys mejoró nuestra clasificación local a BBB-, lo que corresponde a la categoría ‘grado de inversión’, hito muy relevante para la Compañía. Además hemos tenido otras mejoras de clasificación, como Feller Rate (desde BB- a BB+, manteniendo las perspectivas positivas); ICR (cambiando las perspectivas desde estables a positivas, manteniendo la clasificación en BB+); y S&P (desde B- a B, con perspectivas estables)”.

“Claramente las mejoras financieras permiten potenciar las mejoras operacionales que forman parte de nuestro plan estratégico. Estamos muy satisfechos de las perspectivas de SMU, ya que seguimos mejorando nuestro desempeño operacional y mostrando una situación financiera más sólida, sin descuidar que aún nos queda trabajo por hacer”.

## Resultados Financieros

SMU registró en los **primeros nueve meses de 2017 un EBITDA de CLP 102.217 millones**, lo que representa un **incremento de 5,4%** con respecto a los CLP 97.008 millones obtenidos en los primeros nueve meses de 2016, fuertemente influenciado por el segmento Supermercados<sup>2</sup>, cuyo EBITDA aumentó en 6,9% en el período. Asimismo, el **margen EBITDA consolidado alcanzó 5,5%** en los 9M17, lo que se compara con 5,4% en los 9M16. Esta expansión del margen EBITDA se debió a una mejora de 70 puntos base (pb) en el margen bruto, parcialmente contrarrestado por un aumento de 50 pb en los gastos operacionales como porcentaje de la venta. Con respecto al **segmento Supermercados, el margen EBITDA alcanzó 6,0%**, lo que se compara con 5,7% en los 9M16.

<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 30 de septiembre de 2017, correspondería a la sumatoria de Supermercados más Servicios de Apoyo, Financiamiento, Ajustes y Otros.



Con respecto al tercer trimestre de 2017, el EBITDA alcanzó CLP 35.725 millones, mayor en un 1,6% a los CLP 35.145 millones obtenidos en el mismo período del año anterior, y estable en términos del margen EBITDA, el cual alcanzó aproximadamente 5,7% en ambos períodos. El **margen EBITDA del segmento Supermercados creció 10 pb, alcanzando 6,1% en el 3T17**, versus 6,0% en el 3T16.

Los **ingresos de los primeros nueve meses de 2017 alcanzaron CLP 1.845.020 millones**, lo que representa un incremento de 1,9% con respecto a los CLP 1.810.253 millones obtenidos en el mismo período de 2016. Cabe destacar que los ingresos de Unimarc, el formato de supermercados que representa un 63% de los ingresos totales, crecieron 3,3% en los 9M17. En el tercer trimestre de 2017, los ingresos totalizaron CLP 629.048 millones, un aumento de 1,3% con respecto a los CLP 620.842 millones registrados en el tercer trimestre de 2016.

El **margen bruto consolidado alcanzó CLP 499.737 millones** en los primeros nueve meses de 2017, un incremento de 4,5% con respecto a los CLP 478.229 millones obtenidos en los 9M16. Medido como porcentaje de los ingresos, esto representa un avance de 70 pb, alcanzando 27,1% en 9M17 versus 26,4% en 9M16. En el 3T17, el margen bruto fue de CLP 168.382 millones (26,8% de los ingresos), mayor en 2,6% con respecto a los CLP 164.052 millones (26,4% de la venta) del 3T16.

Los **gastos operacionales**, definidos como gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación), como proporción de la venta aumentaron desde 21,1% en los primeros nueve meses de 2016 a 21,6% en los primeros nueve meses de 2017. Este incremento, equivalente a 50 pb, fue menor al incremento en el margen bruto como porcentaje de la venta (+70 pb), lo que explica la expansión en el margen EBITDA. En la misma línea, en el tercer trimestre, el aumento en gastos operacionales como proporción de la venta fue de 30 pb, desde 20,8% en 3T16 a 21,1%.

Si bien el **resultado operacional de la Compañía crece en 14,3%** (CLP 7.982 millones) en los primeros nueve meses de 2017, la **utilidad neta** disminuye, alcanzando CLP 9.297 millones, menor en CLP 1.513 millones (14,0%) con respecto a los CLP 10.809 millones obtenidos en los primeros nueve meses de 2016. A pesar de variaciones positivas en algunas partidas no operacionales, especialmente por la menor inflación y la reducción de los gastos financieros, la menor utilidad se explica por una disminución de CLP 19.659 millones en la ganancia por diferencia de cambio en los 9M17 con respecto a los 9M16. La Compañía tuvo una fuerte reducción en exposición a variaciones de tipo de cambio durante el año 2017, tanto por amortizaciones de deuda denominada en dólares estadounidenses como por la cobertura del 100% del bono internacional, y además hubo una menor apreciación del tipo de cambio en el período. Con respecto al 3T17, la utilidad neta alcanzó CLP 3.698 millones, mejor en CLP 3.222 millones (677,2%) a los CLP 476 millones registrados en el 3T16, producto de mejoras tanto en el resultado operacional como en el resultado no operacional durante el período.

### Colocación de Bono Local

Con fecha 28 de septiembre de 2017, SMU efectuó una colocación de bonos en el mercado local por un total de UF 1 millón (aproximadamente CLP 27 mil millones o USD 42 millones). La nueva serie de bonos, la serie P (código nemotécnico BCSMU-P), se colocó a una tasa de interés anual de 3,0%, con vencimiento a dos años. En línea con la estrategia de SMU de optimizar su estructura de capital, los fondos recaudados se destinaron a refinanciar deuda existente de la Compañía, lo que le permitirá reducir sus gastos financieros.



## Acuerdo para Venta de Construmart

Con fecha 9 de noviembre, SMU firmó un acuerdo vinculante para la venta del 100% de su filial Construmart S.A. Esta transacción se encuentra sujeta a una serie de condiciones para su cierre, habituales en este tipo de negociaciones, incluyendo, entre otras, la negociación de los términos y condiciones de los contratos respectivos, la realización de un *due diligence* de Construmart y sus filiales y las aprobaciones regulatorias que puedan ser aplicables. De concretarse la transacción, el precio acordado de los activos ascenderá a la suma total de CLP 54 mil millones, de los cuales se descontará la deuda financiera neta de Construmart, pudiendo además ser objeto de algunos otros ajustes habituales para este tipo de transacciones, tras los cuales se obtendrá el precio definitivo a ser pagado.

La venta de Construmart, activo que está disponible para la venta desde el año 2013, está en línea con la estrategia de SMU de enfocarse en su negocio *core* de supermercados. De materializarse la transacción, los fondos que se recauden se destinarían al desarrollo del plan de negocios de la Compañía y a la reducción de sus niveles de endeudamiento, permitiéndole seguir fortaleciendo su posición financiera.

## Aumento de Capital

Con fecha 16 de noviembre, SMU concretó un aumento de capital por aproximadamente USD\$150 millones mediante la colocación de 575 millones de acciones en el mercado, con un precio de suscripción de \$165 por acción y con una demanda superior a cinco veces el total de acciones ofrecidas. Los fondos recaudados con este aumento de capital le permitirán a SMU continuar con el fortalecimiento de su posición financiera y la optimización de su estructura de capital, avanzando en su proceso de desapalancamiento.

## Mejoras de Clasificación de Riesgo

Luego de la mejora de perspectivas, desde estables a positivas, que informó Feller Rate a fines de agosto, Humphreys mejoró la clasificación desde BB- a BB, producto de su revisión anual. Adicionalmente, después de que se informara el acuerdo para la venta de Construmart y la materialización del aumento de capital, SMU tuvo las siguientes mejoras:

- Humphreys: Desde BB (perspectivas estables) a BBB- (perspectivas estables), lo que corresponde a grado de inversión
- Feller Rate: Desde BB- (perspectivas positivas) a BB+ (perspectivas positivas)
- ICR: Mejora de perspectivas, desde estables a positivas, manteniendo la clasificación en BB+
- S&P: Desde B- (perspectivas positivas) a B (perspectivas estables)



## Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día jueves 30 de noviembre a las 12:00 pm de Chile/10:00 am ET para comentar los resultados del tercer 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/smu20171130.html>

## Más Información

Para mayor información sobre los resultados de SMU de los primeros nueve meses y tercer trimestre 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](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)



# SMU



## Análisis Razonado Septiembre 2017

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





Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados .....	2
1. Análisis del Estado de Resultados .....	4
1.1. Resultados de Operaciones: Segmento Supermercados .....	4
1.1.1. Resumen Ejecutivo .....	4
1.1.2. Ingresos de Actividades Ordinarias .....	5
1.1.3. Gastos de Distribución y Gastos de Administración .....	9
1.1.4. Margen Bruto, Margen de Contribución y EBITDA.....	11
1.2. Resultados de Operaciones: Segmento Insumos para la Construcción .....	12
1.3. Resultado No Operacional e Impuesto a las Ganancias.....	14
1.4. EBITDA y Resultado Neto.....	15
2. Análisis del Estado de Situación Financiera para SMU S.A. y Filiales.....	16
2.1. Activos.....	17
2.2. Pasivos .....	17
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
7. Hechos Posteriores.....	22



## Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados

SMU registró en los **primeros nueve meses de 2017 un EBITDA<sup>3</sup> de CLP 102.217 millones**, lo que representa un **incremento de 5,4%** con respecto a los CLP 97.008 millones obtenidos en los primeros nueve meses de 2016, fuertemente influenciado por el segmento Supermercados<sup>4</sup>, cuyo EBITDA aumentó en 6,9% en el período. Asimismo, el **margen EBITDA consolidado alcanzó 5,5%** en los 9M17, lo que se compara con 5,4% en los 9M16. Esta expansión del margen EBITDA se debió a una mejora de 70 puntos base (pb) en el margen bruto, parcialmente contrarrestado por un aumento de 50 pb en los gastos operacionales como porcentaje de la venta. Con respecto al **segmento Supermercados, el margen EBITDA alcanzó 6,0%**, lo que se compara con 5,7% en los 9M16.

Con respecto al tercer trimestre de 2017, el EBITDA alcanzó CLP 35.725 millones, mayor en un 1,6% a los CLP 35.145 millones obtenidos en el mismo período del año anterior, y estable en términos del margen EBITDA, el cual alcanzó aproximadamente 5,7% en ambos períodos. El **margen EBITDA del segmento Supermercados creció 10 pb, alcanzando 6,1% en el 3T17**, versus 6,0% en el 3T16.

Los **ingresos de los primeros nueve meses de 2017 alcanzaron CLP 1.845.020 millones**, lo que representa un incremento de 1,9% con respecto a los CLP 1.810.253 millones obtenidos en el mismo período de 2016. Cabe destacar que los ingresos de Unimarc, el formato de supermercados que representa un 63% de los ingresos totales, crecieron 3,3% en los 9M17. En el tercer trimestre de 2017, los ingresos totalizaron CLP 629.048 millones, un aumento de 1,3% con respecto a los CLP 620.842 millones registrados en el tercer trimestre de 2016.

El **margen bruto consolidado alcanzó CLP 499.737 millones** en los primeros nueve meses de 2017, un incremento de 4,5% con respecto a los CLP 478.229 millones obtenidos en los 9M16. Medido como porcentaje de los ingresos, esto representa un avance de 70 pb, alcanzando 27,1% en 9M17 versus 26,4% en 9M16. En el 3T17, el margen bruto fue de CLP 168.382 millones (26,8% de los ingresos), mayor en 2,6% con respecto a los CLP 164.052 millones (26,4% de la venta) del 3T16.

Los **gastos operacionales**, definidos como gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación), como proporción de la venta aumentaron desde 21,1% en los primeros nueve meses de 2016 a 21,6% en los primeros nueve meses de 2017. Este incremento, equivalente a 50 pb, fue menor al incremento en el margen bruto como porcentaje de la venta (+70 pb), lo que explica la expansión en el margen EBITDA. En la misma línea, en el tercer trimestre, el aumento en gastos operacionales como proporción de la venta fue de 30 pb, desde 20,8% en 3T16 a 21,1%.

Si bien el **resultado operacional de la Compañía crece en 14,3%** (CLP 7.982 millones) en los primeros nueve meses de 2017, la **utilidad neta** disminuye, alcanzando CLP 9.297 millones, menor en CLP 1.513 millones (14,0%) con respecto a los CLP 10.809 millones obtenidos en los primeros nueve meses de 2016. A pesar de variaciones positivas en algunas partidas no operacionales, especialmente por la menor inflación y la reducción de los gastos financieros, la menor utilidad se explica por una disminución de CLP 19.659 millones en la ganancia por diferencia de cambio en los 9M17 con respecto a los 9M16. La Compañía tuvo una fuerte reducción en exposición a variaciones de tipo de cambio

<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 30 de septiembre de 2017, correspondería a la sumatoria de Supermercados más Servicios de Apoyo, Financiamiento, Ajustes y Otros.



durante el año 2017, tanto por amortizaciones de deuda denominada en dólares estadounidenses como por la cobertura del 100% del bono internacional, y además hubo una menor apreciación del tipo de cambio en el período. Con respecto al 3T17, la utilidad neta alcanzó CLP 3.698 millones, mejor en CLP 3.222 millones (677,2%) a los CLP 476 millones registrados en el 3T16, producto de mejoras tanto en el resultado operacional como en el resultado no operacional durante el período.

Con respecto a los **indicadores operacionales**, en el **segmento Supermercados**, la **venta por metro cuadrado**<sup>5</sup> alcanzó CLP 300,5 mil en los primeros nueve meses de 2017, un aumento de 2,6% con respecto al mismo período de 2016. En este segmento la Compañía tuvo un aumento en las **ventas por tienda equivalente, o same-store sales ("SSS")** de 2,2% para los 9M17, y Unimarc registró un aumento de SSS de 3,1%. En relación a la **eficiencia operacional**, dentro de las operaciones del segmento Supermercados en Chile, durante los 9M17 la Compañía alcanzó una tasa de **distribución centralizada** de 45,3%, 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 nueve meses terminados al 30 de septiembre 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)	3T17	3T16	Δ%	9M17	9M16	Δ%
Ingresos de Actividades Ordinarias	629.048	620.842	1,3%	1.845.020	1.810.253	1,9%
Costo de Ventas	(460.666)	(456.790)	0,8%	(1.345.283)	(1.332.024)	1,0%
<b>Margen Bruto</b>	<b>168.382</b>	<b>164.052</b>	<b>2,6%</b>	<b>499.737</b>	<b>478.229</b>	<b>4,5%</b>
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>26,8%</i>	<i>26,4%</i>		<i>27,1%</i>	<i>26,4%</i>	
Gastos de Distribución	(6.223)	(5.593)	11,3%	(18.058)	(16.515)	9,3%
<b>Margen de Contribución</b>	<b>162.159</b>	<b>158.459</b>	<b>2,3%</b>	<b>481.679</b>	<b>461.714</b>	<b>4,3%</b>
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>25,8%</i>	<i>25,5%</i>		<i>26,1%</i>	<i>25,5%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(126.434)	(123.314)	2,5%	(379.462)	(364.706)	4,0%
<b>EBITDA</b>	<b>35.725</b>	<b>35.145</b>	<b>1,6%</b>	<b>102.217</b>	<b>97.008</b>	<b>5,4%</b>
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>5,7%</i>	<i>5,7%</i>		<i>5,5%</i>	<i>5,4%</i>	
Depreciación y Amortización	(12.511)	(13.518)	(7,4%)	(38.472)	(41.245)	(6,7%)
<b>Resultado Operacional</b>	<b>23.213</b>	<b>21.627</b>	<b>7,3%</b>	<b>63.745</b>	<b>55.763</b>	<b>14,3%</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	659	(1.789)	n.a.	996	(4.404)	n.a.
Ingresos Financieros	157	344	(54,4%)	693	1.158	(40,2%)
Costos Financieros	(17.447)	(18.517)	(5,8%)	(51.724)	(54.343)	(4,8%)
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Diferencias de Cambio	(503)	(409)	23,0%	(1.308)	(1.162)	12,6%
Resultados por Unidades de Reajuste	492	1.406	(65,0%)	2.070	21.729	(90,5%)
Resultados por Unidades de Reajuste	249	(4.034)	n.a.	(7.075)	(15.180)	(53,4%)
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(16.394)</b>	<b>(22.999)</b>	<b>(28,7%)</b>	<b>(56.347)</b>	<b>(52.202)</b>	<b>7,9%</b>
<b>Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto</b>	<b>6.819</b>	<b>(1.372)</b>	<b>n.a.</b>	<b>7.398</b>	<b>3.561</b>	<b>107,8%</b>
Ingreso por Impuesto a las Ganancias	(3.121)	1.847	n.a.	1.898	7.248	(73,8%)
<b>Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas</b>	<b>3.698</b>	<b>476</b>	<b>677,2%</b>	<b>9.297</b>	<b>10.809</b>	<b>(14,0%)</b>
<b>Ganancia (Pérdida) del Período</b>	<b>3.698</b>	<b>476</b>	<b>677,2%</b>	<b>9.297</b>	<b>10.809</b>	<b>(14,0%)</b>

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

<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 99.416 millones durante los primeros nueve meses de 2017, un alza de 6,9% con respecto a los CLP 92.959 millones registrados para el mismo período de 2016. El margen EBITDA alcanzó 6,0% para los 9M17, comparado con el margen de 5,7% de los 9M16. 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 9M16 a 28,2% en 9M17 (+70 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 21,8% en 9M16 a 22,2% en 9M17 (+40 pb).

Asimismo, en el tercer trimestre de 2017 el EBITDA de este segmento aumentó en 3,1%, alcanzando CLP 34.973 millones y un margen EBITDA de 6,1%, lo que se compara con CLP 33.910 millones y un margen EBITDA de 6,0% en el tercer trimestre de 2016.

Cuadro 2: Estado de Resultados Segmento Supermercados

(Millones CLP)	3T17	3T16	△%	9M17	9M16	△%
Ingresos de Actividades Ordinarias	568.697	563.573	0,9%	1.662.527	1.626.649	2,2%
Costo de Ventas	(410.633)	(409.410)	0,3%	(1.194.251)	(1.179.647)	1,2%
<b>Margen Bruto</b>	<b>158.064</b>	<b>154.163</b>	<b>2,5%</b>	<b>468.276</b>	<b>447.002</b>	<b>4,8%</b>
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>27,8%</i>	<i>27,4%</i>		<i>28,2%</i>	<i>27,5%</i>	
Gastos de Distribución	(6.223)	(5.593)	11,3%	(18.058)	(16.515)	9,3%
<b>Margen de Contribución</b>	<b>151.841</b>	<b>148.570</b>	<b>2,2%</b>	<b>450.218</b>	<b>430.487</b>	<b>4,6%</b>
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>26,7%</i>	<i>26,4%</i>		<i>27,1%</i>	<i>26,5%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(116.868)	(114.660)	1,9%	(350.802)	(337.527)	3,9%
<b>EBITDA</b>	<b>34.973</b>	<b>33.910</b>	<b>3,1%</b>	<b>99.416</b>	<b>92.959</b>	<b>6,9%</b>
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>6,1%</i>	<i>6,0%</i>		<i>6,0%</i>	<i>5,7%</i>	
Depreciación y Amortización	(11.816)	(12.720)	(7,1%)	(36.399)	(38.941)	(6,5%)
<b>Resultado Operacional</b>	<b>23.157</b>	<b>21.191</b>	<b>9,3%</b>	<b>63.017</b>	<b>54.018</b>	<b>16,7%</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	653	(1.792)	n.a.	978	(4.407)	n.a.
Ingresos Financieros	157	344	(54,4%)	692	1.096	(36,8%)
Costos Financieros	(16.835)	(17.825)	(5,5%)	(49.947)	(52.430)	(4,7%)
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(503)	(409)	23,0%	(1.308)	(1.162)	12,6%
Diferencias de Cambio	413	1.412	(70,8%)	2.088	21.631	(90,3%)
Resultados por Unidades de Reajuste	235	(3.719)	n.a.	(6.653)	(14.202)	(53,2%)
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(15.880)</b>	<b>(21.990)</b>	<b>(27,8%)</b>	<b>(54.150)</b>	<b>(49.474)</b>	<b>9,5%</b>
<b>Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto</b>	<b>7.277</b>	<b>(799)</b>	<b>n.a.</b>	<b>8.867</b>	<b>4.544</b>	<b>95,2%</b>
Ingreso por Impuesto a las Ganancias	(3.397)	1.544	n.a.	1.203	6.406	(81,2%)
<b>Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas</b>	<b>3.880</b>	<b>745</b>	<b>420,7%</b>	<b>10.070</b>	<b>10.949</b>	<b>(8,0%)</b>
<b>Ganancia (Pérdida) del Período</b>	<b>3.880</b>	<b>745</b>	<b>420,7%</b>	<b>10.070</b>	<b>10.949</b>	<b>(8,0%)</b>

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



### 1.1.2. Ingresos de Actividades Ordinarias

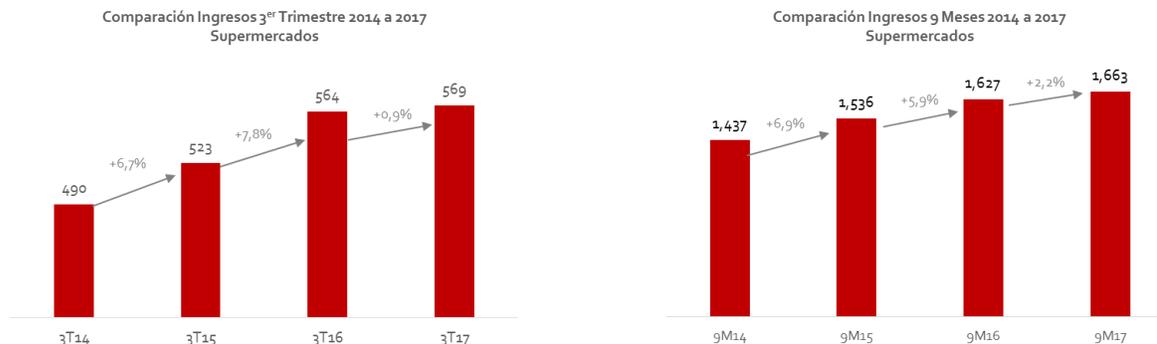
Los ingresos de actividades ordinarias del segmento Supermercados se incrementaron en 2,2% en los primeros nueve meses de 2017 comparado con el mismo período de 2016, desde CLP 1.626.649 millones a CLP 1.662.527 millones. En el tercer trimestre de 2017, el aumento fue de 0,9%, desde CLP 563.573 millones a CLP 568.697 millones.

Cuadro 3: Ingresos Segmento Supermercados (CLP MMM)

INGRESOS (CLP MMM)	3T17	3T16	Δ %	9M17	9M16	Δ %
UNIMARC	397	393	1,0%	1.164	1.126	3,3%
MAYORISTAS	146	145	0,5%	421	425	-1,1%
OK MARKET	12	12	-0,9%	36	36	1,4%
TELEMERCADOS	3,421	3,371	1,5%	9	9	1,7%
OTROS(*)	0	1	-56,6%	2	4	-39,0%
<b>SUPERMERCADOS CHILE</b>	<b>559</b>	<b>554</b>	<b>0,7%</b>	<b>1.632</b>	<b>1.600</b>	<b>2,0%</b>
<b>SUPERMERCADOS PERÚ</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>11,5%</b>	<b>31</b>	<b>26</b>	<b>15,8%</b>
<b>TOTAL SUPERMERCADOS</b>	<b>569</b>	<b>564</b>	<b>0,9%</b>	<b>1.663</b>	<b>1.627</b>	<b>2,2%</b>

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

Gráfico 1: Evolución Trimestral y 9 Meses Acumulados de los Ingresos Segmento Supermercados (CLP MMM) / 2014 – 2017



Supermercados Chile crece 2,0% en los primeros nueve meses y 0,8% en el tercer trimestre de 2017, con respecto a los mismos períodos del año 2016. Dentro de las operaciones de Supermercados Chile, el supermercado tradicional, Unimarc, muestra un aumento en ventas de 3,3% en los 9M17, mientras que en el trimestre creció 1,0%. 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 1,1% en los primeros nueve meses pero crecen 0,5% en el tercer trimestre con respecto a los mismos períodos de 2016, especialmente por la recuperación de Mayorista 10, cuya nueva propuesta de valor empieza a mostrar resultados positivos. Tal como se ha mencionado en trimestres anteriores, el formato Mayorista 10 está 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. Los ingresos de OK Market, el formato de conveniencia de SMU, crecieron 1,4% en los primeros nueve meses y disminuyeron 0,9% en el tercer trimestre, principalmente debido al cierre de tiendas de bajo desempeño durante el año. Los ingresos de Telemercados, el formato de e-grocery, crecieron 1,7% en los primeros nueve meses y 1,5% en el tercer trimestre.

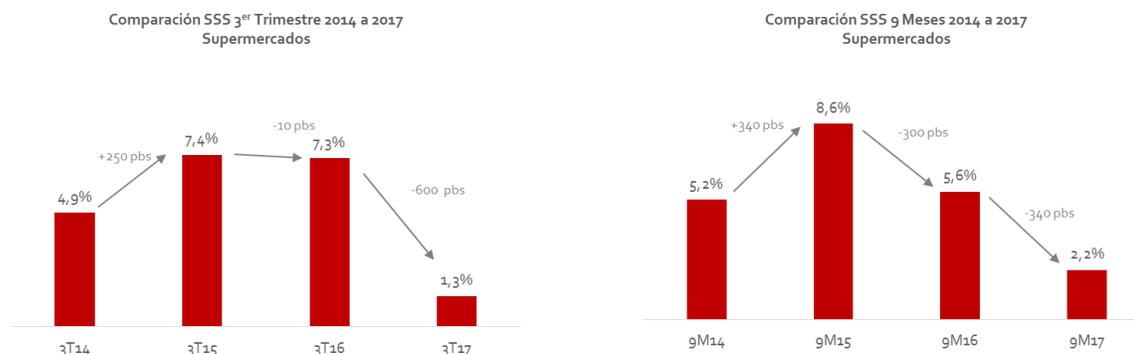
Supermercados Perú registra un crecimiento de ventas de 15,8% en los primeros nueve meses de 2017 versus el mismo período de 2016 (en soles peruanos la expansión es equivalente a 16,7%), y de 11,5% en el tercer trimestre (11,8% en soles peruanos), reflejando los positivos resultados de la estrategia 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 septiembre 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 2,2% para los primeros nueve meses de 2017 y de 1,3% para el tercer 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	3T17
UNIMARC	6,7%	5,4%	10,8%	6,4%	7,3%	4,6%	3,3%	1,5%
MAYORISTAS	2,8%	0,8%	-0,4%	0,7%	0,9%	-2,6%	-1,2%	0,3%
OK MARKET	9,2%	2,5%	5,1%	3,5%	5,0%	6,3%	4,8%	2,5%
SUPERMERCADOS CHILE	5,6%	4,0%	7,5%	4,8%	5,5%	2,7%	2,1%	1,2%
SUPERMERCADOS PERÚ	-2,2%	-2,0%	2,4%	11,5%	2,9%	22,2%	11,5%	11,1%
TOTAL SUPERMERCADOS	5,5%	4,0%	7,3%	4,8%	5,4%	3,0%	2,2%	1,3%

**Gráfico 2: Evolución Trimestral y 9 Meses Acumulados de las Ventas de Locales Equivalentes (SSS) Segmento Supermercados (%) / 2014 – 2017**



Unimarc registró un incremento de SSS de 3,1% en los primeros nueve meses de 2017 y de 1,5% en el tercer trimestre. Mayoristas disminuye 1,1% en los 9M17 pero crece 0,3% en el 3T17, consistente con el desempeño de los ingresos y reflejando el efecto de la transformación en la propuesta de valor de las tiendas Mayorista 10, con el mejor resultado observado durante el tercer trimestre. Las SSS de OK Market crecen 4,5% en los 9M17 y 2,5% en el 3T17, dado que las temperaturas promedio durante el 3T17 fueron más bajas que el año anterior, afectando las categorías de líquidos y helados, que son muy relevantes para este formato. Con todo, Supermercados Chile anota una expansión de SSS de 2,0% en los primeros nueve meses de 2017 y de 1,2% en el tercer trimestre.



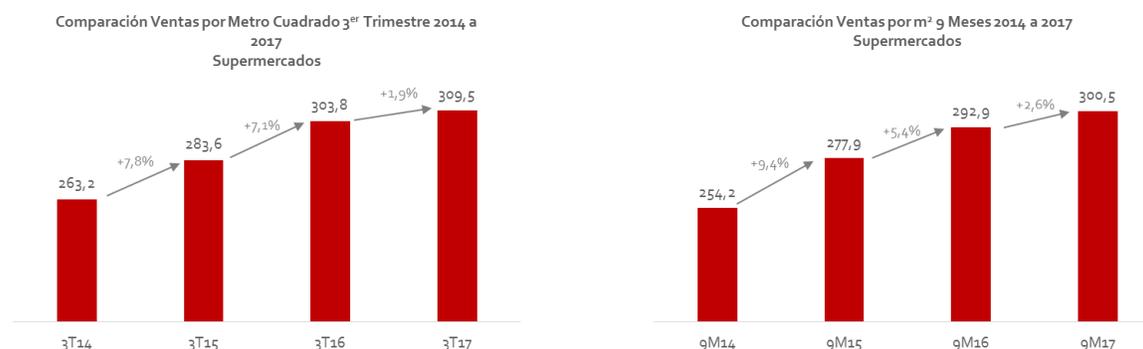
Supermercados Perú – que representa cerca del 2% de los ingresos totales del segmento Supermercados durante los primeros nueve meses y tercer trimestre de 2017 – registra un aumento de SSS de 14,8% en los 9M17 y de 11,1% en el 3T17, siguiendo la tendencia positiva que comenzó en el último trimestre de 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 septiembre 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 300.520 para los primeros nueve meses de 2017, 2,6% mayor que los primeros nueve meses de 2016, y CLP 309.458 para el tercer trimestre de 2017, 1,9% mayor que el tercer 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> )	3T17	3T16	Δ %	9M17	9M16	Δ %
SUPERMERCADOS CHILE	313,6	308,3	1,7%	304,3	296,9	2,5%
SUPERMERCADOS PERÚ	180,4	162,1	11,3%	182,3	161,6	12,8%
TOTAL SUPERMERCADOS	309,5	303,8	1,9%	300,5	292,9	2,6%

**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 2,5% en los primeros nueve meses de 2017 en comparación con el mismo período de 2016, y crecieron 1,7% en el tercer trimestre de 2017 en comparación con el tercer 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 12,8% en los primeros nueve meses de 2017 y de 11,3% en el tercer 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 3,6% en los 9M17 y de 2,1% en el 3T17; mayoristas una disminución de 1,0% en los 9M17 y un incremento de 0,4% en el 3T17; y OK Market un incremento de 6,9% en los 9M17 y de 4,8% en el 3T17.



Al cierre del tercer trimestre de 2017, la operación de Supermercados cuenta con **500 locales en Chile**, totalizando **586.017 metros cuadrados**, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, levemente por debajo de los 511 locales que operaban al cierre del 3T16.

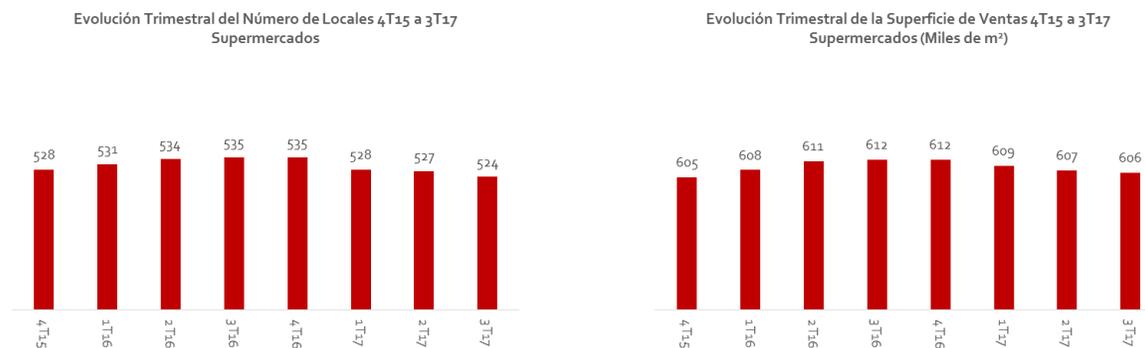
Como parte de su estrategia de aumentar la eficiencia y la rentabilidad de sus operaciones, SMU busca optimizar su portafolio de tiendas, para lo cual se realiza un monitoreo permanente del desempeño de cada tienda. En este sentido, durante los primeros nueve meses de 2017, la Compañía cerró cinco tiendas de OK Market y cinco 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 septiembre de 2017, que representan 20.398 metros cuadrados, con lo que a nivel consolidado, el segmento Supermercados cuenta con 606.414 metros cuadrados al cierre del trimestre.

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

Nº LOCALES	3T17	3T16	SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M <sup>2</sup> )	3T17	3T16
UNIMARC	289	295	UNIMARC	402	407
MAYORISTAS	100	100	MAYORISTAS	169	169
OK MARKET	111	116	OK MARKET	14	15
SUPERMERCADOS CHILE	500	511	SUPERMERCADOS CHILE	586	591
SUPERMERCADOS PERÚ	24	24	SUPERMERCADOS PERÚ	20	20
TOTAL SUPERMERCADOS	524	535	TOTAL SUPERMERCADOS	606	612

**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	1T16		2T16		3T16		4T16		2016		1T17		2T17		3T17	
	APER.	CIER.														
UNIMARC	2	0	2	0	1	0	0	0	5	0	0	3	0	1	0	2
MAYORISTAS	0	0	1*	0	0	0	0	0	1*	1*	0	0	0	0	0	0
OK MARKET	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	1
SUPERMERCADOS CHILE	2	0	2	0	1	0	0	0	5	0	0	7	0	1	0	3
SUPERMERCADOS PERÚ	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	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 los primeros nueve meses 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 40 pb, desde 21,8% en 9M16 a 22,2% en 9M17.

Los **gastos de distribución** de los primeros nueve meses de 2017 alcanzaron CLP 18.058 millones, un alza de 9,3% con respecto al mismo período de 2016. Asimismo, en el tercer trimestre de 2017 los gastos de distribución totalizaron CLP 6.223 millones, un incremento de 11,3%. 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. La estrategia de aumentar la centralización de la distribución tiene como objetivo mejorar la disponibilidad de productos en las tiendas y optimizar la gestión de los inventarios. Los gastos de distribución como porcentaje de la venta se mantuvieron estables en aproximadamente 1,1% en los primeros nueve meses de 2017, comparado con 1,0% en el mismo período de 2016.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación) del segmento suben 3,9% en los primeros nueve meses de 2017, totalizando CLP 350.802 millones (21,1% de la venta), versus CLP 337.527 millones (20,7% de la venta) en los primeros nueve meses de 2016. Asimismo, en el tercer trimestre suben 1,9%, alcanzando CLP 116.868 millones (20,6% de la venta), versus CLP 114.660 millones (20,3% de la venta) en el tercer trimestre de 2016.

Los principales incrementos de los gastos de administración en los primeros nueve meses de 2017 fueron:

- CLP 8.208 millones (+5,0 a/a) en el gasto de personal – que representó el 49,3% del total de gastos de administración del período (excluida la depreciación) – derivado de los reajustes salariales por inflación y el alza del salario mínimo;
- CLP 2.299 millones (+5,7% a/a) en arriendos por su reajustabilidad en UF y el pago de arriendo variable por el incremento de las ventas;
- CLP 1.251 millones (+12,2% a/a) en mantención, debido a mejoramientos a locales; y
- CLP 1.045 millones (+12,7 a/a%) en servicios informáticos, debido a la implementación de proyectos asociados a Plan CIMA.

Dichos incrementos fueron parcialmente compensados por una disminución de CLP 1.357 millones (-89,1%) en provisión incobrables, principalmente explicado por la provisión de la cuenta por cobrar a Supermercados Bigger SpA, efecto no recurrente registrado durante el segundo trimestre de 2016.

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

- CLP 878 millones (+6,4% a/a) en arriendos por su reajustabilidad en UF y el pago de arriendo variable por el incremento de las ventas;
- CLP 575 millones (+1,0 a/a) en el gasto de personal – que representó el 49,2% del total de gastos de administración del período (excluida la depreciación) – derivado de los reajustes salariales por inflación y el alza del salario mínimo, parcialmente compensado por una menor dotación promedio;
- CLP 469 millones (+84,6%) en seguros, debido principalmente a incrementos de montos asegurados respecto al año anterior; y



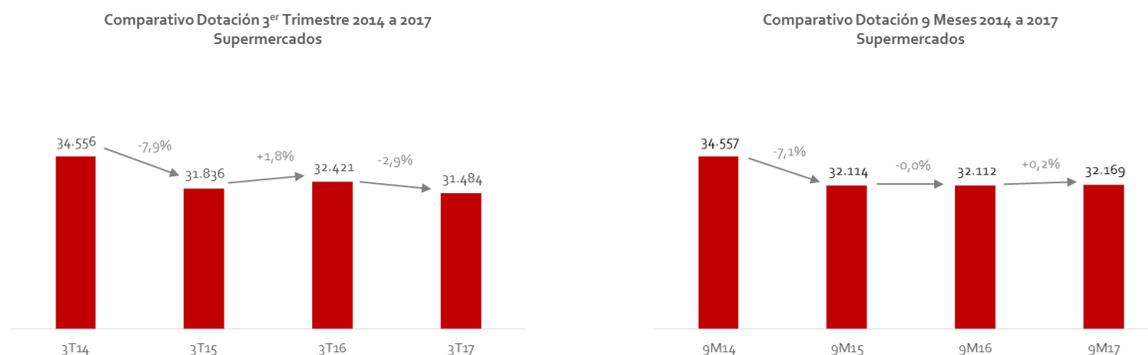
- d. CLP 413 millones (+15,6%) en servicios informáticos, debido a la implementación de proyectos asociados a Plan CIMA.

Dichos incrementos fueron parcialmente compensados por una disminución de CLP 725 millones (-13,5%) en gastos de publicidad, debido principalmente a ajustes en esta materia en el formato Mayorista 10, en línea con la estructura de gastos de un supermercado económico.

**Cuadro 8: Dotación Promedio Segmento Supermercados**

DOTACIÓN PROMEDIO	3T17	3T16	Δ%	9M17	9M16	Δ%
LOCALES CHILE	29.090	30.149	-3,5%	29.777	29.848	-0,2%
CORPORATIVO CHILE	1.644	1.539	6,8%	1.642	1.554	5,7%
SUPERMERCADOS CHILE	30.734	31.688	-3,0%	31.419	31.402	0,1%
LOCALES PERÚ	616	608	1,3%	618	590	4,8%
CORPORATIVO PERÚ	134	125	7,2%	131	120	9,5%
SUPERMERCADOS PERÚ	750	733	2,3%	750	710	5,6%
TOTAL SUPERMERCADOS	31.484	32.421	-2,9%	32.169	32.112	0,2%

**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 los primeros nueve meses de 2017 totalizó CLP 468.276 millones, creciendo 4,8% respecto del mismo período de 2016, lo que equivale al 28,2% de las ventas, con una mejora de 70 pb a/a, a raíz de una mayor alza en los ingresos que en el costo de ventas, 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 tercer trimestre de 2017 alcanzó CLP 158.064 millones, creciendo 2,5% respecto del tercer trimestre de 2016, lo que equivale al 27,8% de las ventas, con una mejora de 40 pb a/a.

El **margen de contribución** del segmento se expandió 4,6% en los primeros nueve meses de 2017, llegando a CLP 450.218 millones, sobre los CLP 430.487 millones de los primeros nueve meses de 2016, con un margen de contribución como porcentaje de los ingresos de 27,1%, 60 pb por encima del 26,5% previo, derivado de la mejora en el margen bruto (+4,8%), a pesar de que los gastos de distribución se incrementan en 9,3% en el período, debido a mayores ventas y centralización de la logística. El margen de contribución para el tercer trimestre alcanzó CLP 151.841 millones, un incremento de 2,2% respecto a los CLP 148.570 millones del tercer trimestre de 2016, con un margen de contribución como porcentaje de los ingresos de 26,7%, 30 pb por encima del 26,4% previo.

El **EBITDA** del segmento registró una mejora de 6,9% en los primeros nueve meses de 2017, totalizando CLP 99.416 millones, respecto a los CLP 92.959 millones registrados en el mismo período de 2016. El **margen EBITDA**, por su parte, subió desde 5,7% en los primeros nueve meses de 2016 a 6,0% en los primeros nueve meses de 2017, equivalente a 30 pb a/a. El EBITDA del segmento para el tercer trimestre de 2017 aumentó en 3,1%, alcanzando CLP 34.973 millones (margen EBITDA de 6,1%), comparado con CLP 33.910 millones (margen EBITDA de 6,0%) en 3T16.

El **EBITDAR** (EBITDA menos el gasto por arriendo) del segmento Supermercados en los primeros nueve meses de 2017 alcanzó CLP 142.346 millones (margen EBITDAR 8,6%), superior en 6,6% con respecto a los CLP 133.591 millones (margen EBITDAR 8,2%) obtenidos en el mismo período de 2016. En el tercer trimestre el EBITDAR alcanzó CLP 49.643 millones (margen EBITDAR 8,7%), un incremento de 4,1% con respecto a los CLP 47.702 millones (margen EBITDAR 8,5%) obtenidos en 3T16.



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

Los **ingresos de actividades ordinarias** del segmento Insumos para la Construcción disminuyeron 0,6% en los primeros nueve meses de 2017, como resultado de un decrecimiento en el segmento B2B producto de la caída del negocio de constructoras, parcialmente contrarrestado por el incremento del negocio retail. En el tercer trimestre de 2017, en tanto, los ingresos aumentaron 4,8%, principalmente producto de un aumento en el segmento B2B.

Por negocio, el de **retail** presentó un incremento de 5,8% en ventas en los primeros nueve meses 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 37,4% de la venta total en los 9M17, comparado con 35,1% en los 9M16. En el tercer trimestre, los ingresos del negocio retail aumentaron en 3,1% con respecto al 3T16, representando el 34,4% de la venta total.

Por su parte, el negocio **B2B** –que durante los primeros nueve meses de 2017 representó el 62,6% de la venta total de este segmento– registró una disminución en ventas de 4,0% comparado con el mismo período 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 producto de los últimos efectos de la entrada en vigencia de la reforma tributaria. En el tercer trimestre, sin embargo, los ingresos del negocio B2B crecieron un 5,7%, producto de una menor base de comparación y a indicios de recuperación en el segmento constructoras en comparación al 3T16. Las ventas B2B representaron un 65,6% de la venta total durante este trimestre.

El **margen bruto** del segmento para los primeros nueve meses de 2017 alcanzó 17,2%, levemente superior al 17,0% alcanzado en el mismo período de 2016, producto de una mayor participación del negocio retail en la venta total. En el tercer trimestre de 2017 el margen bruto disminuyó desde 17,3% a 16,6%, reflejando la mayor participación del negocio B2B durante esos tres meses.

Los **gastos de administración y ventas (sin depreciación)** del segmento se incrementan en CLP 1.481 millones (5,4%) en los 9M17 y en CLP 572 millones (6,6%) en el 3T17, explicado principalmente por el aumento de los gastos de remuneraciones y publicidad.

El **EBITDA** del segmento Insumos para la Construcción para los primeros nueve meses de 2017 alcanzó CLP 2.801 millones (margen EBITDA 1,5%), una disminución de 30,8% con respecto a los CLP 4.048 millones (margen EBITDA 2,2%) de los 9M16. En el tercer trimestre, el EBITDA fue de CLP 752 millones (margen EBITDA 1,3%), versus los CLP 1.235 millones (margen EBITDA 2,2%) del 3T16.

Durante los primeros nueve meses de 2017 para el segmento Insumos para la Construcción se registró una **pérdida neta** de CLP -773 millones, lo que se compara con una pérdida neta de CLP -140 millones registrada en los 9M16. Asimismo, en el tercer trimestre de 2017 el segmento registró una pérdida neta de CLP -182 millones, comparado con CLP -269 millones en el 3T16.



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

(Millones CLP)	3T17	3T16	Δ %	9M17	9M16	Δ %
Ingresos de Actividades Ordinarias	60.011	57.268	4,8%	182.493	183.605	(0,6%)
Costo de Ventas	(50.034)	(47.380)	5,6%	(151.032)	(152.378)	(0,9%)
<b>Margen Bruto</b>	<b>9.978</b>	<b>9.889</b>	<b>0,9%</b>	<b>31.461</b>	<b>31.227</b>	<b>0,7%</b>
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>16,6%</i>	<i>17,3%</i>		<i>17,2%</i>	<i>17,0%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(9.226)	(8.654)	6,6%	(28.659)	(27.179)	5,4%
<b>EBITDA</b>	<b>752</b>	<b>1.235</b>	<b>(39,1%)</b>	<b>2.801</b>	<b>4.048</b>	<b>(30,8%)</b>
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>1,3%</i>	<i>2,2%</i>		<i>1,5%</i>	<i>2,2%</i>	
Depreciación y Amortización	(696)	(798)	(12,8%)	(2.073)	(2.303)	(10,0%)
<b>Resultado Operacional</b>	<b>56</b>	<b>437</b>	<b>n.a.</b>	<b>728</b>	<b>1.745</b>	<b>(58,3%)</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	6	3	64,1%	18	4	413,5%
Ingresos Financieros	-	-	n.a.	-	62	(100,0%)
Costos Financieros	(612)	(692)	(11,6%)	(1.776)	(1.913)	(7,1%)
Diferencias de Cambio	79	(5)	n.a.	(17)	98	n.a.
Resultados por Unidades de Reajuste	14	(315)	n.a.	(422)	(978)	(56,9%)
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(514)</b>	<b>(1.009)</b>	<b>(49,1%)</b>	<b>(2.197)</b>	<b>(2.728)</b>	<b>(19,4%)</b>
<b>Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto</b>	<b>(457)</b>	<b>(572)</b>	<b>(20,1%)</b>	<b>(1.469)</b>	<b>(983)</b>	<b>49,5%</b>
Ingreso por Impuesto a las Ganancias	276	303	(9,0%)	696	843	(17,4%)
<b>Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas</b>	<b>(182)</b>	<b>(269)</b>	<b>(32,5%)</b>	<b>(773)</b>	<b>(140)</b>	<b>452,7%</b>
<b>Ganancia (Pérdida) del Período</b>	<b>(182)</b>	<b>(269)</b>	<b>(32,5%)</b>	<b>(773)</b>	<b>(140)</b>	<b>452,7%</b>

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



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

A nivel consolidado, el **resultado no operacional** de SMU para los primeros nueve meses de 2017 totalizó una pérdida de CLP -56.347 millones, por debajo de los CLP -52.202 millones del mismo período de 2016 en CLP 4.145 millones. Esta variación se explica principalmente por una disminución de CLP -19.659 millones en la ganancia por **diferencia de cambio** durante los primeros nueve meses de 2017 con respecto al mismo período de 2016, debido a la reducción significativa en deuda denominada en dólares estadounidenses durante los primeros nueve meses de 2017, y también a la menor apreciación en el tipo de cambio durante los 9M17 con respecto a los 9M16. Durante los primeros nueve meses de 2017, SMU ha amortizado deuda denominada en dólares estadounidenses por aproximadamente CLP 107.844 millones y adicionalmente contrató un *cross-currency swap* para cubrir el 100% de su bono internacional. Producto de lo anterior, al 30 de septiembre de 2017, SMU tenía deuda financiera denominada en dólares estadounidenses de solamente CLP 6 millones (correspondiente principalmente a cartas de crédito), comparado con CLP 292.488 millones al 30 de septiembre de 2016.

La menor ganancia por diferencia de cambio fue parcialmente compensado por los siguientes efectos positivos en los primeros nueve meses de 2017, comparado con el mismo período de 2016:

- a. **Resultados por unidades de reajuste** mejoraron en CLP 8.106 millones, producto de la menor inflación y menor deuda denominada en UF en 9M17 vs 9M16;
- b. **Otras ganancias (pérdidas)** mejoraron en CLP 5.400 millones, principalmente porque en el segundo trimestre de 2016, se provisionó la cuenta por cobrar a Network Retail SpA surgida de la venta de la sociedad Supermercados Bigger SpA. Además, en los 9M17, la Compañía tuvo una mayor ganancia por recuperación de seguros y una menor pérdida por bajas de propiedad, planta y equipos, entre otras variaciones; y
- c. **Costos financieros** mejoraron en CLP 2.620 millones, principalmente por la menor deuda financiera producto de los pagos realizados con fondos del aumento de capital concretado en enero de 2017 y por ahorros en gastos financieros producto del refinanciamiento de deuda a través de la colocación de bonos locales en abril de este año en mejores condiciones, todo esto parcialmente contrarrestado por el costo de la cobertura del bono internacional, contratada en marzo de 2017.

Con respecto al tercer trimestre de 2017, el resultado no operacional mejoró en CLP 6.605 millones, alcanzando CLP -16.394 millones, comparado con los CLP -22.999 millones del tercer trimestre de 2016. La diferencia se explica principalmente por mejoras en resultados por unidades de reajuste (CLP 4.283 millones), otras ganancias (pérdidas) (CLP 2.448 millones) y costos financieros (CLP 1.070 millones).

<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



El **ingreso por impuestos a las ganancias** de los primeros nueve meses de 2017 alcanzó CLP 1.898 millones, una disminución de 73,8% con respecto a los CLP 7.248 millones del mismo período de 2016. La disminución se explica principalmente por menores cambios en las diferencias permanentes de impuestos diferidos (-CLP 2.967 millones), debido a la menor corrección monetaria de las pérdidas fiscales, producto de la menor inflación en 2017 comparado con 2016. La mayor utilidad antes de impuesto para los 9M17 con respecto a 9M16 (+107,8%) también explica una parte de la variación en la disminución en el ingreso por impuestos a las ganancias, debido a que la mayor utilidad significa un aumento de CLP 1.032 millones en el gasto por impuestos del período. Con respecto al tercer trimestre, se generó una pérdida por impuestos a las ganancias de CLP -3.121 millones, comparado con un ingreso de CLP 1.847 millones en el 3T16. Esta diferencia también se explica por la mejor utilidad antes de impuestos en 3T17, alcanzando CLP 6.819 millones en el trimestre, comparado con una pérdida de CLP -1.372 en 3T16, y por una variación negativa en las diferencias permanentes en 3T17, versus una variación positiva en 3T16.

#### 1.4. EBITDA y Resultado Neto

El **EBITDA** de SMU de los primeros nueve meses de 2017 aumentó en 5,4%, alcanzando CLP 102.217 millones (5,5% de los ingresos), comparado con los CLP 97.008 millones (5,4% de los ingresos) registrados en el mismo período de 2016. El EBITDA del tercer trimestre de 2017 alcanzó CLP 35.725 millones (5,7% de los ingresos), un aumento de 1,6% con respecto a los CLP 35.145 millones (5,7% de los ingresos) obtenidos en el tercer trimestre de 2016.

El **EBITDAR** (EBITDA menos gasto por arriendo) de los 9M17 alcanzó CLP 148.536 millones (8,1% de los ingresos), un aumento de 5,2% con respecto a los CLP 141.222 millones (7,8% de los ingresos) obtenidos en 9M16. Asimismo, el EBITDAR del 3T17 alcanzó CLP 51.521 millones (8,2% de los ingresos), un aumento de 2,9% con respecto a los CLP 50.061 millones (8,1% de los ingresos) obtenidos en 3T16.

SMU registró en los primeros nueve meses de 2017 una **utilidad neta de** CLP 9.297 millones, una disminución de 14,0% con respecto al mismo período de 2016, a pesar de los mejores resultados operacionales. La variación se explica principalmente por una menor ganancia por diferencias de cambio, parcialmente contrarrestada por variaciones positivas en algunas partidas no operacionales, efectos que se describen más arriba. La utilidad neta del tercer trimestre de 2017 alcanzó CLP 3.698 millones, una mejora de 677,2% con respecto al tercer trimestre de 2016, reflejando mejoras tanto en el resultado operacional (+7,3% vs 3T16) como en el resultado no operacional (pérdida disminuye 28,7%).



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

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

(Millones CLP)	Septiembre 2017	Diciembre 2016	Δ s	Δ %
<b>ACTIVOS</b>				
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	45.619	48.497	(2.878)	(5,9%)
Otros Activos Financieros Corrientes	80	79	1	1,2%
Otros Activos No Financieros Corrientes	23.505	12.121	11.384	93,9%
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	71.981	82.560	(10.580)	(12,8%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	13.337	7.205	6.132	85,1%
Inventarios	215.525	214.026	1.499	0,7%
Activos por Impuestos Corrientes	6.467	6.905	(438)	(6,3%)
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>376.514</b>	<b>371.393</b>	<b>5.121</b>	<b>1,4%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>				
Otros Activos Financieros No Corrientes	191	191	0	0,0%
Otros Activos No Financieros No Corrientes	20.997	21.576	(578)	(2,7%)
Cuentas por Cobrar No Corrientes	1.800	1.835	(35)	(1,9%)
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	78.731	77.198	1.532	2,0%
Plusvalía	474.408	474.522	(114)	(0,0%)
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	422.991	441.848	(18.857)	(4,3%)
Activos por Impuestos Diferidos	422.489	418.167	4.322	1,0%
<b>Total Activos No Corrientes</b>	<b>1.421.609</b>	<b>1.435.339</b>	<b>(13.730)</b>	<b>(1,0%)</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>1.798.122</b>	<b>1.806.731</b>	<b>(8.609)</b>	<b>(0,5%)</b>
<b>PASIVOS</b>				
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	78.093	126.174	(48.080)	(38,1%)
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	436.628	456.081	(19.453)	(4,3%)
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	2.491	17.439	(14.948)	(85,7%)
Otras Provisiones de Corto Plazo	1.227	1.360	(134)	(9,8%)
Pasivos por Impuestos Corrientes	-	12	(12)	(100,0%)
Beneficios a los Empleados	17.412	23.960	(6.549)	(27,3%)
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	3.538	5.181	(1.643)	(31,7%)
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>539.388</b>	<b>630.207</b>	<b>(90.819)</b>	<b>(14,4%)</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	762.480	735.875	26.605	3,6%
Cuentas por Pagar No Corrientes	192	148	43	29,2%
Cuentas por pagar a Entidades Relacionadas No Corrientes	-	79.054	(79.054)	(100,0%)
Pasivos por Impuestos Diferidos	62	69	(7)	(10,3%)
Beneficios a los Empleados	1.928	108	1.820	1.682,4%
Otros Pasivos No Financieros No Corrientes	11.660	11.262	399	3,5%
<b>Total Pasivos No Corrientes</b>	<b>776.321</b>	<b>826.516</b>	<b>(50.194)</b>	<b>(6,1%)</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>1.315.709</b>	<b>1.456.723</b>	<b>(141.014)</b>	<b>(9,7%)</b>
<b>PATRIMONIO</b>				
Capital Emitido	1.100.290	970.340	129.950	13,4%
Pérdidas Acumuladas	(758.408)	(767.705)	9.297	(1,2%)
Otras Reservas	140.531	147.373	(6.842)	(4,6%)
<b>Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora</b>	<b>482.413</b>	<b>350.008</b>	<b>132.405</b>	<b>37,8%</b>
Participaciones No Controladoras	(0)	(0)	0	0,0%
<b>Total Patrimonio</b>	<b>482.413</b>	<b>350.008</b>	<b>132.405</b>	<b>37,8%</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>1.798.122</b>	<b>1.806.731</b>	<b>(8.609)</b>	<b>(0,5%)</b>



## 2.1. Activos

Al 30 de septiembre de 2017, los **activos totales** de SMU se mantienen relativamente estables con respecto al 31 de diciembre de 2016, totalizando CLP 1.798.122 millones (-0,5%).

Los **activos corrientes** al 30 de septiembre de 2017 aumentaron CLP 5.121 millones (1,4%) respecto de diciembre de 2016, totalizando CLP 376.514 millones, principalmente a raíz de:

- a. Aumento de otros activos no financieros corrientes (↑CLP 11.384 millones), principalmente por mayores anticipos a proveedores extranjeros, y por el nuevo contrato de seguros pagados por anticipado.
- b. Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes (↑CLP 6.132 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.

Estos aumentos fueron parcialmente compensadas por:

- a. Disminución de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes (↓CLP 10.580 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 2.878 millones), variación que se describe en la sección 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo.

Los **activos no corrientes** al 30 de septiembre de 2017 llegan a CLP 1.421.609 millones, reduciéndose en CLP 13.730 millones (-1,0%) respecto del cierre de 2016, debido principalmente a la disminución en propiedades, plantas y equipos (↓CLP 18.857 millones) a raíz de la depreciación (↓CLP 31.348 millones) y bajas y ventas del período (↓CLP 6.322 millones), compensado en parte por adiciones del período (↑CLP 19.003 millones).

La disminución en propiedades, plantas y equipos fue parcialmente contrarrestada por el aumento de los activos por impuestos diferidos (↑CLP 4.322 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 septiembre de 2017, los **pasivos totales** de la Compañía alcanzan CLP 1.315.709 millones, una disminución de 9,7% respecto de los niveles registrados al 31 de diciembre de 2016.

Los **pasivos corrientes** disminuyen en CLP 90.819 millones (-14,4%), debido principalmente a:

- a. Disminución en otros pasivos financieros corrientes (↓CLP 48.080 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 contratos de arriendo que califican como arrendamiento financieros, debido a traspasos desde no corriente a corriente y a nuevos contratos.
- b. Disminución en cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes (↓CLP 19.453 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.
- c. Disminución en cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes (↓CLP 14.948 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 6.549 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.

Los **pasivos no corrientes** disminuyen en CLP 50.194 millones (-6,1%), y se explica principalmente por la 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 de enero 2017.

Lo anterior, parcialmente compensado por un incremento en otros pasivos financieros no corrientes (↑CLP 26.605 millones), debido principalmente a la colocación de bonos locales en abril y septiembre 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 traspaso a préstamos bancarios corrientes de la porción del crédito sindicado que vence en junio de 2018 y por el pago del 100% de la deuda con Larraín Vial y Compass.

### 2.3. Patrimonio

El **patrimonio** presenta un alza de CLP 132.405 millones (+37,8%), 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 9.297 millones), correspondiente a la utilidad neta de los primeros nueve meses de 2017
- c. Lo anterior, parcialmente compensado por una disminución en otras reservas (↓CLP 6.842 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 nueve meses terminados al 30 de septiembre de 2017 y 2016*

(Millones CLP)	Septiembre 2017	Septiembre 2016	△ \$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	63.079	75.158	(12.079)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	(21.056)	(18.481)	(2.575)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(44.901)	(66.879)	21.979
<b>Incremento (Disminución) Neto en el Efectivo y Equivalentes al efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio</b>	<b>(2.878)</b>	<b>(10.203)</b>	<b>7.324</b>
<b>Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo</b>	<b>(2.878)</b>	<b>(10.203)</b>	<b>7.324</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>45.619</b>	<b>40.721</b>	<b>4.898</b>

Durante los primeros nueve meses de 2017, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 63.079 millones versus CLP 75.158 millones durante los 9M16. Esta disminución se debe a mayores pagos a proveedores, 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 -21.056 millones en los primeros nueve meses de 2017, comparado con CLP -18.481 millones en los 9M16. 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 19.255 millones para 9M17, un aumento con respecto a los CLP 18.029 millones registrados en 9M16.

El flujo utilizado de **actividades de financiación** alcanzó CLP -44.901 millones en los primeros nueve meses de 2017, principalmente explicado por: (i) el aumento de capital por CLP 129.950 millones, (ii) préstamos por un total de CLP 130.470 millones, (iii) pagos de préstamos con partes relacionadas y no relacionadas por CLP 245.170 millones, y (iv) pagos de intereses por CLP 50.661 millones. En los primeros nueve meses de 2016, las actividades de financiación generaron una salida neta de CLP -66.879 millones, principalmente explicado por: (i) préstamos de partes relacionadas y no relacionadas por CLP 112.671 millones, (ii) pagos de préstamos con partes relacionadas y no relacionadas por CLP 119.826 millones, y (iii) pagos de intereses por CLP 50.794 millones.



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

**Cuadro 12: Evolución Indicadores Financieros**

		2012	2013	2014	2015	2016	3T17
<b>LIQUIDEZ</b>							
Índice de Liquidez	veces	0,68	0,81	0,62	0,59	0,59	0,70
Razón Ácida	veces	0,41	0,58	0,42	0,27	0,25	0,30
<b>ENDEUDAMIENTO</b>							
Pasivo Exigible / Activos Totales	veces	0,68	0,77	0,80	0,81	0,81	0,73
Pasivo Exigible / Patrimonio	veces	2,12	3,39	3,97	4,32	4,16	2,73
Pasivos Financieros Neto / Patrimonio	veces	1,11	1,93	2,24	2,46	2,32	1,65
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	43,38	42,13	45,86	40,35	43,26	41,00
<b>ACTIVIDAD</b>							
Rotación de Inventarios	días	43,94	39,51	33,23	38,69	40,04	43,11
Rotación de CxC	días	13,60	10,93	7,85	11,63	10,07	9,50
Rotación de CxP	días	86,08	96,43	81,98	78,43	75,32	75,28
<b>EFICIENCIA (12 meses)</b>							
Cobertura de Gastos Financieros (Anualizado)	veces	1,68	(0,24)	1,08	1,63	1,91	2,04
Margen Bruto (Anualizado)	%	23,65	24,41	25,63	25,55	26,49	26,98
EBITDA (Anualizado)	CLP MM	102.169	(18.233)	70.920	113.947	137.318	142.527
Margen EBITDA (Anualizado)	%	4,86	(0,95)	3,59	4,89	5,57	5,70

<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 30 de septiembre 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.

4. Mediante hecho esencial de fecha 23 de mayo de 2017, se informa que en las oficinas de la Sociedad se celebraron las juntas de tenedores de bonos de la Serie G y K, emitidos 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 las juntas de tenedores de bonos serie G y serie K, se acordaron, entre otras materias, las siguientes modificaciones al contrato de emisión de la Línea: (i) incluir un covenant consistente en mantener en sus estados financieros trimestrales un nivel de Endeudamiento Financiero Neto menor o igual a 1,3 veces, estableciéndose su medición a contar de diciembre de 2019; y (ii) modificar el covenant de Cobertura de Gasto Financiero Neto, el que deberá ser mayor o igual a: /a/ 1,5 veces a partir del 31 de diciembre de 2016 y hasta el 30 de septiembre de 2017; /b/ 2 veces a partir del 31 de diciembre del año 2017 y hasta el 30 de septiembre de 2018; /c/ 2 veces a partir del 31 de diciembre de 2018 y hasta el 30 de septiembre de 2019; y /d/ 2,5 veces a partir del 31 de diciembre de 2019 y por el resto de la duración del contrato de emisión de la Línea. Con esto, los covenants de la Línea quedarán en los mismos términos que los covenants en esta materia contenidos en las líneas de bonos de SMU inscritas en el Registro de Valores que lleva esta Superintendencia bajo los números 650 y 668.

5. Mediante hecho esencial de fecha 30 de mayo de 2017, se informa que con esta fecha el Sr. Horacio Salamanca Uboldi presentó su renuncia al cargo de Director de SMU S.A., en su reemplazo fue nombrado el Señor José Francisco Sanchez Figueroa.
6. Mediante hecho esencial de fecha 28 de septiembre de 2017, se informa la colocación en el mercado local del bono desmaterializado y al portador de la Serie P (código nemotécnico BCSMU-P), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros bajo el número 667. La serie se colocó a una tasa de interés de 3,0%, equivalente a la tasa anual de carátula y vencimiento al 25 de septiembre de 2019.

La colocación del Bono serie P se realizó por la suma total de U.F. 1.000.000.

## 7. Hechos Posteriores

1. Con fecha 9 de noviembre de 2017, mediante hecho esencial, se comunica:

(1) Alvi Supermercados Mayoristas S.A. e Inversiones SMU SpA, ambas sociedades filiales de la Sociedad y dueñas del 100% del capital accionario de Construmart S.A., con fecha de hoy han celebrado un acuerdo vinculante (en adelante el “Acuerdo”) con Larraín Vial Servicios Profesionales Ltda. (en adelante “Larraín Vial”), para la venta del 100% del capital accionario de su propiedad (en adelante “las Acciones”) en Construmart S.A. (en adelante la “Transacción”). Se hace presente que, con anterioridad a la fecha de cierre de la Transacción, se constituirá un vehículo de inversión, el que podrá incluir a uno o más inversionistas distintos a Larraín Vial (en adelante el “Comprador”), a través del cual serán adquiridas las Acciones mediante la suscripción de un contrato de compraventa de acciones.

(2) La Transacción se encuentra sujeta a una serie de condiciones para su cierre, incluyendo, entre otras, la negociación de los términos y condiciones de los contratos respectivos y la realización por parte de Larraín Vial de un due diligence de Construmart S.A. y sus filiales y aprobaciones regulatorias que puedan ser aplicables.



(3) De concretarse la Transacción, el precio acordado por los activos de Construmart S.A. ascenderá a la suma total de M\$54.000.000.- (cincuenta y cuatro mil millones de pesos), monto que podrá verse incrementado en hasta M\$9.840.073.- (nueve mil ochocientos cuarenta millones setenta y tres mil pesos), una vez que Construmart perciba el pago de una cuenta por cobrar con un tercero por idéntico monto. De dicho precio se descontará deuda financiera neta, pudiendo además ser objeto de algunos otros ajustes habituales para este tipo de transacciones, tras los cuales se obtendrá el precio definitivo a ser pagado por el Comprador.

(4) La Sociedad a su vez informa que, de materializarse la Transacción, ello le permitirá, por un lado, concentrarse exclusivamente en el negocio de supermercados que desarrolla a través de sus filiales, y por otro, utilizar los fondos provenientes de la Transacción para el desarrollo de su plan de negocios y reducir su nivel de endeudamiento.

2. Con fecha 13 de noviembre de 2017, mediante hecho esencial, se comunica que con esta fecha, el Directorio de la Sociedad aprobó, de conformidad a lo acordado en la Junta Extraordinaria de Accionistas de fecha 30 de diciembre de 2015 y complementada mediante Junta Extraordinaria de Accionistas de fecha 2 de diciembre de 2016, proceder a ofrecer para colocación en el mercado una cantidad de hasta 575.000.000 acciones, emitidas con cargo al aumento de capital aprobado en las juntas antes mencionadas. Cabe señalar que el aumento de capital antes referido consideró la emisión de 2.486.486.486 acciones, de las cuales 1.150.000.000 acciones fueron colocadas con ocasión de la apertura en bolsa de la Sociedad, todo lo anterior según se informó oportunamente a esta Superintendencia mediante hecho esencial de fecha 24 de enero de 2017.

Las acciones se ofrecerán para colocación a través de la Bolsa de Comercio de Santiago, Bolsa de Valores, por medio del mecanismo denominado subasta de un Libro de Órdenes, actuando como agentes colocadores BTG Pactual Chile S.A. Corredores de Bolsa y Larraín Vial S.A. Corredora de Bolsa.

3. Mediante hecho esencial de fecha 16 de noviembre 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 575.000.000 acciones de pago de la Sociedad, a un precio de \$165 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\$94.875.000.

Los fondos recaudados con este aumento de capital le permitirán a SMU continuar con el fortalecimiento de su posición financiera y la optimización de su estructura de capital, avanzando en su proceso de despalancamiento.

4. Con fecha 23 de noviembre, Humphreys Clasificadora de Riesgo, mejoró la clasificación de riesgo de la Compañía, desde BB (con perspectivas estables) a BBB- (con perspectivas estables), lo que corresponde al grado de inversión.

Además, Feller Rate mejoró la clasificación de riesgo desde BB- (perspectivas positivas) a BB+ (perspectivas positivas) e ICR mejoró las perspectivas desde estables a positivas, manteniendo la clasificación en BB+. En el ámbito internacional, S&P mejoró la clasificación desde B- (perspectivas positivas) a B (perspectivas estables).