

4^{to} Trimestre 2021

RESULTADOS

SMU S.A.

14 DE MARZO DE 2022



Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información

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

Producto de lo anterior, las cuentas del estado de resultados del año y cuarto trimestre de 2020 han sido re-expresadas para tener la misma presentación que las cifras del año y cuarto trimestre de 2021. De esta forma, en ambos períodos presentados, los resultados de este negocio se consolidan en una sola línea en el estado de resultados de SMU, como “Utilidad del período de operaciones discontinuadas”.

A diferencia del estado de resultados, el estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2020 no se presenta re-expresado, por lo que estas cifras no son comparables con las cifras presentadas al 31 de diciembre de 2021. En 2021, los activos del negocio de OK Market se consolidan en una sola línea, bajo el rubro “Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta”, y los pasivos de este negocio se consolidan en una sola línea bajo el rubro “Pasivos no corrientes o grupos de pasivos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta”.

El estado de flujo de efectivo del año 2020 no se re-expresa, por lo que las cifras no son comparables con las cifras del año 2021. El estado de flujo de efectivo del año 2020 incluye flujos de efectivo correspondientes al negocio de OK Market, mientras que en el año 2021, dichos flujos no se incluyen. Adicionalmente, en el año 2021 se incluye un ajuste para eliminar el saldo de efectivo y equivalentes del negocio de OK Market.



Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados

Las **utilidades** de SMU del año 2021 registraron un **crecimiento de 154%** con respecto al año 2020, alcanzando CLP 75.707 millones, y más que duplicando las mayores utilidades obtenidas por la Compañía en cualquier año anterior. Este gran crecimiento se explica por la **mejora significativa en los resultados operacionales**, los que crecieron en un 50,1% en el año. Asimismo, la **utilidad de operaciones continuadas**—es decir, excluyendo el negocio de OK Market—se incrementó en un 170,6% con respecto a 2020.

Las utilidades del cuarto trimestre de 2021 (4T21), en tanto, ascendieron a CLP 28.982 millones, casi alcanzando en un trimestre la cifra de utilidades de todo el año 2020, también explicado por la mejora en el resultado operacional (+10,9%) y en la utilidad de operaciones continuadas (+65,6%) con respecto al cuarto trimestre de 2020 (4T20).

De esta manera, la **rentabilidad sobre patrimonio** de SMU creció desde 4,1% al 31 de diciembre de 2020, a 10,1% al 31 de diciembre de 2021.

Con respecto al desempeño operacional (excluyendo OK Market), el **EBITDA¹** del año 2021 ascendió a CLP 225.780 millones, un **incremento de un 25,4%** con respecto a los CLP 180.011 millones del año 2020. El **margen EBITDA del año 2021 alcanzó 9,1%**, una expansión de 120 pb sobre el 7,9% registrado en 2020, reflejando el plan de optimización de gastos ejecutado por la Compañía, junto con una importante dilución de gastos obtenida en el período. Con respecto al cuarto trimestre, el EBITDA alcanzó CLP 61.406 millones (margen EBITDA 8,8%), mayor en un 6,6% a los CLP 57.622 millones (margen EBITDA 9,4%) del 4T20.

Los **ingresos** de SMU del año 2021 **aumentaron en un 9,2%** con respecto al año 2020, alcanzando CLP 2.472.378 millones. Asimismo, durante el 4T21, los ingresos totalizaron CLP 695.611 millones, un aumento de 13,6% con respecto al 4T20. Se destaca también el crecimiento en **ventas por local equivalente, o same-store sales, con un aumento de 9,0%** en el año 2021 y de 13,5% en el cuarto trimestre. El buen desempeño en ventas refleja, por una parte, una recuperación de la misión de compra de reposición durante el año, correspondiente al foco principal de la propuesta de valor de Unimarc, y además un retorno a los niveles de promocionalidad que eran habituales antes de la pandemia, correspondiente a otra fortaleza de Unimarc. Lo anterior, sumado a una nueva clusterización de tiendas para adaptar el surtido a los nuevos hábitos de los clientes. Adicionalmente, un factor transversal a los diferentes formatos ha sido la positiva tendencia en el número de transacciones observada desde el segundo trimestre, junto con el ticket promedio que se mantiene elevado con respecto a los niveles históricos, pese a la mayor frecuencia de compra.

Durante 2021, las iniciativas de eficiencia operacional permitieron a la Compañía **optimizar sus gastos operacionales²**, los cuales crecieron menos de un 2%, a pesar de los elevados niveles de inflación y aumento de salario mínimo en el período, lo que significa una disminución en términos reales. Adicionalmente, el crecimiento en ventas generó una dilución de gastos operacionales, los cuales representaron un 20,0% de los ingresos en 2021, una mejora de 150 puntos base (pb) con respecto al 21,5% de 2020. En el cuarto trimestre, hubo una mejora de 70 pb, desde 20,1% en el 4T20 a 19,4% en el 4T21.

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

² Gastos operacionales = gastos de distribución + gastos de administración y ventas – depreciación - amortización



Cabe destacar que, además de los avances comparativos entre 2021 y 2020, también hay **mejoras cuando se compara con los mismos períodos de 2019**. Los ingresos mejoran 21,0% en 4T21 vs. 4T19 (10,1% en total 2021 vs. 2019); el EBITDA mejora 13,3% vs. 4T19 (17,6% vs. el año 2019); y las utilidades mejoran 178% vs. 4T19 (119% vs. el año 2019). Lo anterior, a pesar de que se está comparando un período con pandemia (2021) con un período sin pandemia (2019).

Con respecto a la **posición financiera** de SMU, cabe destacar el **aumento de CLP 62.323 millones (35%) en el flujo de caja operacional** generado en el año 2021 con respecto al 2020, asociado al mayor nivel de EBITDA, permitiendo reducir el endeudamiento y mejorar la cobertura de gastos financieros. A lo anterior se suma la liquidez que aporta la venta de OK Market, donde SMU percibió aproximadamente CLP 49 mil millones por el valor del patrimonio de ese negocio. Cabe recordar que la transacción se materializó con fecha 28 de febrero de 2022 como consecuencia de una decisión estratégica de la Compañía de enfocarse en su negocio central, de supermercados, a través de sus formatos Unimarc, Alvi, Mayorista 10, Super10, en Chile, y Mayorsa y Maxiahorro, en Perú, y el desarrollo de su canal e-commerce.



Comentarios de la Administración

En relación a la publicación de los resultados del cuarto trimestre y año 2021, el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló, “Este año alcanzamos los mejores resultados desde los inicios de la Compañía, en términos de ingresos, EBITDA y utilidades, con crecimientos muy significativos en relación al año 2020, pero también en comparación con todos los años anteriores de la Compañía. Las utilidades crecieron 154% en el año, impulsado por una mejora de 50,1% en los resultados operacionales”.

Por su parte, Arturo Silva, gerente corporativo de administración y finanzas, comentó, “Los resultados obtenidos por la Compañía permitieron alcanzar un flujo de caja y utilidades que respaldan con comodidad el desarrollo del plan estratégico de la compañía, dividendos a los accionistas y el pago de todos sus compromisos financieros”.

El Sr. Gálvez continuó, “Durante este último año alcanzamos hitos relevantes dentro de nuestro plan estratégico. Con respecto a la **experiencia del cliente**, potenciamos la venta a través de cambios en el surtido de productos, en línea con las preferencias de nuestros clientes, junto con un retorno a una fuerte actividad promocional, un elemento central en la propuesta de valor de Unimarc. Expandimos nuestra oferta de marcas propias, ofreciendo calidad a un precio atractivo y lanzando nuevas marcas y productos. La recuperación en el número de transacciones, y también en las compras de reposición, también tuvo un impacto positivo, porque nuestras tiendas generalmente son de proximidad”.

“Con respecto al **crecimiento omnicanal**, en septiembre lanzamos Unimarc.cl y la app de Unimarc, y en los últimos meses hemos aumentado nuestra cobertura geográfica: hoy operamos en ocho regiones de Chile, y esperamos llegar a todas las regiones a mediados de este año. En 2021 también incrementamos nuestra presencia online a través de nuestras alianzas con last milers, y hoy operamos en las 16 regiones del país”.

“También lanzamos Super10, un nuevo formato *soft discount* que potencia nuestra estrategia multiformato, y cerramos el año con cuatro tiendas operando. Se sumaron dos nuevas aperturas y una reapertura de Unimarc, una apertura y una reapertura en Alvi, y tres aperturas de Maxiahorro, en Perú”.

“Nuestras iniciativas de **eficiencia operacional** incluyen la implementación de herramientas tecnológicas que permiten mejorar la disponibilidad de productos y optimizar en materia de gastos, y los beneficios se notan: este año los gastos operacionales crecieron en menos del 2%, lo que corresponde a una disminución en términos reales”.

“En materia de **organización comprometida y sostenible**, durante 2021 profundizamos las iniciativas de no desperdicio de alimentos, implementando la donación de alimentos desde locales. A la fecha el sistema está habilitado en el 98% de nuestras tiendas en Chile”.

“Como cadena de supermercados, otro elemento muy relevante para nosotros es el abastecimiento responsable, y este año avanzamos a través de varias iniciativas, incluyendo la implementación de cuestionarios y levantamientos para evaluar las prácticas y certificaciones de nuestros proveedores. Junto a esto, hace pocas semanas, nuestra tienda Unimarc Los Militares recibió el *Sello Azul* de pesca sustentable que otorga el Servicio Nacional de Pesca. Estamos trabajando para contar con esta acreditación en nuestras otras tiendas con pescadería”.

“Hace dos semanas se concretó la venta de las tiendas de conveniencia OK Market. Esta transacción



fue parte de una decisión estratégica de enfocarnos en nuestro negocio central: los supermercados minoristas y mayoristas. Cabe mencionar que las utilidades de estas operaciones, excluyendo el impacto de OK Market, crecieron en 171% en 2021”.

“Para 2022 vamos a seguir con las iniciativas que les hacen la vida más fácil a nuestros clientes, abriendo nuevas tiendas, expandiendo nuestra cobertura y penetración online y mejorando nuestras propuestas de valor. Me siento muy satisfecho de los resultados y logros del año 2021. Aprovecho de agradecer y felicitar a nuestros colaboradores, e invitarlos a seguir con la misma energía y compromiso para los proyectos que nos esperan en 2022”, finalizó el Sr. Gálvez.

Highlights

Pago Dividendo Provisorio

Con fecha 29 de noviembre de 2021, el Directorio de SMU acordó repartir un dividendo provisorio de M\$16.928.543, lo que corresponde a un dividendo de \$2,93258 por acción, con cargo a las utilidades del año 2021. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades acumuladas del tercer trimestre de 2021, y se pagó a contar del día 22 de diciembre de 2021 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.

Venta OK Market

Con fecha 28 de febrero de 2022, SMU anunció la materialización de la venta de su negocio de conveniencia OK Market a OXXO. SMU percibió aproximadamente CLP 49 mil millones por el valor del patrimonio de ese negocio, y se estima que el impacto en las utilidades del primer trimestre de 2022 será de aproximadamente CLP 20 mil millones. La venta se enmarca en una decisión estratégica de la Compañía de enfocarse en su negocio central, de supermercados, a través de sus formatos Unimarc, Alvi, Mayorista 10, Super10, en Chile, y Mayorsa y Maxiahorro, en Perú, y el desarrollo de su canal e-commerce.

Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día miércoles 16 de marzo a las 11:00 am de Santiago/ 10:00 am ET para comentar los resultados del cuarto trimestre de 2021.

Dial in:

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

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

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

Webcast (en vivo):

<https://services.choruscall.ca/links/smu20220316.html>

Posteriormente, una grabación de la llamada estará disponible en:

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



Análisis Razonado de los Estados Financieros

A continuación se presentan los resultados consolidados de SMU S.A. y Filiales para los períodos de tres y doce meses terminados al 31 de diciembre de 2021 y 2020. 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)	4T21	4T20	Δ%	2021	2020	Δ%
Ingresos de Actividades Ordinarias	695.611	612.368	13,6%	2.472.378	2.264.394	9,2%
Costo de Ventas	(499.128)	(431.715)	15,6%	(1.751.647)	(1.597.155)	9,7%
Ganancia Bruta	196.483	180.653	8,8%	720.731	667.239	8,0%
<i>Margen Bruto (%)</i>	28,2%	29,5%		29,2%	29,5%	
Gastos de Distribución	(8.778)	(7.117)	23,3%	(31.431)	(30.776)	2,1%
Margen de Contribución	187.705	173.536	8,2%	689.300	636.463	8,3%
<i>Margen de Contribución (%)</i>	27,0%	28,3%		27,9%	28,1%	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(126.299)	(115.915)	9,0%	(463.520)	(456.452)	1,5%
EBITDA	61.406	57.622	6,6%	225.780	180.011	25,4%
<i>Margen EBITDA (%)</i>	8,8%	9,4%		9,1%	7,9%	
Depreciación y Amortización	(20.301)	(20.562)	(1,3%)	(79.829)	(82.780)	(3,6%)
Resultado Operacional	41.106	37.059	10,9%	145.951	97.231	50,1%
Otras Ganancias (Pérdidas)	(1.242)	(2.846)	(56,3%)	(14.717)	(8.223)	79,0%
Ingresos Financieros	697	315	121,4%	1.642	929	76,8%
Costos Financieros	(12.490)	(14.592)	(14,4%)	(47.889)	(48.879)	(2,0%)
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	72	142	(49,5%)	75	(955)	n.a.
Diferencias de Cambio	157	139	12,8%	143	(608)	n.a.
Resultados por Unidades de Reajuste	(13.000)	(5.826)	123,1%	(28.738)	(11.330)	153,6%
Resultado No Operacional	(25.807)	(22.667)	13,9%	(89.484)	(69.067)	29,6%
Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto	15.298	14.392	6,3%	56.466	28.164	100,5%
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	10.648	1.279	(94,4%)	13.399	(2.344)	n.a.
Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas	25.946	15.671	65,6%	69.865	25.820	170,6%
Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Discontinuas	3.036	4.288	(29,2%)	5.841	4.008	45,8%
Ganancia (Pérdida) del Período	28.982	19.959	45,2%	75.707	29.828	153,8%

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



1. Análisis del Estado de Resultados

1.1 Resultados de Operaciones

1.1.1 Ingresos de Actividades Ordinarias

Los **ingresos de actividades ordinarias** del cuarto trimestre de 2021 alcanzaron CLP 695.611 millones, un aumento de 13,6% con respecto a los CLP 612.368 millones del cuarto trimestre de 2020. Con respecto al total anual 2021, los ingresos fueron de CLP 2.472.378 millones, mayor en un 9,2% de los CLP 2.264.394 millones del año 2020.

El buen desempeño en ventas refleja, por una parte, una recuperación de la misión de compra de reposición durante el año, correspondiente al foco principal de la propuesta de valor de Unimarc, y además un retorno a los niveles de promocionalidad que eran habituales antes de la pandemia, correspondiente a otra fortaleza de Unimarc. Lo anterior, sumado a una nueva clusterización de tiendas para adaptar el surtido a los nuevos hábitos de los clientes. Adicionalmente, un factor transversal a los diferentes formatos ha sido la positiva tendencia en el número de transacciones observada desde el segundo trimestre, junto con el ticket promedio que se mantiene elevado con respecto a los niveles históricos, pese a la mayor frecuencia de compra.

Cuadro 2: Ingresos (CLP MMM)

INGRESOS (CLP MMM)	4T21	4T20	Δ%	2021	2020	Δ%
UNIMARC	489	431	13,7%	1.733	1.567	10,6%
MAYORISTAS	187	162	15,2%	676	621	8,8%
OTROS(*)	3,3	4,7	-28,7%	13,7	19,6	-30,2%
SUPERMERCADOS CHILE	680	598	13,7%	2.422	2.207	9,8%
SUPERMERCADOS PERÚ	15,8	14,7	7,5%	50,0	57,3	-12,7%
TOTAL SUPERMERCADOS	696	612	13,6%	2.472	2.264	9,2%

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

Los ingresos del segmento Supermercados Chile crecieron en 13,7% en 4T21 con respecto al 4T20, y un 9,8% en el año 2021 vs. 2020. Por formato, los ingresos del supermercado tradicional Unimarc aumentaron en 13,7% en 4T21 (10,6% total anual 2021). Los sólidos niveles de demanda exhibidos en este formato reflejan la combinación entre en el número de transacciones y el ticket promedio. En el total año, ambos indicadores mejoraron con respecto a 2020. En el último trimestre, en tanto, las transacciones mantienen una fuerte recuperación, mientras que el ticket promedio demuestra una leve caída con respecto al 4T20, pero se mantiene en niveles muy por sobre el cuarto trimestre de 2019.

Se observa una tendencia similar en los ingresos del formato mayoristas, los que incrementaron en un 15,2% en 4T21 (8,8% total anual 2021), con buen desempeño tanto en Alvi como en Mayorista 10. El número de transacciones y el ticket promedio de 2021 y 4T21 están por sobre los niveles de 2020, y en la comparación con 2019, las transacciones están por debajo, pero el ticket promedio está



muy por sobre los niveles históricos. Además de la demanda que se observa en forma generalizada en este segmento, se suma el efecto positivo de las nuevas aperturas, reaperturas y remodelaciones durante 2021.

Las **ventas online**, realizadas tanto a través de las plataformas propias de SMU así como también a través de *last milers*, quienes operan en las tiendas Unimarc, representan aproximadamente el 0,9% de los ingresos de Unimarc. Durante 2021 la Compañía ha venido potenciando su estrategia omnicanal: el 30 de septiembre, lanzó la página Unimarc.cl y la App de Unimarc, y ha expandido su cobertura desde la Región Metropolitana a siete regiones adicionales, esperando llegar a todas las regiones de Chile a mediados de 2022. Adicionalmente, aumentó su cobertura geográfica a través de *last milers*, llegando a un total de 149 tiendas al 31 de diciembre de 2021, lo que se compara con 90 tiendas a la misma fecha de 2020. De esta manera, la Compañía aprovecha su gran presencia regional—operando en las 16 regiones del país a través de *last milers*—y potencia la penetración del canal online en sus ventas.

Medido en soles peruanos, los ingresos de Supermercados Perú aumentaron en un 10% en el 4T21 (aumento de 0,8% total anual 2021), reflejando la recuperación en el tráfico de clientes, producto del levantamiento de restricciones en el horario de operación, así como también de una positiva reacción a las iniciativas comerciales implementadas. Adicionalmente, las tiendas abiertas en el último tiempo del formato Maxiahorro han mostrado un desempeño por sobre el esperado. Medido en pesos chilenos, los ingresos registran un aumento de 7,5% en el 4T21 con respecto al 4T20 (-12,7% 2021 vs. 2020), debido al efecto del tipo de cambio.

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

SSS (Δ %)	4T20	2020	1T21	2T21	3T21	4T21	2021
UNIMARC	7,7%	1,0%	-5,2%	15,4%	18,4%	13,2%	10,1%
MAYORISTAS	12,9%	11,2%	-1,5%	9,8%	12,5%	14,9%	8,9%
SUPERMERCADOS CHILE	9,0%	3,8%	-4,2%	13,3%	16,2%	13,7%	9,5%
SUPERMERCADOS PERÚ	4,6%	3,3%	-1,7%	-15,5%	13,4%	8,4%	0,8%
TOTAL SUPERMERCADOS	8,7%	4,0%	-4,1%	12,3%	16,0%	13,5%	9,0%

Las **ventas de locales equivalentes (SSS)** aumentaron en 13,5% en el 4T21, siguiendo la tendencia positiva del segundo y tercer trimestre de 2021 (+12,3% y +16,0%), y alcanzando un crecimiento total para el año de un 9,0%.

Por formato, las SSS de Unimarc registraron un aumento de 13,2% en el 4T21 (10,1% en el año 2021), mientras que los formatos mayoristas incrementaron en 14,9% (8,9% en el año 2021). Tal como se señaló más arriba, el buen desempeño en ventas obedece a una recuperación en el número de transacciones, junto con un ticket promedio que se mantiene en niveles muy elevados con respecto a períodos anteriores. En el caso del segmento mayoristas, cabe destacar los altos niveles de crecimiento con una base de comparación exigente (SSS +12,9% en 4T20 y +11,2% en el año 2020). En 2020 el crecimiento estuvo concentrado principalmente en Alvi, pero en 2021, Mayorista 10 mostró un crecimiento importante, mientras que el sólido desempeño de Alvi se mantuvo.

En el caso de Supermercados Perú—que representa aproximadamente el 2% de los ingresos de SMU—las SSS (medido en soles) aumentaron en 8,4% en el 4T21, mostrando una mejora con respecto al primer semestre, con un ticket promedio más alto que los niveles históricos.



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

VENTAS POR M ² (CLP M/M ²)	4T21	4T20	Δ%	2021	2020	Δ%
SUPERMERCADOS CHILE	484,5	429,3	12,9%	432,8	395,6	9,4%
SUPERMERCADOS PERÚ	284,2	246,8	15,1%	228,2	250,6	-9,0%
TOTAL SUPERMERCADOS	476,8	422,5	12,9%	425,0	390,1	9,0%

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 476.836 para el cuarto trimestre de 2021, un 12,9% mayor que en 4T20. Con respecto al total anual 2021, alcanzaron CLP 425.015, un aumento de 9,0% con respecto al 2020.

Las ventas por metro cuadrado de Supermercados Chile aumentaron en 12,9% en 4T21 en comparación con 4T20 (+9,4% en total anual 2021 vs 2020). Por su parte, Supermercados Perú (medido en pesos chilenos) registró un aumento en ventas por metro cuadrado de 15,1% en 4T21, reflejando tanto la recuperación en ventas así como también el tamaño eficiente de las nuevas aperturas. En el año la venta por metro cuadrado de Supermercados Perú disminuye 9,0%, muy afectado por el efecto del tipo de cambio.

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

N° LOCALES	4T21	4T20	SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M ²)	4T21	4T20
UNIMARC	283	283	UNIMARC	347	346
MAYORISTAS	96	95	MAYORISTAS	124	123
SUPERMERCADOS CHILE	379	378	SUPERMERCADOS CHILE	470	469
SUPERMERCADOS PERÚ	26	25	SUPERMERCADOS PERÚ	19	20
TOTAL SUPERMERCADOS	405	403	TOTAL SUPERMERCADOS	489	489

Cuadro 6: Evolución de Aperturas y Cierres de Locales

APERTURAS Y CIERRES	4T20		1T21		2T21		3T21		4T20	
	APER.	CIER.								
UNIMARC	0	2	1	1	0	0	0	0	1	1
MAYORISTAS	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
SUPERMERCADOS CHILE	0	2	1	1	0	0	0	0	2	1
SUPERMERCADOS PERÚ	1	0	1	2	0	0	1	0	1	0

Al cierre del cuarto trimestre de 2021, SMU cuenta con **379 locales** en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, similar a los 378 locales al cierre del 4T20, y un total de **489.192 metros cuadrados**.

El número de locales al 31 de diciembre de 2021 incluye cinco locales que no estaban operativos producto de incendios u otros daños de actos vandálicos ocurridos durante el estallido social a partir del 18 de octubre de 2019. Los cinco locales corresponden a tres tiendas de Unimarc y dos tiendas de Alvi.

Durante el 2021, la Compañía abrió dos locales de Unimarc y un local de Alvi. Asimismo, alcanzó tres



reaperturas de tiendas que estuvieron cerradas desde el estallido social. Por otra parte, hubo dos cierres de tiendas Unimarc, uno definitivo y otro temporal producto de incendio.

En Perú, se totaliza 26 locales al 31 de diciembre del 2021, que representan 18.704 metros cuadrados. Durante el año 2021 se realizó la apertura de tres tiendas del formato Maxiahorro, y se cerraron dos tiendas del formato Mayorsa, las cuales se encuentran ubicadas en el mismo centro comercial que otra tienda de este formato que se abrió en diciembre de 2020 con el objetivo de reemplazarlas.

SMU cuenta con un total de 405 locales y 489.192 metros cuadrados al cierre del año 2021, considerando Chile y Perú.

1.1.2 Gastos de Distribución y Gastos de Administración

Durante 2021, las iniciativas de eficiencia operacional permitieron a la Compañía **optimizar sus gastos operacionales**³, los cuales crecieron menos de un 2%, a pesar de los elevados niveles de inflación y aumento de salario mínimo en el período, lo que significa una disminución en términos reales. Adicionalmente, el crecimiento en ventas generó una dilución de gastos operacionales.

Los **gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación y amortización)**, totalizaron CLP 135.077 millones en el cuarto trimestre de 2021, un aumento de 9,8% con respecto a los CLP 123.032 millones registrados en el 4T20. Como proporción de la venta, los gastos operacionales alcanzaron 19,4% en el cuarto trimestre de 2021 y 20,1% en el mismo período de 2020, una mejora de 70 pb. Con respecto al total anual 2021, los gastos operacionales alcanzaron CLP 494.951 millones (20,0% de la venta), con un aumento de 1,6% con respecto a los CLP 487.228 millones (21,5% de la venta) durante el año 2020.

Los **gastos de distribución** del 4T21 alcanzaron CLP 8.778 millones, un incremento de un 23,3% con respecto al 4T20. Los gastos de distribución como porcentaje de la venta alcanzaron 1,3% en el 4T21 frente a 1,2% del 4T20. En el total 2021 los gastos de distribución totalizaron CLP 31.431 millones (1,3% de la venta), mayores en un 2,5% con respecto a los CLP 30.776 millones (1,4% de la venta) total 2020. Durante el año 2021, el incremento en los gastos de distribución se explicó principalmente por el alza en el precio del petróleo (III y IV trimestre), sumado a los altos niveles de inflación, y valor del dólar. Estas variables afectan el polinomio de las tarifas de transporte (reajuste total 2021 14,87% vs. -3,62% en el año 2020).

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) totalizaron CLP 126.299 millones (18,2% de la venta) en el cuarto trimestre de 2021, con un aumento de 9,0% respecto a los CLP 115.915 millones (18,9% de la venta) registrados en 4T20, pero una reducción de 70 pb como porcentaje de la venta. Con respecto al total 2021, los gastos de administración alcanzaron CLP 463.520 millones (18,7% de la venta), un aumento de 1,5% con respecto a los CLP 456.452 millones (20,2% de la venta) del total anual 2020, pero una mejora de 150 pb como porcentaje de los ingresos.

Los gastos de administración incluyen gastos extraordinarios relacionados directamente con la pandemia por CLP 1.745 millones en 4T21, una reducción de 5,0% con respecto a los CLP 1.837 millones del 4T20. Con respecto al total 2021, los gastos COVID alcanzaron CLP 7.728 millones, una

³ Gastos operacionales = gastos de distribución + gastos de administración y ventas – depreciación - amortización



reducción de 20,7% con respecto a los CLP 9.112 millones del total 2020.

Las principales variaciones en los gastos de administración en el cuarto trimestre de 2021 son:

- a. Aumento de CLP 4.250 millones (+7,1% a/a) en gastos del personal, principalmente debido al aumento en provisión de bonos asociado al mejor desempeño de la Compañía, además de aumentos de salario mínima e inflación que afectan los sueldos y salarios. Lo anterior, parcialmente compensado por una menor dotación promedio y una mayor tasa de ausentismo durante el período.
- b. Aumento de CLP 1.421 millones (+48,1%) en publicidad, principalmente explicado por la mayor actividad publi-promocional durante el período, incluyendo el lanzamiento y roll-out de Unimarc.cl y marcas propias.
- c. Aumento de CLP 1.401 millones (+6,6% a/a) en servicios, principalmente explicado por gastos asociados a servicios transitorios para cubrir ausentismo de personal, además de aumentos de inflación y salario mínimo durante el período, principales componentes del costo de los servicios.
- d. Aumento de CLP 1.183 millones (+26,3% a/a) en comisión tarjetas, debido principalmente al mayor uso de tarjetas de crédito y débito como medio de pago en el período, además del incremento en la venta.
- e. Aumento de CLP 1.155 millones (+19,3% a/a) en arriendos y gastos comunes, debido principalmente a la inflación, la apertura de nuevas tiendas y mayores pagos variables asociados a la mayor venta.

Las principales variaciones en los gastos de administración en el año 2021 son:

- a. Aumento de CLP 3.296 millones (+14,7% a/a) en arriendo y gastos comunes, debido principalmente a la inflación, la apertura de nuevas tiendas y mayores pagos variables asociados a la mayor venta.
- b. Disminución de CLP 2.570 millones (-1,1% a/a) en gastos del personal, principalmente debido a la menor dotación promedio durante el período y una mayor tasa de ausentismo, sumado a una reducción de los gastos directamente asociados a la pandemia, producto de optimizaciones logradas en estos gastos extraordinarios. Lo anterior, a pesar de los aumentos por salario mínimo (5,9%) e inflación (3,4%) en 2021.
- c. Aumento de CLP 2.496 millones (+15,4% a/a) en comisión tarjetas, debido principalmente al mayor uso de tarjetas de crédito y débito como medio de pago en el período, además del incremento en la venta.
- d. Aumento de CLP 1.948 millones (+16,8% a/a) en publicidad, principalmente explicado por la mayor actividad publi-promocional durante el período, incluyendo el lanzamiento de Unimarc.cl.
- e. Disminución de CLP 1.634 millones (-12,9% a/a) en materiales, principalmente explicado por mayores eficiencias en gastos COVID.
- f. Aumento de CLP 1.486 millones (+1,7% a/a) en servicios, principalmente explicado por gastos asociados a servicios transitorios para cubrir ausentismo de personal, además de aumentos de inflación y salario mínimo durante el período, principales componentes del costo de los servicios.



- g. Aumento de CLP 1.140 millones (+9,5% a/a) en servicios externos, principalmente explicado por gastos asociados a proyectos de inversión, que incluyen asesorías y gastos de tecnología.

Cuadro 7: Dotación Promedio

DOTACIÓN	4T21	4T20	△%	2021	2020	△%
LOCALES CHILE	22.299	24.636	-9,5%	22.540	25.134	-10,3%
CORPORATIVO CHILE	2.020	1.964	2,8%	2.017	1.960	2,9%
SUPERMERCADOS CHILE	24.318	26.600	-8,6%	24.557	27.094	-9,4%
LOCALES PERÚ	529	491	7,8%	489	468	4,5%
CORPORATIVO PERÚ	165	159	3,6%	158	151	4,5%
SUPERMERCADOS PERÚ	694	650	6,8%	647	619	4,5%
TOTAL SUPERMERCADOS	25.013	27.250	-8,2%	25.204	27.713	-9,1%

1.1.3 Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

La **ganancia bruta** para el año 2021 alcanzó CLP 720.731 millones (29,2% de los ingresos), un aumento de 8,0% con respecto a los CLP 667.239 millones (29,5% de los ingresos) del año 2020. Con respecto al cuarto trimestre, la ganancia bruta alcanzó CLP 196.483 millones (28,2% de los ingresos), mayor en un 8,8% con respecto a los CLP 180.653 millones (29,5% de los ingresos) del 4T20.

El **margen de contribución** alcanzó CLP 689.300 millones (27,9% de los ingresos) en el año 2021, un aumento de 8,3% con respecto a los CLP 636.463 millones (28,1% de los ingresos) del año 2020. Para el 4T21, el margen de contribución alcanzó CLP 187.705 millones (27,0% de los ingresos), mayor en un 8,2% con respecto a los CLP 173.536 millones (28,3% de los ingresos) del 4T20.

El **EBITDA** del año 2021 ascendió a CLP 225.780 millones, un incremento de un 25,4% con respecto a los CLP 180.011 millones del año 2020. El margen EBITDA del año 2021 alcanzó 9,1%, una expansión de 120 pb sobre el 7,9% registrado en 2020, reflejando el plan de optimización de gastos ejecutado por la Compañía, junto con una importante dilución de gastos obtenida en el período. Con respecto al cuarto trimestre, el EBITDA alcanzó CLP 61.406 millones (margen EBITDA 8,8%), mayor en un 6,6% a los CLP 57.622 millones (margen EBITDA 9,4%) del 4T20.

El **EBITDAR** (EBITDA menos el gasto por arriendo) del año 2021 alcanzó CLP 251.500 millones (margen EBITDAR 10,2%), mayor en un 24,2% con respecto a los CLP 202.435 millones (margen EBITDAR 8,9%) registrados en 2020. Con respecto al 4T21, el EBITDAR alcanzó CLP 68.542 millones (margen EBITDAR 9,9%), mayor en un 7,8% a los CLP 63.602 millones (margen EBITDAR 10,4%) del 4T20.



1.2 Resultado No Operacional⁴ e Impuesto a las Ganancias

El **resultado no operacional** de SMU totalizó una pérdida de CLP -89.484 millones en el año 2021, una variación de CLP 20.417 millones con respecto a la pérdida de CLP -69.067 millones registrada en 2020, principalmente explicado por:

- a. Las **pérdidas por unidades de reajuste** fueron mayores en CLP 17.408 millones, por la mayor inflación en el período con respecto al 2020, además de la mayor deuda promedio denominada en UF durante el período, especialmente en el primer trimestre, dado que la Compañía emitió el bono serie AL en diciembre 2020 para el pago de los bonos series G y K en marzo de 2021.
- b. **Otras ganancias (pérdidas):** Las otras pérdidas aumentaron en CLP 6.493 millones en 2021:
 - i. Los CLP -14.717 millones del año 2021 se explicaron principalmente por el plan de optimización de estructura organizacional implementado en febrero (pérdida de CLP 13.142 millones), como consecuencia de las iniciativas de eficiencia operacional en el marco del plan estratégico de la Compañía que considera la incorporación de herramientas tecnológicas y rediseños de procesos en tiendas. Este plan ha generado ahorros a partir de marzo de 2021. Adicionalmente, la pérdida en venta y bajas de propiedad, planta y equipos alcanzó CLP 2.682 millones en 2021.
 - ii. Los CLP -8.223 millones del año 2020 se explicaron principalmente por los efectos no recurrentes asociados a los desórdenes públicos que comenzaron el 18 de octubre de 2019 y continuaron en los meses siguientes, incluyendo los primeros meses de 2020 (pérdida de CLP 7.299 millones) y la multa relacionada al juicio de libre competencia (CLP 2.106 millones), parcialmente compensado por la recuperación de seguros (CLP 2.783 millones).

Para el 4T21, la pérdida no operacional alcanzó CLP -25.807 millones, una variación de CLP 3.140 millones con respecto a la pérdida de CLP -22.667 millones en 4T20, principalmente explicado por las mayores pérdidas por unidades de reajustes (diferencia de CLP 7.174 millones), debido a la mayor inflación durante el período. Lo anterior fue parcialmente compensado por menores gastos financieros (diferencia de CLP 2.101 millones).

El **ingreso por impuestos a las ganancias** del año 2021 alcanzó CLP 13.399 millones, una variación de CLP 15.743 millones con respecto al gasto de CLP -2.344 registrado en 2020. Con respecto al 4T21, el ingreso por impuestos a las ganancias alcanzó CLP 10.648 millones, una diferencia de CLP 9.369 millones con respecto a los CLP 1.279 millones registrados en 4T20. Tanto en el año completo como en el cuarto trimestre, la variación se explica principalmente por la corrección monetaria de las pérdidas fiscales, afectadas por la mayor inflación del período, además del mejor resultado antes de impuestos.

⁴ Resultado No Operacional = Ingresos y Costos Financieros + Participación en las Ganancias/Pérdidas de Asociadas + Diferencias de Cambio + Resultado por Unidades de Reajustes + Otros Ingresos y Gastos



1.3 Resultados de Operaciones Discontinuas: OK Market

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

Los ingresos de OK Market del año 2021 alcanzaron CLP 62.816 millones, un aumento de 20,9% con respecto a los CLP 51.952 millones registrados en 2020. Cabe recordar que durante 2020, este negocio fue muy afectado por la pandemia, mostrando una recuperación importante a partir del cuarto trimestre de 2020 y durante todo el año 2021. Esta tendencia también se observa en las ventas por locales equivalentes:

SSS	1T20	2T20	3T20	4T20	2020	1T21	2T21	3T21	4T21	2021
OK MARKET	-0,7%	-11,6%	1,4%	27,2%	4,3%	13,7%	27,5%	23,3%	8,8%	17,5%

En esa misma línea, la ganancia bruta de este negocio creció en 18,8%, mientras que los gastos operacionales aumentaron en 7,3%. Los gastos no operacionales se disminuyeron en 51,9% en 2021 con respecto a 2020.

Las utilidades de operaciones discontinuadas alcanzaron CLP 5.841 millones en el año 2021, un aumento de un 45,8% con respecto al año 2020. Con respecto al 4T21, las utilidades de este negocio disminuyeron en un 29,2% en comparación con 4T20, explicado principalmente por la alta base de comparación, por la recuperación que comenzó en ese período.

1.4 Resultado Neto

La **utilidad neta** del año 2021 alcanzó CLP 75.707 millones, mayor en un 154% con respecto a los CLP 29.828 millones obtenidos en el año 2020, explicado por el mejor resultado operacional, el que registró un alza de CLP 48.719 millones (50,1%) vs. 2020. La utilidad antes de impuestos mejoró en 100,5% en 2021, y la utilidad de operaciones continuadas se incrementó en un 170,6% con respecto a 2020.

En el cuarto trimestre, la utilidad neta aumentó en 45,2%, alcanzando CLP 28.982 millones – casi alcanzando en un trimestre la cifra de utilidades de todo el año 2020—explicado por la mejora de 65,6% (CLP 10.275 millones) en la utilidad de operaciones continuadas, parcialmente compensado por la disminución de 29,2% (CLP 1.252 millones) en la utilidad de operaciones discontinuadas.



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

Cuadro 8: Estado de Situación Financiera al 31 de diciembre de 2021 y 31 de diciembre de 2020

(Millones CLP)	Diciembre 2021	Diciembre 2020	Δ \$	Δ %
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	113.794	197.716	(83.922)	(42,4%)
Otros Activos Financieros Corrientes	8	18	(10)	(55,0%)
Otros Activos No Financieros Corrientes	28.496	12.692	15.804	124,5%
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	93.719	91.520	2.199	2,4%
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	16.004	15.845	159	1,0%
Inventarios	231.874	188.730	43.144	22,9%
Activos por Impuestos Corrientes	2.698	2.971	(273)	(9,2%)
Activos No Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta	41.666	-	41.666	-
Total Activos Corrientes	528.259	509.493	18.766	3,7%
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros No Corrientes	1.713	259	1.454	561,6%
Otros Activos No Financieros No Corrientes	2.270	2.443	(173)	(7,1%)
Cuentas por Cobrar No Corrientes	2.351	1.731	619	35,8%
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, No Corriente	-	-	-	-
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	13.750	14.116	(366)	(2,6%)
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	61.514	59.475	2.039	3,4%
Plusvalía	472.573	474.893	(2.320)	(0,5%)
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	713.965	693.190	20.775	3,0%
Activos por Impuestos Diferidos	424.088	426.350	(2.261)	(0,5%)
Total Activos No Corrientes	1.692.224	1.672.457	19.767	1,2%
TOTAL ACTIVOS	2.220.482	2.181.950	38.533	1,8%
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	146.700	206.318	(59.618)	(28,9%)
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	423.762	362.549	61.213	16,9%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	918	1.152	(235)	(20,4%)
Otras Provisiones Corrientes	2.193	2.080	113	5,4%
Pasivos por Impuestos Corrientes	139	1.663	(1.524)	(91,7%)
Beneficios a los Empleados	34.647	20.738	13.909	67,1%
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	7.378	9.696	(2.318)	(23,9%)
Pasivos No Corrientes o Grupos de Pasivos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta	10.877	-	10.877	-
Total Pasivos Corrientes	626.612	604.195	22.417	3,7%
PASIVOS NO CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	838.520	848.123	(9.603)	(1,1%)
Cuentas por Pagar No Corrientes	1	14	(13)	(93,0%)
Pasivos por Impuestos Diferidos	74	75	(2)	(2,3%)
Beneficios a los Empleados	2.514	5.020	(2.506)	(49,9%)
Otros Pasivos No Financieros No Corrientes	-	-	-	-
Total Pasivos No Corrientes	841.109	853.233	(12.124)	(1,4%)
TOTAL PASIVOS	1.467.721	1.457.428	10.293	0,7%
PATRIMONIO				
Capital Emitido	523.742	523.742	-	0,0%
Utilidad (Pérdida) Acumulada	79.858	52.617	27.241	51,8%
Otras Reservas	149.161	148.162	998	0,7%
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	752.761	724.521	28.239	3,9%
Participaciones No Controladoras	-	-	-	-
Total Patrimonio	752.761	724.521	28.239	3,9%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	2.220.482	2.181.950	38.533	1,8%



2.1 Activos

Al 31 de diciembre de 2021, los **activos totales** de SMU aumentaron en CLP 38.533 millones (1,8%) con respecto al 31 de diciembre de 2020, totalizando CLP 2.220.482 millones.

Los **activos corrientes** al 31 de diciembre de 2021 aumentaron en CLP 18.766 millones (3,7%) respecto de diciembre de 2020, totalizando CLP 528.259 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- Disminución de CLP 83.922 millones en efectivo y equivalente al efectivo, variación que se debe principalmente a la amortización de los bonos series G y K, por un total de UF 3 millones, en el mes de marzo. El resto de las variaciones se describen en la Sección 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo.
- Aumento de CLP 43.144 millones en los inventarios, principalmente debido al aumento de costo de las mercaderías por aumento de costo de los proveedores, un aumento en las importaciones de tránsito, y un aumento en la cantidad de inventario como parte de la estrategia de la Compañía de asegurar el abastecimiento de las tiendas.
- Aumento de CLP 41.666 millones en activos clasificados como mantenidos para la venta, producto del proceso de venta del negocio de OK Market (ver Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información, página 2).
- Aumento de CLP 15.804 millones en otros activos no financieros corrientes, principalmente debido a un aumento en seguros pagados por anticipado, producto de renovaciones de pólizas de seguros; un aumento en IVA crédito fiscal; y un aumento en anticipos a proveedores extranjeros.

Los **activos no corrientes** al 31 de diciembre de 2021 aumentaron en CLP 19.767 millones (1,2%) respecto de diciembre de 2020, totalizando CLP 1.692.224 millones. La principal variación en el período fue un aumento de CLP 20.775 millones en propiedades, plantas y equipos, producto de las adiciones del período (CLP 116.448 millones), parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 71.207 millones) y bajas/ventas de activo fijo (CLP 7.389 millones). Adicionalmente, se reclasificaron propiedades, plantas y equipos por CLP 17.887 millones a activos disponibles para la venta.

2.2 Pasivos

Al 31 de diciembre de 2021, los **pasivos totales** de SMU aumentaron en CLP 10.293 millones (0,7%) con respecto al 31 de diciembre de 2020, totalizando CLP 1.467.721 millones.

Los **pasivos corrientes** al 31 de diciembre de 2021 aumentaron en CLP 22.417 millones (3,7%) respecto de diciembre de 2020, totalizando CLP 626.612 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- Aumento de CLP 61.213 millones en cuentas comerciales y otras cuentas por pagar



corrientes, principalmente por el aumento de cuentas por pagar a proveedores (CLP 67.406 millones), relacionado con un aumento en el costo de los inventarios, compensado en parte por menor saldo por pagar de dividendos por CLP 8.948 millones, debido a los dividendos provisorios pagados durante el año.

- b. Disminución de CLP 59.618 millones en otros pasivos financieros corrientes, explicado principalmente por (i) la disminución de CLP 34.645 millones en obligaciones con el público por el pago de bonos G y K por CLP 88.150 millones, compensado en parte por el traspaso al corriente de las próximas cuotas de amortización de los bonos series AL, T y B, sumado al incremento de la UF en el periodo; y (ii) menores préstamos bancarios por CLP 25.286 millones, debido a pagos realizados durante el año.
- c. Aumento de CLP 13.909 millones en beneficios a los empleados, principalmente explicado por una mayor provisión de beneficios y bonos al personal, asociado a los mejores resultados de la Compañía.
- d. Aumento de CLP 10.877 en pasivos clasificados como mantenidos para la venta, producto del proceso de venta del negocio de OK Market (ver Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información, página 2).

Los **pasivos no corrientes** al 31 de diciembre de 2021 disminuyeron en CLP 12.124 millones (1,4%) respecto de diciembre de 2020, totalizando CLP 841.109 millones.

Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Disminución de CLP 9.603 millones en otros pasivos financieros no corrientes, explicado principalmente por la disminución de CLP 28.970 millones en obligaciones con el público, debido al traspaso de no corriente a corriente de una porción de los bonos series AL (CLP 28.801 millones), T (CLP 16.718 millones) y B (CLP 7.656 millones), parcialmente compensado por la variación de la UF. Lo anterior, parcialmente compensado por un aumento de CLP 19.670 millones en las obligaciones por derechos de uso, debido al reconocimiento de nuevos contratos y a la variación de la UF durante el período.
- b. Disminución de CLP 2.506 millones en beneficios a los empleados, principalmente explicado por la disminución de CLP 2.493 millones en la provisión de beneficios y bonos, por el traspaso de no corriente a corriente.

2.3 Patrimonio

El **patrimonio** presenta un aumento de CLP 28.239 millones (3,9%), explicado principalmente por la variación de CLP 27.241 millones en resultados acumulados, debido al resultados del período (CLP 75.707 millones), parcialmente compensado por pagos de dividendos durante el período (CLP 48.466 millones).



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

Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los años terminados al 30 de diciembre de 2021 y 2020

(Millones CLP)	Diciembre 2021	Diciembre 2020	Δ\$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	239.846	177.523	62.323
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	(47.196)	(40.898)	(6.298)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(276.572)	10.281	(286.853)
Incremento (Disminución) Neto en el Efectivo y Equivalentes al efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio	(83.922)	146.906	(230.828)
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo	(83.922)	146.906	(230.828)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	197.716	50.810	146.906
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	113.794	197.716	(83.922)

Durante el año 2021, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 239.846 millones, mayor en CLP 62.323 millones con respecto a los CLP 177.523 millones obtenidos durante el año 2020. La mayor generación de flujo operacional se explica principalmente por el aumento de CLP 246.190 millones en cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios, parcialmente compensado por mayores pagos a proveedores (CLP 171.655 millones) y mayores pagos a empleados (CLP 3.455 millones).

El flujo utilizado en **actividades de inversión** alcanzó una salida neta de CLP -47.196 millones durante el año 2021, una variación de CLP 6.298 millones con respecto a los CLP -40.898 millones del año 2020. La principal salida de efectivo en el período corresponde al **CAPEX**, que incluye las compras de propiedades, planta y equipo y también las compras de activos intangibles, y totaliza CLP 46.708 millones en el año 2021, comparado con CLP 32.139 millones en el año 2020.

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó una salida neta de CLP -276.572 millones durante el año 2021, principalmente explicado por: (i) reembolsos de préstamos por CLP 120.600 millones; (ii) pagos de dividendos por CLP 57.414 millones; (iii) pagos de pasivos por arrendamiento financiero por CLP 48.598 millones; y (iv) pagos de intereses por CLP 49.961 millones. Asimismo, en el año 2020, alcanzó una entrada neta de CLP 10.281 millones, principalmente explicado por: importes procedentes de préstamos por CLP 210.331 millones (corto y largo plazo), incluyendo la colocación de los bonos serie AK en junio (UF 3 millones) y los bonos serie AL en diciembre (UF 3 millones) y otras deudas cortas contratadas durante el período (aproximadamente CLP 38.500 millones), parcialmente contrarrestado por: (i) reembolsos de préstamos por CLP 74.536 millones; (ii) pagos de intereses por CLP 48.728 millones; (iii) pagos de pasivos por arrendamiento financiero por CLP 50.823 millones; y (iv) pagos de dividendos por CLP 25.962 millones.



4. Indicadores Financieros

Cuadro 10: Indicadores Financieros

			Dic. 2021	Dic. 2020
LIQUIDEZ				
Índice de Liquidez	veces	$\text{Activo corriente} / \text{Pasivo corriente}$	0,84	0,84
Razón Ácida	veces	$(\text{Activo corriente menos inventario}) / \text{Pasivo corriente}$	0,47	0,53
ENDEUDAMIENTO				
Pasivo Exigible / Activos Totales	veces	$\text{Total pasivos} / \text{Total activos}$	0,66	0,67
Pasivo Exigible / Patrimonio	veces	$\text{Total pasivos} / \text{Patrimonio}$	1,95	2,01
Deuda Financiera Neta / Patrimonio	veces	$(\text{Otros pasivos financieros corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso corrientes} + \text{Otros pasivos financieros no corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso no corrientes} - \text{Efectivo y equivalentes al efectivo}) / \text{Patrimonio}$	0,55	0,59
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	$\text{Total pasivos corrientes} / \text{Total pasivos}$	42,69	41,46
Pasivo Financiero Neto / EBITDA	veces	$(\text{Otros pasivos financieros corrientes} + \text{Otros pasivos financieros no corrientes} - \text{Efectivo y equivalentes al efectivo}) / \text{EBITDA de los últimos 12 meses}$	3,86	4,62
Deuda Financiera Neta / EBITDA	veces	$(\text{Otros pasivos financieros corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso corrientes} + \text{Otros pasivos financieros no corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso no corrientes} - \text{Efectivo y equivalentes al efectivo}) / \text{EBITDA de los últimos 12 meses}$	1,85	2,29
ACTIVIDAD				
Rotación de Inventarios	días	$\text{Inventario promedio del período} / \text{Costo de ventas diario del período}$	43,22	42,52
Rotación de Cuentas por Cobrar	días	$\text{Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes promedio del período} / (\text{Ingreso por actividades ordinarias diario del período multiplicado} * 1,19)$	11,33	11,97
Rotación de Cuentas por Pagar	días	$\text{Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes promedio del período} / (\text{Costo de ventas diario del período} * 1,19)$	67,90	69,28
EFICIENCIA (Anualizado)				
Cobertura de Gastos Financieros (Últimos 12 meses)	veces	$\text{EBITDA de los últimos 12 meses} / (\text{gastos financieros de los últimos 12 meses} - \text{ingresos financieros de los últimos 12 meses})$	4,88	3,82
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%		29,15	29,74
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM		225,780	185,471
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%		9,13	8,01
RENTABILIDAD (Anualizado)				
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	$\text{Utilidad últimos 12 meses} / \text{Activos totales}$	3,41	1,37
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	$\text{Utilidad últimos 12 meses} / (\text{Activos totales} - \text{plusvalía})$	4,33	1,75
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	$\text{Utilidad últimos 12 meses} / \text{Patrimonio}$	10,06	4,12
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	$\text{Resultado operacional últimos 12 meses} / (\text{Cuentas por cobrar} + \text{inventarios} + \text{intangibles} + \text{plusvalía} + \text{propiedad, planta y equipos})$	9,27	6,60
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	$\text{Resultado operacional últimos 12 meses} / (\text{Cuentas por cobrar} + \text{inventarios} + \text{intangibles} + \text{propiedad, planta y equipos})$	13,26	9,63

Con respecto a los indicadores de **liquidez**, la variación entre diciembre 2020 y diciembre 2021 se explica principalmente por la disminución en la diferencia entre activos corrientes e inventarios, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, la principal variación se observa en los ratios de pasivo financiero neto/EBITDA y deuda financiera neta/EBITDA, y obedece al aumento del EBITDA de los últimos 12 meses, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **actividad**, no hay variaciones significativas en el período.

Con respecto a los indicadores de **eficiencia**, la mejora en la cobertura de gastos financieros se explica principalmente por el aumento del EBITDA de los últimos 12 meses, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **rentabilidad**, las principales variaciones se explican por las mejoras en la utilidad y el resultado operacional de los últimos 12 meses.



5. Gestión de Riesgos

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 31 de diciembre de 2021, se encuentra una descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía, así como de las medidas utilizadas para mitigar dichos riesgos.

6. Hechos Relevantes del Período

1. Mediante hecho esencial de fecha 11 de enero de 2021, se comunicó que el accionista Inversiones SAMS SpA, titular de más del 10% de las acciones con derecho a voto emitidas por SMU S.A. (en adelante, la “Sociedad”), ha solicitado al Directorio que convoque a Junta Extraordinaria de Accionistas con el objeto de que se someta a evaluación y aprobación repartir un dividendo eventual en los términos que más adelante se indican.

El Directorio consideró la solicitud del accionista Inversiones SAMS SpA, y acordó en su sesión extraordinaria celebrada el día 11 de enero de 2021, lo siguiente:

Citar a Junta Extraordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta”) de la Sociedad para el día 29 de enero de 2021, a las 10:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, con el objeto de tratar y pronunciarse sobre la materia que a continuación se señala:

Repartir como dividendo eventual a todos los accionistas con cargo a las utilidades acumuladas de ejercicios anteriores, la cantidad total de \$10.608.000.000.-, lo que corresponde a un dividendo de \$1,83765 por acción. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 5 de febrero de 2021 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.

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

2. Como consecuencia de las iniciativas de eficiencia operacional en el marco del plan estratégico de la Compañía que considera la incorporación de herramientas tecnológicas y rediseños de procesos en tiendas, la Compañía elaboró un plan de optimización de su estructura organizacional, el que fue aprobado por el Directorio con fecha 25 de enero de 2021 y que se implementó en el mes de febrero de 2021. El costo del plan es de aproximadamente \$13 mil millones, cuya contabilización se verá reflejada en los estados financieros del primer trimestre del año 2021.
3. Mediante hecho esencial de fecha 29 de enero de 2021, se comunicó que en Junta de Accionistas celebrada el mismo día, se acordó repartir como dividendo eventual a todos los accionistas, con cargo a las utilidades acumuladas de ejercicios anteriores, un dividendo de \$1,83765 por acción, lo que corresponde a la cantidad de \$10.607.975.859. Dicho dividendo



se pagará a contar del 5 de febrero de 2021, a los accionistas inscritos en el registro de Accionistas de la Sociedad al quinto día hábil anterior a esa fecha.

4. Con fecha 1 de febrero de 2021, se informó que la Fiscalía Nacional Económica (FNE) notificó la resolución que extiende, por un máximo de 90 días hábiles, el análisis de la venta del negocio de conveniencia OK Market a OXXO (Femsa Comercio), informada al mercado el 8 de octubre de 2020 y que las partes notificaron oportunamente a la autoridad, siguiendo los pasos y requerimientos establecidos para la materialización de la transacción.
5. Mediante hecho esencial, de fecha 30 de marzo de 2021, se comunicó que el Directorio de SMU S.A. acordó:
 - a. Citar a Junta Ordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta”) de la Sociedad para el día 20 de abril de 2021, a las 10:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, y someter a consideración de la Junta todos los asuntos de su competencia, incluyendo las siguientes materias:
 - Pronunciamiento sobre la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2020;
 - Pronunciamiento sobre el Informe de los Auditores Externos;
 - Elección de los miembros del Directorio;
 - Pronunciamiento sobre la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2021 e informar gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2020;
 - Informar sobre las actividades y gastos del Comité de Directores del ejercicio 2020 y determinación de su remuneración y presupuesto para el ejercicio 2021;
 - Dar a conocer la información prevista en el Título XVI de la Ley 18.046;
 - Designación de la Empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2021;
 - Designación de los Clasificadores Privados de Riesgo para el ejercicio 2021;
 - Pago de dividendo y distribución de utilidades del ejercicio 2020;
 - Designación del periódico donde se realizarán las publicaciones de la Sociedad hasta la próxima junta ordinaria de accionistas; y
 - Otras materias de interés social y de competencia de la Junta.
 - b. Proponer a la Junta Ordinaria de Accionistas, repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2020, un dividendo de \$2,03769 por acción, lo que corresponde a un monto total de \$11.762.722.134. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 27 de abril de 2021 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.

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

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



7. Con fecha 19 de abril, la empresa calificador de riesgos Feller-Rate mejoró la clasificación de los bonos de SMU desde A- (tendencia estable) hasta A (tendencia estable).
8. Mediante hecho esencial de fecha 20 de abril de 2021, se comunicó que en Junta Ordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta”) de la Sociedad, se acordó:
 - (1) Aprobar la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio del año 2020.
 - (2) Aprobar el Informe de los Auditores Externos.
 - (3) Elegir como directores de la Sociedad para los próximos tres años a las personas que a continuación se indican:
 - a. Pilar Dañobeitia Estades
 - b. Francisca Saieh Guzmán
 - c. Alejandro Alvarez Aravena
 - d. Abel Bouchon Silva
 - e. Fernando Del Solar Concha
 - f. Andrés Olivos Bambach
 - g. Raúl Sotomayor Valenzuela
 - h. Rodrigo Pérez Mackenna (Director Independiente)
 - i. Tina Rosenfeld Kreisselmeyer (Director Independiente)
 - (4) Aprobar la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2021. Se informó además de los gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2020.
 - (5) Aprobar las remuneraciones del Comité de Directores para el ejercicio 2021 junto con informar sobre las actividades y gasto de dicho Comité durante el ejercicio 2020.
 - (6) Aprobar el informe sobre las operaciones del título XVI de la Ley 18.046.
 - (7) Designar a KPMG Auditores Consultores Limitada como empresa de auditoría externa para el ejercicio 2021; y a Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada e ICR Compañía Clasificadora de Riesgo Limitada, como clasificadoras de riesgo para el ejercicio 2021.
 - (8) Designar al diario La Tercera en su segmento el Pulso como periódico en el cual deberán realizarse las publicaciones sociales.
 - (9) Repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2020, un dividendo de \$2,03769 por acción lo que corresponde a un monto total de \$11.762.722.134 que se pagará a contar del día 27 de abril de 2021, a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad al quinto día hábil anterior a dicha fecha.
9. Mediante hecho esencial de fecha 27 de abril de 2021, se informó los siguientes acuerdos adoptados por el Directorio en su sesión celebrada con fecha 26 de abril de 2021:
 - (1) Designar como Presidenta del Directorio a doña Pilar Dañobeitia Estades y como Vicepresidenta a doña Francisca Saieh Guzmán.



- (2) Designar como integrantes del Comité de Directores constituido de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley 18.046, a doña Tina Rosenfeld Kreisselmeyer, don Alejandro Álvarez Aravena y don Rodrigo Pérez Mackenna.
- (3) Designar a los siguientes Directores como miembros de otros Comités del Directorio:

Comité de Auditoría y Riesgos

Pilar Dañobeitía
Andrés Olivos
Tina Rosenfeld

Comité de Inversiones

Abel Bouchon
Pilar Dañobeitía
Rodrigo Pérez
Andrés Olivos

Comité de Personas

Fernando Del Solar
Pilar Dañobeitía
Francisca Saieh

Comité de Sostenibilidad

Tina Rosenfeld
Pilar Dañobeitía
Francisca Saieh
Fernando Del Solar

Comité de Cumplimiento

Pilar Dañobeitía
Andrés Olivos
Tina Rosenfeld

10. Mediante hecho esencial de fecha 2 de junio de 2021, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$3.782.480.985, lo que corresponde a un dividendo de \$0,65525 por acción, con cargo a las utilidades del ejercicio 2021. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades acumuladas al 31 de marzo del presente ejercicio. El pago de este dividendo se efectuará a contar del día 23 de junio de 2021 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
11. Con fecha 4 de junio de 2021, se informó que el plazo para que la Fiscalía Nacional Económica (FNE) finalizara la revisión de la venta del negocio de conveniencia OK Market a Oxxo, que se extendía hasta el 9 de junio, se había suspendido, ya que las partes ofrecieron medidas de



mitigación para consideración de esa autoridad. Esta suspensión legal se extendía por 15 días hábiles renovables y es habitual en esta clase de procesos.

12. Mediante hecho esencial del día 27 de julio de 2021, la Sociedad informó acuerdo con Inmobiliaria Santander S.A., de acuerdo al siguiente detalle:

SMU S.A. con Inmobiliaria Santander S.A. (ISSA), celebraron con esa misma fecha, un Contrato Marco Vinculante para el arrendamiento por 35 años de hasta 22 locales comerciales donde operaban supermercados de la cadena Montserrat (en adelante el “Acuerdo”).

En Línea con el desarrollo de uno de los pilares del plan estratégico 2020-2022 de la Sociedad, que es el crecimiento orgánico, el Acuerdo tiene por objeto acelerar dicho crecimiento y ampliar la cobertura de los formatos en la Región Metropolitana y en la V Región donde SMU tiene la menor participación del país.

El perfeccionamiento del Acuerdo se encuentra sujeto a una serie de condiciones, incluyendo entre otras, la realización de parte de SMU de un *due diligence* respecto de los locales comerciales ISSA, y a la aprobación por parte de las autoridades de libre competencia, en cumplimiento a lo establecido en la Resolución N°43/2012 dictada por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, lo que se hará dentro de las próximas semanas.

Finalmente se comunica, que a la fecha del hecho esencial no es posible determinar con precisión el impacto que los hechos informados mediante esta comunicación pudieran tener en los resultados de la Sociedad. Asimismo, y en virtud de las condiciones a las cuales se encuentra sujeto el Acuerdo, tampoco es posible determinar con exactitud la fecha estimada para su perfeccionamiento.

13. Mediante hecho esencial de fecha 30 de agosto de 2021, se comunicó que sesión de Directorio del mismo día, se adoptó el siguiente acuerdo:

Repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de M\$14.332.269, lo que corresponde a un dividendo de \$2,48282 por acción, con cargo a las utilidades del segundo trimestre de 2021. Dicho pago se efectuó a partir del 28 de septiembre de 2021.

14. Con fecha 26 de noviembre de 2021, se informó que con la misma fecha, la Fiscalía Nacional Económica resolvió aprobar la venta del negocio de conveniencia OK Market a FEMSA Comercio S.A. de C.V., operadora en Chile de las tiendas de conveniencia OXXO, sujeta a las medidas propuestas por las partes.

Producto de lo anterior, el proceso de venta—informado el 8 de octubre de 2020—seguirá avanzando. La materialización de la transacción está sujeta a las medidas propuestas a la Fiscalía Nacional Económica, la realización de un proceso de *due diligence* confirmatorio por la parte compradora y la posterior firma del contrato de compraventa de acciones.

Para acceder al comunicado emitido por la Fiscalía Nacional Económica, pinche el siguiente link: <https://www.fne.gob.cl/fne-aprueba-la-compra-de-ok-market-por-parte-de-oxxo-sujeta-a-la-desinversion-de-16-locales-y-otras-medidas-de-mitigacion/>

15. Mediante hecho esencial de fecha 29 de noviembre de 2021, se comunicó que en sesión de Directorio del mismo día, se adoptó el siguiente acuerdo:

Repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de M\$16.928.543, lo que corresponde a un dividendo de \$2,93258 por acción, con cargo a las utilidades del tercer trimestre de 2021. Dicho pago se efectuó a partir del 22 de diciembre de 2021.



7. Hechos Posteriores

1. Con fecha 28 de febrero de 2022, mediante hecho esencial, se comunicó:
 - a) Tal como se informó mediante hecho esencial de fecha 8 de octubre de 2020, Supermercados Chile S.A. e Inversiones SMU SpA (conjuntamente denominados como los “Vendedores”), ambas sociedades filiales de la Sociedad y dueñas del 100% del capital accionario de OK Market S.A. (“OK Market”), celebraron un acuerdo vinculante (en adelante el “Acuerdo”) con FEMSA Comercio, S.A. de C.V. (en adelante “FEMSA” y conjuntamente con los Vendedores, denominadas como las “Partes”), para la venta del 100% del capital accionario de su propiedad en OK Market y de la mercadería que se mantenga en las distintas tiendas de OK Market a la fecha del cierre (en adelante la “Transacción”).
 - b) En el referido hecho esencial se informó que la Transacción se encontraba sujeta a una serie de condiciones para su cierre, incluyendo, entre otras, la aprobación de la Transacción por parte de las autoridades de libre competencia, la negociación y acuerdo del contrato de compraventa de acciones en virtud del cual se transferirán las acciones objeto de la Transacción, y la realización por parte de FEMSA de un due diligence respecto de los Vendedores, OK Market, sus activos y negocios.
 - c) Con fecha 26 de noviembre de 2021 la Fiscalía Nacional Económica (FNE) aprobó la Transacción sujeta al cumplimiento, en su oportunidad, de determinadas medidas de mitigación ofrecidas por las partes.
 - d) Habiéndose cumplido los requerimientos regulatorios que permiten materializar la Transacción y luego de haber concluido de manera satisfactoria el proceso de due diligence realizado por FEMSA, por medio del presente hecho esencial se informa que con fecha de hoy se ha materializado la venta de OK Market, mediante la firma de un contrato de compraventa de acciones.
 - e) El precio percibido por la Sociedad con motivo de la Transacción alcanzó la suma total de CLP 49.473.788.613. Tal como fue señalado en el hecho esencial de fecha 8 de octubre de 2020, el Directorio de SMU aprobó que los fondos procedentes de esta transacción vayan principalmente a potenciar la ejecución de su plan estratégico.
 - f) Se estima que el impacto en las utilidades de la Sociedad del primer trimestre de 2022 será de aproximadamente CLP 20 mil millones.



Acerca de SMU

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

Advertencia Acerca de Proyecciones Estimadas

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

Información de Contacto

Inversionistas, favor contactarse con:

Carolyn McKenzie: cmckenzie@smu.cl

Medios de comunicación, favor contactarse con:

Andrea Osorio: aosorio@smu.cl

Sebastián De Ferrari: sdeferrari@smu.cl

