



# Resultados 4T19 SMU S.A.



## DISCLAIMER

---

Esta presentación 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 esta presentación, pueden ocurrir o no y en ningún caso son garantías de desempeño de SMU 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 SMU no asume ninguna obligación para actualizar o modificar cualquiera de las proyecciones estimadas contenidas en esta presentación, ya sea por existir nueva información o tratarse de hechos posteriores u otros factores nuevos.



# Presentación y Comparación de Información NIIF 16

---

Con fecha 1 de enero de 2019, entró en vigencia la NIIF 16 “Arrendamientos”, la que establece la definición de un contrato de arrendamiento y especifica el tratamiento contable de los activos y pasivos originados por estos contratos. La nueva norma no modifica el tratamiento contable definido en NIC 17 “Arrendamientos” desde el punto de vista del arrendador. Sin embargo, sí lo hace desde el punto de vista del arrendatario, dado que requiere el reconocimiento de activos y pasivos para la mayoría de los contratos de arrendamientos.

En la Nota 3.1 Nuevos Pronunciamientos Contables de los estados financieros consolidados de SMU al 31 de diciembre de 2019, se presenta una descripción completa de la aplicación de la NIIF 16 y los criterios asociados.

Como resultado de la aplicación de la NIIF 16 en el período 2019, las cuentas indicadas anteriormente no son comparables entre 2019 y 2018. Sin embargo, en el análisis razonado del 4T19, se presenta para fines solamente ilustrativos un 2019 *pro forma*, para que se pueda evaluar el desempeño de los resultados y estado de situación financiera de SMU aislando los efectos del cambio de normativa. El presente documento también contiene ciertas cifras *pro forma*.



## Presentación y Comparación de Información Indemnización Seguros en 4T19

Impacto negativo en operaciones de SMU producto de hechos del 4T19:

- Pérdida de mercadería y daño físico a tiendas, producto de saqueos y actos vandálicos
- Pérdida de ingresos, producto de cierres y reducción en horarios de atención

SMU recibió la estimación preliminar del liquidador de seguros y reconoció la estimación en estados financieros del 4T19:

- Indemnización por lucro cesante: se reconoce como “ingresos de actividades ordinarias” pero se calcula como EBITDA más costos fijos de las tiendas afectadas.
- Indemnización por daño físico y pérdida de mercadería: se reconoce como “otras ganancias (pérdidas)” a su valor actual

### Seguros y Gastos Asociados 4T19

	4T19 CLP MM
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	8.493
OTRAS GANANCIAS (PÉRDIDAS):	(5.564)
<i>RECUPERACIÓN SEGUROS</i>	24.285
<i>PÉRDIDA POR ACTOS VANDÁLICOS</i>	29.849

## Estatus de Operaciones

SMU ha continuado con la implementación de su plan de reabrir tiendas. Estatus actual::

- 95% de tiendas operativas
- 26 tiendas cerradas por incendios u otros daños
- Actualmente trabajando en plan de reabrir 12 tiendas durante 2020-1T2021
- Tiendas restantes en evaluación

### Tiendas SMU en Chile al 16 de marzo de 2020

	ABIERTAS	CERRADAS	TOTAL
	283	9	292
	61	5	66
	28	5	33
	120	7	127
<b>TOTAL</b>	<b>492</b>	<b>26</b>	<b>518</b>

# Resultados 4T19 Ingresos

## Ingresos año/año:

+0,1% 2019

-1,6% 4T19

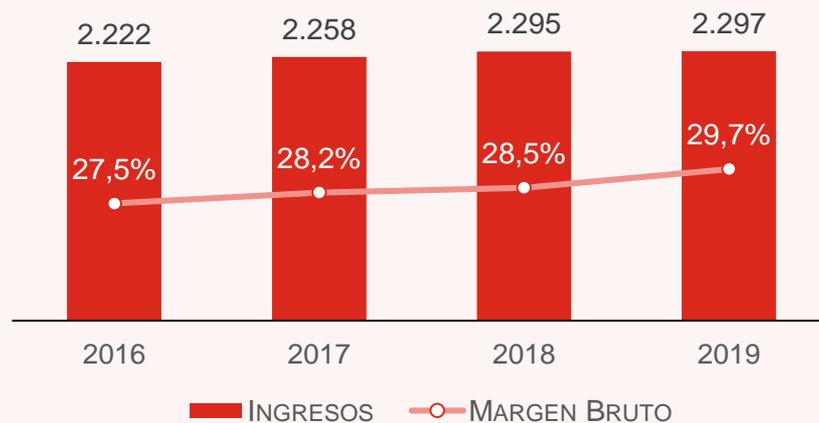
## Margen bruto año/año:

+120 pb 2019

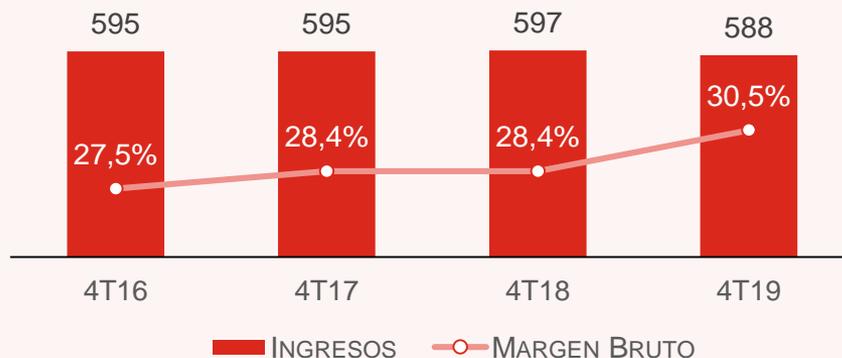
+210 pb 4T19

**Ingresos y margen  
bruto afectados por  
reconocimiento de  
indemnización por lucro  
cesante (CLP 8.493 MM)**

## Ingresos Anuales (CLP MMM) <sup>(1)</sup>



## Ingresos – Cuarto Trimestre (CLP MMM) <sup>(1)</sup>



(1) Ingresos de 2016 y 4T16 excluyen ingresos de Construmart, la filial que se vendió en abril 2018 y que se presenta como disponible para la venta en 2017, 2018 y 2019.

# Resultados 4T19 Ingresos por Formato

## Highlights 2019:

- Perú +12,6% (CLP) / +4,2% (PEN)
- Mayoristas +1,5%
- OK Market +2,2%

## 2019 vs 2018 Ingresos por Formato (CLP MMM)



# Resultados 4T19 SSS y Ventas/M<sup>2</sup>

## Same-Store Sales:

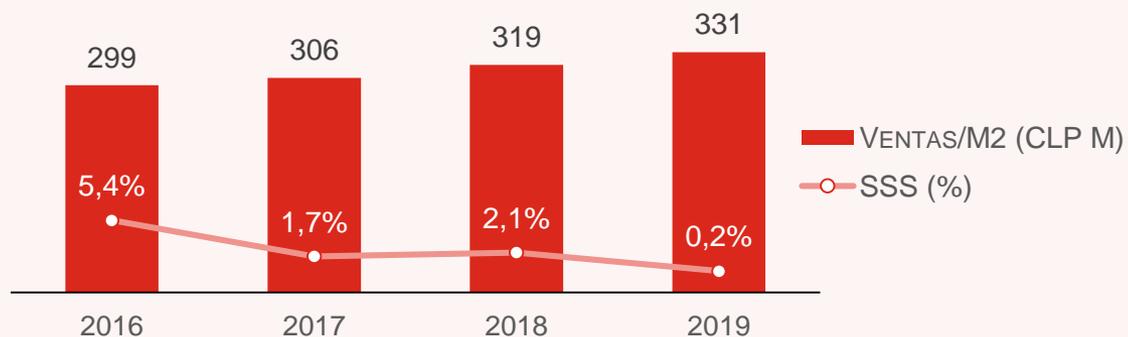
Tendencias por formato en línea con comportamiento de ingresos

## Ventas/M<sup>2</sup>:

M<sup>2</sup> afectados en parte por optimizaciones de espacios de venta y reconversiones de locales

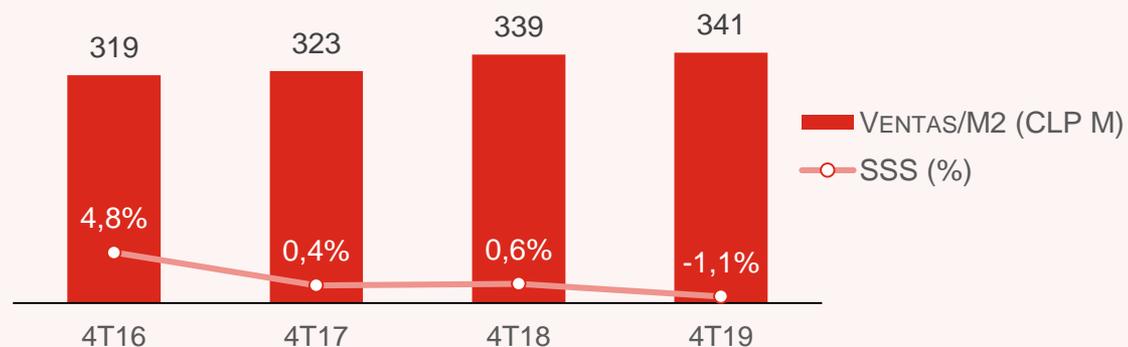
**SSS y ventas/M<sup>2</sup> no incluyen indemnización por lucro cesante**

## Same-Store Sales y Ventas/M<sup>2</sup>– Anual<sup>(1)(2)</sup>



**SSS 2019:** Unimarc -0,5%; Mayoristas +2,0%; OK Market +1,7%; Perú +3,0%

## Same-Store Sales y Ventas/M<sup>2</sup>– Cuarto Trimestre



**SSS 4T19:** Unimarc -1,2%; Mayoristas -0,2%; OK Market -8,6%; Perú -8,8%

(1) Ventas de locales equivalentes (Same-store sales o "SSS") refleja el porcentaje de cambio en los ingresos de las ventas que estaban operando durante los mismos meses durante ambos períodos financieros en comparación. Para ser incluida en el cálculo, una tienda debe llevar por lo menos 13 meses consecutivos desde la fecha de apertura o reapertura.  
 (2) Venta por M2 se calcula como ingresos del período divididos por metros cuadrados de área de venta al final de cada mes durante el período.

# Resultados 4T19 Gastos Operacionales<sup>(1)</sup>

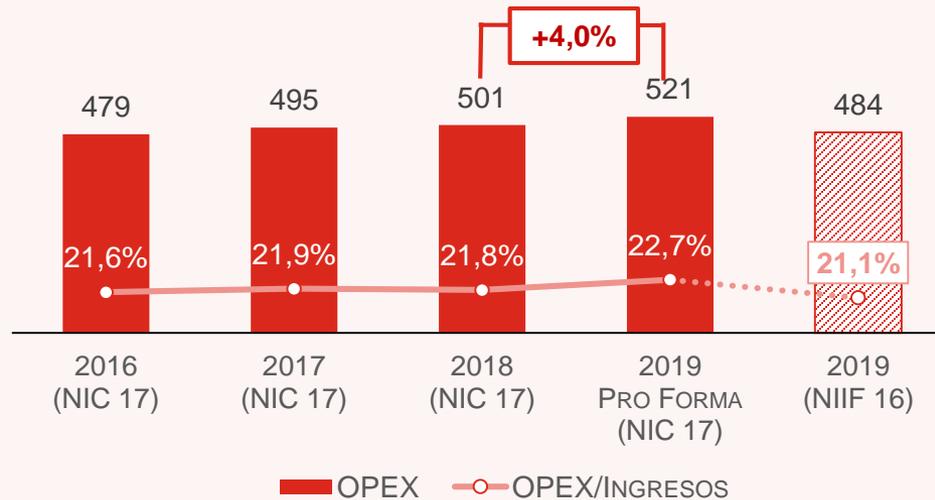
## Gastos Operacionales (Ex NIIF 16):

Mayor impacto es aumento en gastos del personal (+8,2% 2019 / +13,7% 4T19)

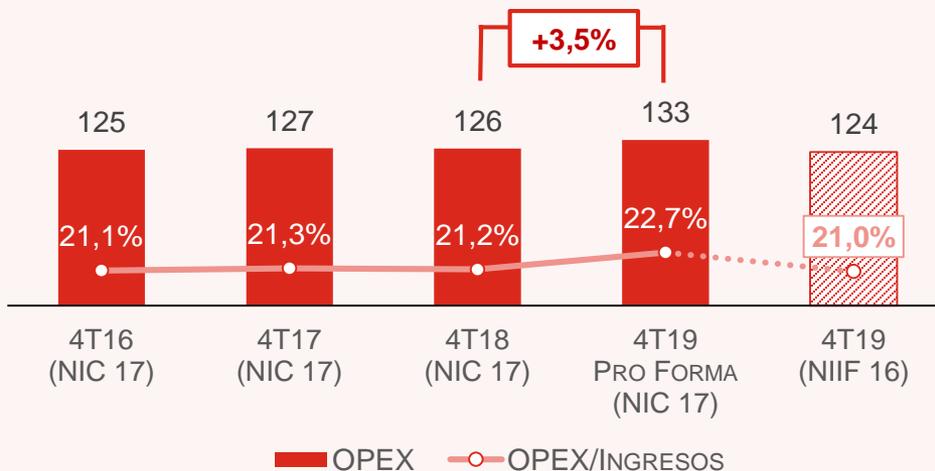
## Impacto NIIF 16:

Gastos de arriendo (2019) son menores en CLP 37,6 MMM vs NIC 17

### Gastos Operacionales Anuales (CLP MMM) <sup>(2)</sup>



### Gastos Operacionales – Cuarto Trimestre (CLP MMM) <sup>(2)</sup>



(1) Gastos operacionales = gastos administrativos + gastos de distribución (excluyendo depreciación y amortización).

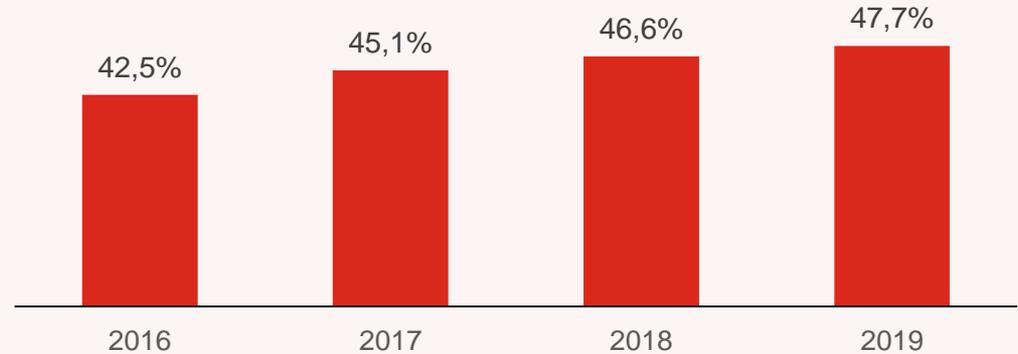
(2) Gastos operacionales de 2016 y 4T16 excluyen gastos operacionales de Construmart, la filial que se vendió en abril 2018 y que se presenta como disponible para la venta en 2017, 2018 y 2019.

# Resultados 4T19 Indicadores Operacionales

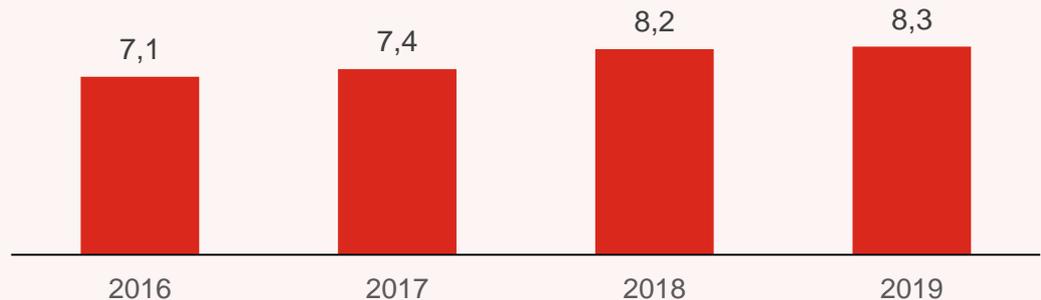
---

Mejorando la eficiencia y la productividad, tanto en la cadena logística como en los locales

**Centralización <sup>(1)</sup>**  
(Chile)



**Venta / Jornada Equivalente**  
(Chile - CLP MM / Mes)



(1) Porcentaje de ingresos de productos distribuidos por la Compañía (en cualquier etapa) sobre el total de ingresos del segmento Supermercados Chile

# Resultados 4T19 EBITDA<sup>(1)</sup>

## EBITDA (Ex NIIF 16):

Margen EBITDA

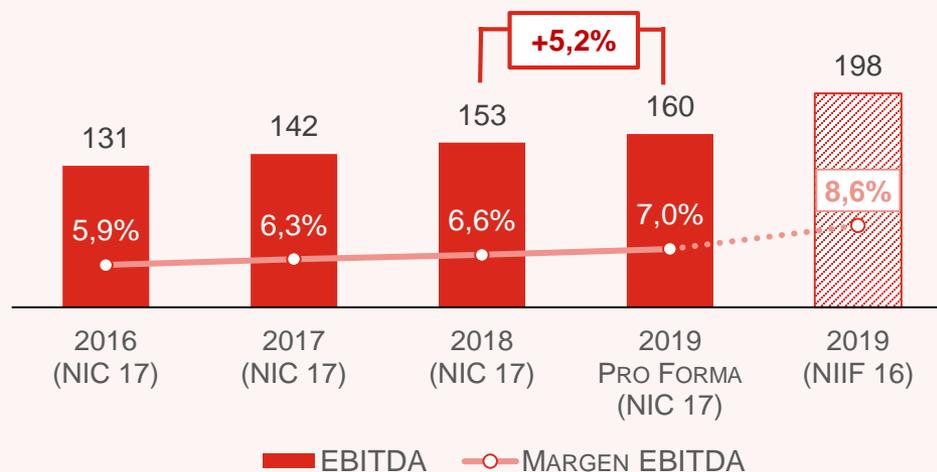
+40 pb en 2019 y +70 pb  
en 4T19

## Impacto NIIF 16:

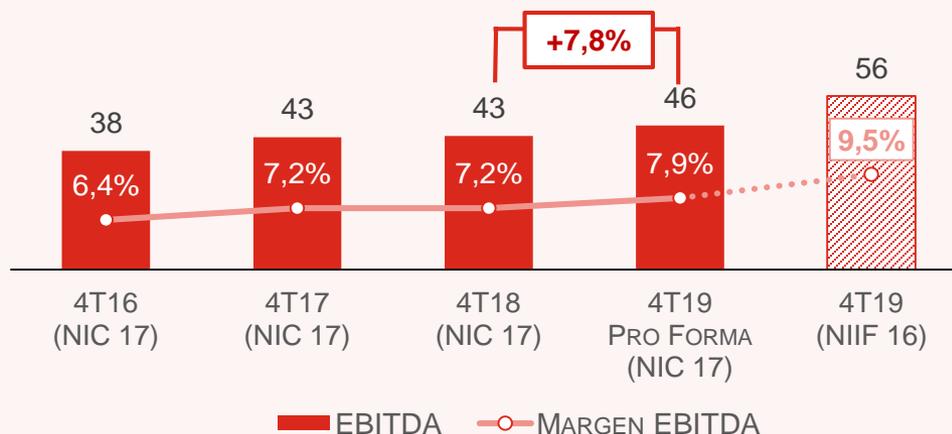
EBITDA aumenta CLP  
37,6 MMM vs NIC 17  
(2019) por menores  
gastos de arriendo

EBITDA incluye  
reconocimiento de  
indemnización por lucro  
cesante (CLP 8.493 MM)

## EBITDA Anual (CLP MMM) <sup>(2)</sup>



## EBITDA – Cuarto Trimestre (CLP MMM) <sup>(2)</sup>

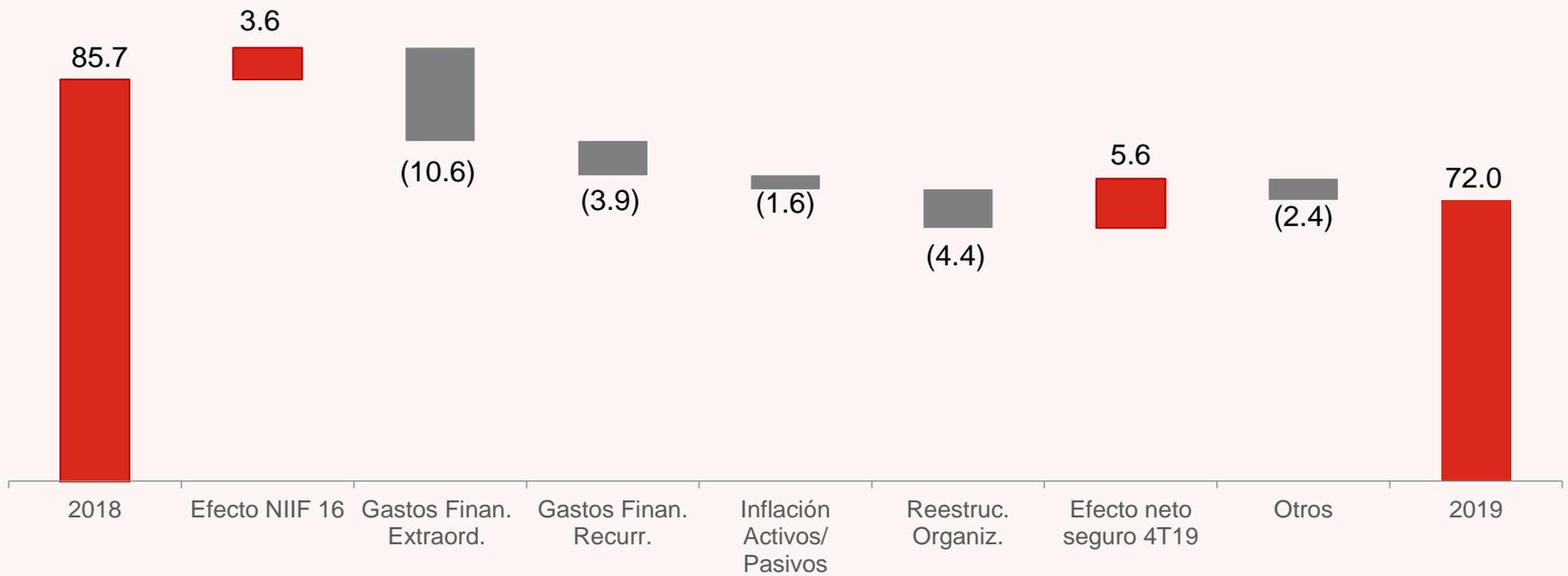


(1) EBITDA = Margen bruto – gastos administrativos – gastos de distribución + depreciación + amortización

(2) EBITDA de 2016 y 4T16 excluye EBITDA de Construmart, la filial que se vendió en abril 2018 y que se presenta como disponible para la venta en 2017, 2018 y 2019.

# Resultados 4T19 Resultado No Operacional

## 2019 vs 2018 Pérdida No Operacional (CLP MMM)



# Resultados 4T19 Utilidad Neta



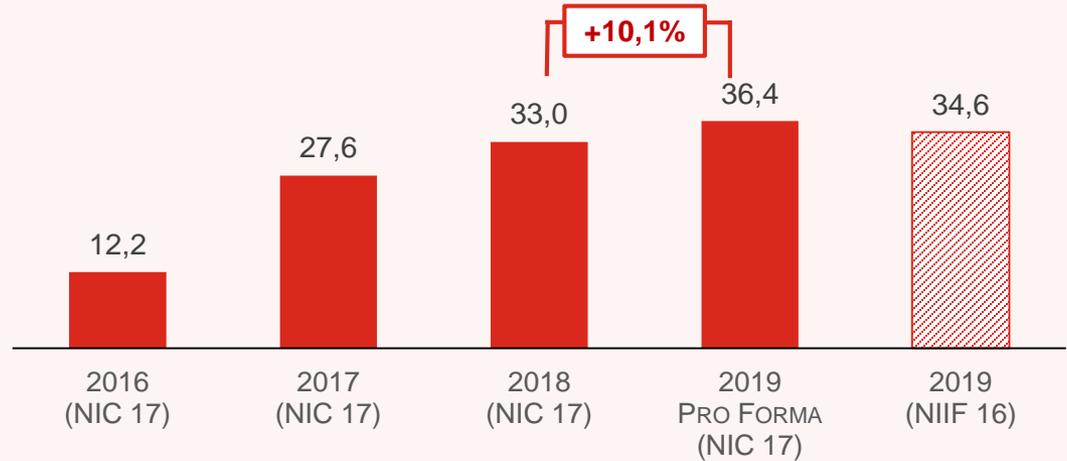
## Utilidad Neta (Ex NIIF 16):

Utilidad neta de 2018 afectada por ingresos por impuesto a la renta no recurrente por CLP 16,3 MMM, principalmente debido a venta de Construmart

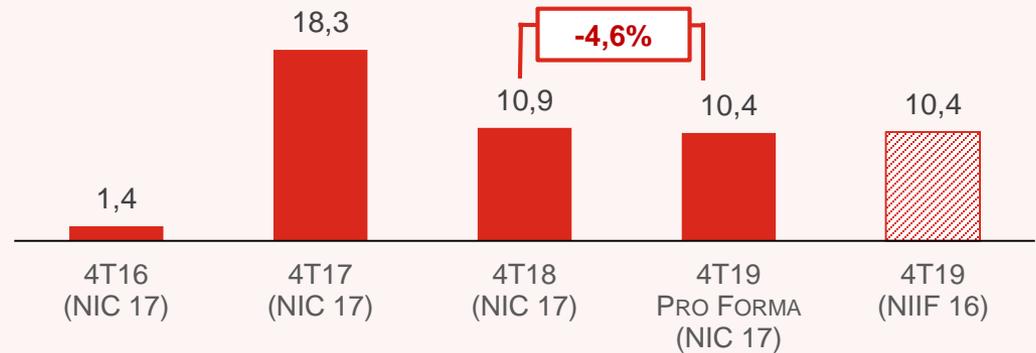
## Impacto NIIF 16:

Utilidad neta menor en CLP 1,8 MMM (año 2019) vs NIC 17

### Utilidad Neta Anual (CLP MMM)



### Utilidad Neta – Cuarto Trimestre (CLP MMM)



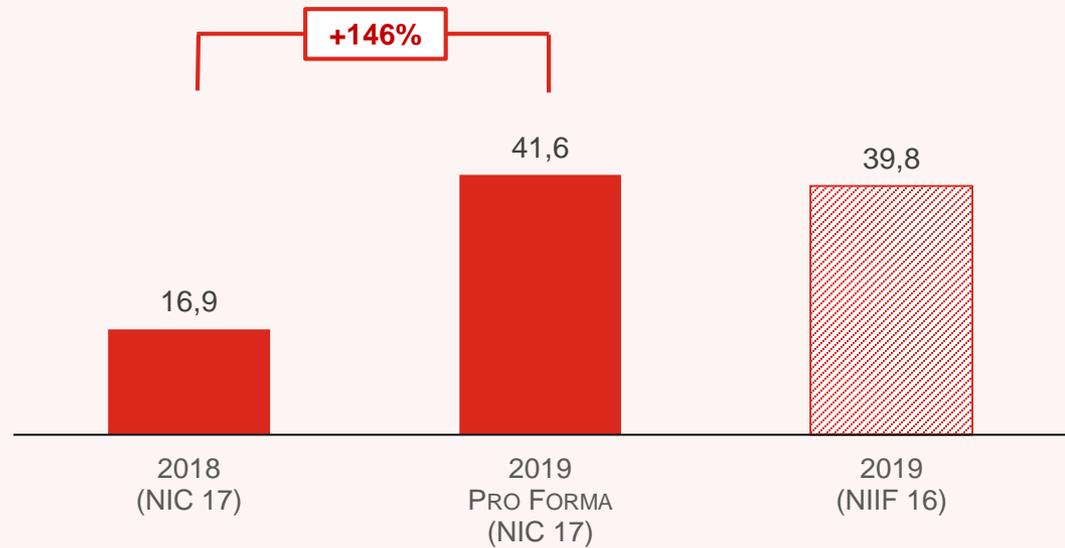
# Resultados 4T19 Resultado antes de Impuestos

## Resultado antes de Impuestos

(Ex IFRS 16):

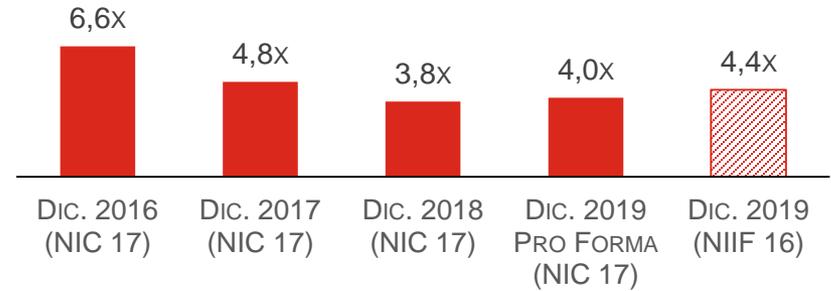
Mejoras operacionales  
y no operacionales

## Resultado antes de Impuestos Anual (CLP MMM)

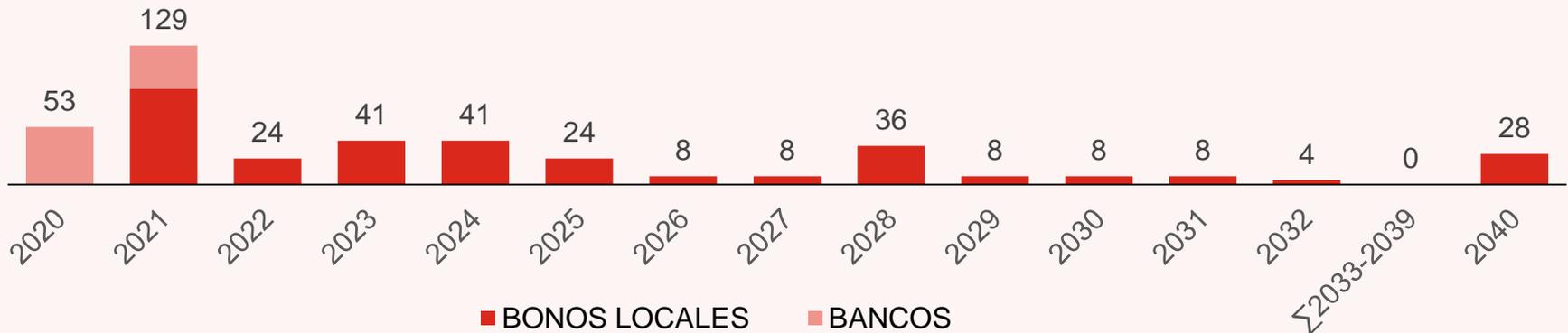


# Resultados 4T19 Deuda Financiera

## Deuda Neta / EBITDA



## Perfil de Amortización al 31 de diciembre de 2019<sup>(1)</sup> (Bonos y Deuda Bancaria - CLP MMM)



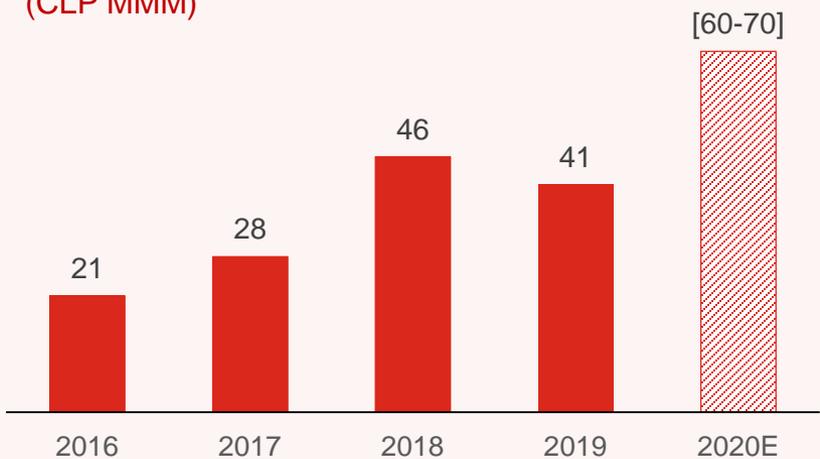
(1) Incluye reestructuración de deuda bancaria en enero 2020.

## Highlights Recientes & Perspectivas 2020

- Crecimiento orgánico: 5 aperturas OK Market
- Experiencia del cliente: Más de 1 millón de descargas de la app Club Ahorro



CAPEX  
(CLP MMM)



# Resultados 4T19 Hechos Posteriores

---

## Coronavirus (COVID-19): Efectos

- Clientes han demostrado una tendencia de abastecerse en compras de supermercado en general, con un claro aumento en demanda por determinadas categorías de productos

## Coronavirus (COVID-19): Acciones

- Monitoreo permanente de salud de colaboradores
- Mayor frecuencia de limpieza y sanitización
- Reducción de movimiento y contacto
- Aumento de inventario de productos de alta demanda
- Ajustes en horarios de atención para facilitar reposición de productos en góndola



GRACIAS

