



2019100177386

07/10/2019 12:01 Operador: PAFRANCO
DIVISION CONTROL FINANCIERO VALORES
Nro. Inscrip: 1076v

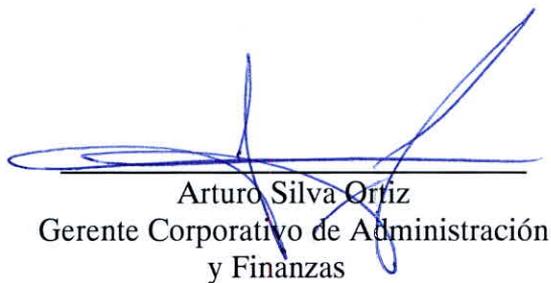
Señor
Joaquín Cortez H.
Presidente
Comisión para el Mercado Financiero
Presente

Ref: Adjunta presentación.

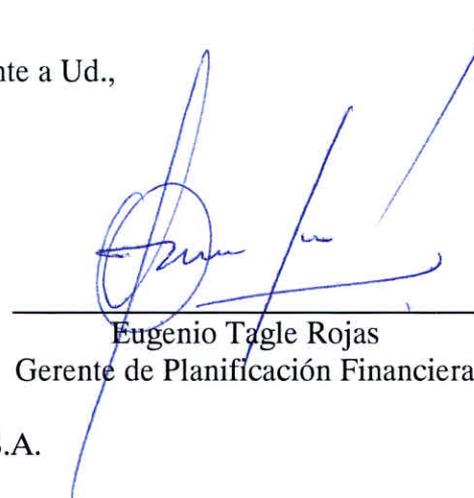
De nuestra consideración:

En virtud de lo dispuesto en la Ley N° 18.045, de Mercado de Valores, y en la Sección IV de la Norma de Carácter General N° 30 emitida por esta Comisión, y debidamente facultados, solicitamos tener por acompañada una copia de la presentación comercial de SMU S.A. (la “**Sociedad**”) a ser utilizada en el proceso de colocación de los Bonos Serie AA, Bonos Serie AB y Bonos Serie AC a efectuarse por la Sociedad con cargo a las líneas de bonos inscritas en el Registro de Valores que lleva esta Comisión bajo los números 964 y 965.

Sin otro particular, saludan muy atentamente a Ud.,



Arturo Silva Ortiz
Gerente Corporativo de Administración
y Finanzas



Eugenio Tagle Rojas
Gerente de Planificación Financiera

pp. SMU S.A.

Adj.: Lo indicado



SMU S.A. Emisión de Bonos Corporativos



OCTUBRE 2019



Asesor Financiero:

Link CAPITAL PARTNERS

Asesor Financiero y Agente Colocador:

BICE INVERSIONES

DISCLAIMER

“LA COMISIÓN PARA EL MERCADO FINANCIERO NO SE PRONUNCIA SOBRE LA CALIDAD DE LOS VALORES OFRECIDOS COMO INVERSIÓN. LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE DOCUMENTO ES DE RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL EMISOR, Y DE LOS ASESORES QUE HAN PARTICIPADO EN SU ELABORACIÓN. EL INVERSIONISTA DEBERÁ EVALUAR LA CONVENIENCIA DE LA ADQUISICIÓN DE ESTOS VALORES, TENIENDO PRESENTE QUE ÉL O LOS ÚNICOS RESPONSABLES DEL PAGO DE LOS DOCUMENTOS SON EL EMISOR Y QUIENES RESULTEN OBLIGADOS A ELLO.

LA INFORMACIÓN RELATIVA A LOS ASESORES ES DE RESPONSABILIDAD DE LOS ASESORES RESPECTIVOS, CUYOS NOMBRES APARECEN IMPRESOS EN ESTA PÁGINA.

LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTA PRESENTACIÓN ES UNA BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA EMISIÓN Y DE LA ENTIDAD EMISORA, NO SIENDO ÉSTA TODA LA INFORMACIÓN REQUERIDA PARA TOMAR UNA DECISIÓN DE INVERSIÓN. MAYORES ANTECEDENTES SE ENCUENTRAN DISPONIBLES EN LA SEDE DE LA ENTIDAD EMISORA, EN LAS OFICINAS DE LOS INTERMEDIARIOS COLOCADORES Y EN LA COMISIÓN PARA EL MERCADO FINANCIERO.

Señor inversionista:

Antes de efectuar su inversión usted deberá informarse cabalmente de la situación financiera de la sociedad emisora y deberá evaluar la conveniencia de la adquisición de estos valores teniendo presente que el único responsable del pago de los documentos son el emisor y quienes resulten obligados a ellos.

El intermediario deberá proporcionar al inversionista la información contenida en el prospecto presentado con motivo de la solicitud de inscripción al Registro de Valores, antes de que efectúe su inversión.

Este documento ha sido elaborado por SMU S.A. en conjunto con Link Capital Partners SpA y Bice Chileconsult Asesorías Financieras 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 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 REGULADORIO 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.

CONTENIDOS

1. ATRACTIVOS DE INVERSIÓN
2. EMISIÓN DE BONOS CORPORATIVOS
3. ANEXOS



1. ATRACTIVOS DE INVERSIÓN

EMPRESA DE RETAIL DE ALIMENTOS LÍDER EN CHILE, CON MÚLTIPLES FORMATOS Y AMPLIA COBERTURA DEL MERCADO

4 FORMATOS	SEGMENTOS DE RETAIL DE ALIMENTOS	SUPERMERCADO	MAYORISTA	CONVENIENCIA	E-GROCERY	
5 MARCAS	MARCAS CON ALTO NIVEL DE RECONOCIMIENTO					
						
VENTAS⁽¹⁾ US\$3,2 BN	ECONOMÍAS DE ESCALA	US\$2.246 MM	US\$826 MM	US\$73 MM	US\$16 MM	
20,4% MARKET SHARE⁽²⁾	OFERTA DE PRODUCTOS BASADA EN ALIMENTOS	✓ 98% DE INGRESOS PROVIENEN DE ALIMENTOS ⁽³⁾				
508 LOCALES	MAYOR RETAILER DE ALIMENTOS EN CHILE⁽⁴⁾	✓ MÁS DE 20 MILLONES DE TRANSACCIONES MENSUALES ⁽⁵⁾ ✓ CERCA DE 10 MILLONES DE CLIENTES ÚNICOS IDENTIFICADOS				
100%	COBERTURA REGIONAL EN CHILE	✓ ADICIONALMENTE CUENTA CON PRESENCIA EN PERÚ (MAYORSA Y MAXIAHORRO)				
US\$1,3 BN MKT CAP⁽⁶⁾	FREE FLOAT 38%	✓ ACCIONES TRANSAN EN LA BOLSA DE COMERCIO DE SANTIAGO (SMU)				

(1) 12 MESES TERMINADOS AL 30 DE JUNIO DE 2019. INCLUYE OPERACIONES DE SMU PERÚ (MAXIAHORRO Y MAYORSA). CLP 720,20/US\$ TIPO DE CAMBIO ILUSTRATIVO CONSIDERANDO EL DÓLAR OBSERVADO AL 31 DE AGOSTO DE 2019
 (2) CÁLCULO CONSIDERA INGRESOS DE OPERACIONES DE RETAIL DE ALIMENTOS EN CHILE (SEGMENTO SUPERMERCADOS CHILE) DIVIDIDOS POR INGRESOS TOTALES DE LA INDUSTRIA DE SUPERMERCADOS EN CHILE PARA EL AÑO 2018 SEGÚN EL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DE CHILE ("INE"). INE CONSIDERA INGRESOS DE TIENDAS CON TRES O MÁS CAJAS
 (3) CONSIDERA INGRESOS DEL SEGMENTO SUPERMERCADOS CHILE DURANTE EL AÑO 2018
 (4) CONSIDERA NÚMERO DE TIENDAS DEL SEGMENTO SUPERMERCADOS CHILE DE SMU AL 30 DE JUNIO DE 2019 E INFORMACIÓN PÚBLICAMENTE DISPONIBLE SOBRE EL # DE TIENDAS DE LA COMPETENCIA DE SMU
 (5) EN BASE AL NÚMERO PROMEDIO DE TRANSACCIONES MENSUALES PARA EL SEGMENTO SUPERMERCADOS CHILE PARA EL AÑO 2018
 (6) AL 31 DE AGOSTO DE 2019. CLP 720,20/US\$ TIPO DE CAMBIO ILUSTRATIVO CONSIDERANDO EL DÓLAR OBSERVADO AL 31 DE AGOSTO DE 2019

FORTALEZAS COMPETITIVAS ALINEADAS CON PREFERENCIAS Y HÁBITOS DE CONSUMIDORES...

DRIVERS DE ELECCIÓN DE SUPERMERCADO EN CHILE (1)

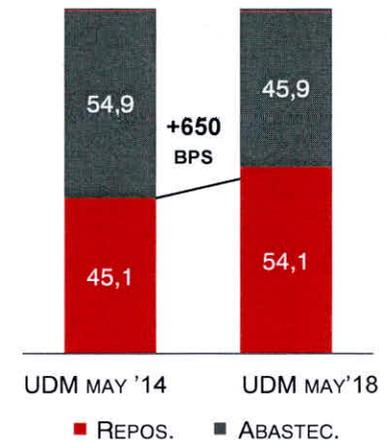


✓ EL DRIVER NÚMERO 1 ES UBICACIÓN, SEGUIDO POR PRECIO Y PROMOCIONES

MISIONES DE COMPRA (2)

- C ABASTECIMIENTO**
- ESTAS CANASTAS DE COMPRA LLEVAN MÁS DE 10 CATEGORÍAS DE PRODUCTOS
 - SE REALIZA ENTRE 1 Y 2 VECES AL MES
- D REPOSICIÓN**
- CANASTAS DE COMPRA LLEVAN 10 O MENOS CATEGORÍAS DE PRODUCTOS
 - SE REALIZA MÁS DE 2 VECES AL MES, HASTA DIARIAMENTE

% DE VENTAS DE SUPERMERCADOS



✓ PROXIMIDAD Y PRODUCTOS PERECIBLES SON DRIVERS PARA COMPRAS DE REPOSICIÓN

FORTALEZAS DE SMU

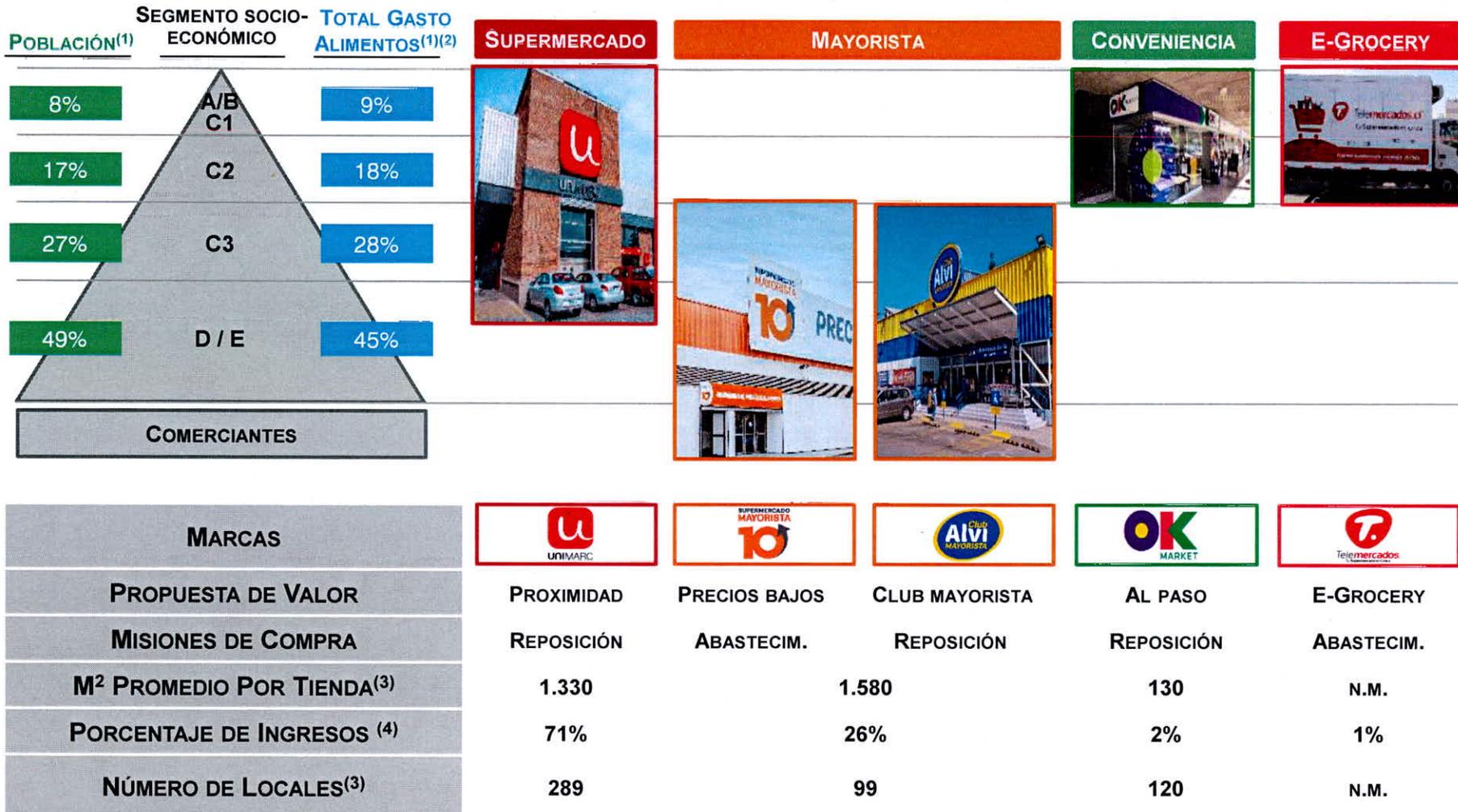


FUENTE: SMU

(1) ENCUESTA ACTIVA RESEARCH.2017.

(2) ESTUDIO "MISIONES DE COMPRA" DE KANTAR WORLDPANEL. LA INFORMACIÓN DE KANTAR WORLDPANEL ESTÁ BASADA EN INFORMACIÓN DE COMPRA SEMANAL DE LOS HOGARES EN UNA CANASTA DE CONSUMO MASIVO, REPRESENTANDO EL 74% DE LA POBLACIÓN CHILENA. PERÍODO: AÑOS MÓVILES TERMINADO SAL 31 DE MAYO DE 2014 Y 31 DE MAYO DE 2018.

...CON AMPLIA COBERTURA GEOGRÁFICA Y DE SEGMENTOS SOCIOECONÓMICOS (1/2)



FUENTE: INE, SMU

(1) FUENTE: KANTAR WORLDSPANEL 2016. RELATIVE IMPORTANCE OF SOCIOECONOMIC SEGMENT, TICKET AND FREQUENCY ACCORDING TO "SHOPPING MISSIONS" REPORT BY KANTAR WORLDSPANEL. INFORMATION BY KANTAR WORLDSPANEL CHILE IS BASED ON WEEKLY PURCHASING INFORMATION OF FAST MOVING CONSUMER GOODS BY CHILEAN HOUSEHOLDS, REPRESENTING 74% OF THE CHILEAN POPULATION FOR THE 12-MONTH PERIOD BETWEEN JULY 2015 AND JUNE 2016

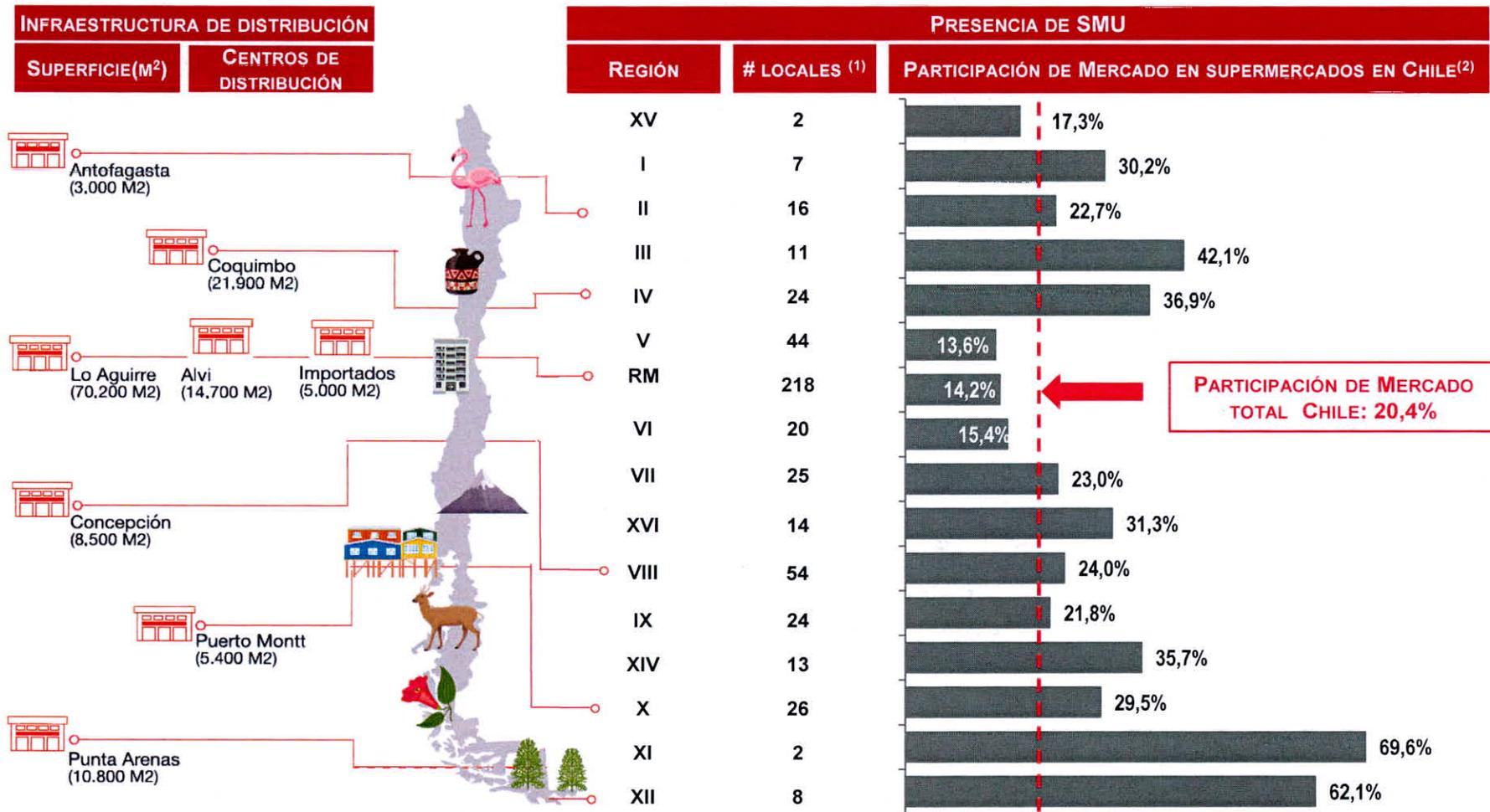
(2) FUENTE: KANTAR WORLDSPANEL 2016. EACH SEGMENT'S FOOD EXPENDITURE AS % OF TOTAL FOOD EXPENDITURE

(3) AL 30 DE JUNIO DE 2019

(4) DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE MARZO DE 2019. CONSIDERA OPERACIONES DE SUPERMERCADOS CHILE

...CON AMPLIA COBERTURA GEOGRÁFICA Y DE SEGMENTOS SOCIOECONÓMICOS (2/2)

COBERTURA DEL 100% DE LAS REGIONES EN CHILE Y LIDERAZGO EN MÚLTIPLES REGIONES



✓ 100% DE LAS TIENDAS EN CHILE ESTÁN ASEGURADAS A TRAVÉS DE ARRIENDOS DE LARGO PLAZO (3)

FUENTE: INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA Y EL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS ("INE")

(1) NÚMERO DE TIENDAS AL 30 DE JUNIO DE 2019

(2) PARTICIPACIÓN DE MERCADO = VENTAS DE SMU DEL AÑO 2018 / VENTAS POR REGIÓN SEGÚN CIFRAS ENTREGADAS POR EL INE AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018

(3) TODOS LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN TAMBIÉN SON ARRENDADOS, CON LA EXCEPCIÓN DE LO AGUIRRE.

CRECIMIENTO CON RENTABILIDAD: PLAN CIMA 2017-2019



EXPERIENCIA DEL CLIENTE

- ✓ CRECIMIENTO DE LAS VENTAS MEJORANDO ASPECTOS CLAVES DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA DE LOS CLIENTES

INICIATIVAS CLAVES:

- ✓ RECONVERSIÓN DE TIENDAS
- ✓ EFICIENCIA COMERCIAL DESDE EL CLIENTE
- ✓ OPTIMIZACIÓN DE PROMOCIONES
- ✓ E-GROCERY
- ✓ CRECIMIENTO ORGÁNICO



EFICIENCIA OPERACIONAL

- ✓ REDUCCIÓN DE GASTOS OPERACIONALES Y MEJORA EN DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS EN LAS TIENDAS

INICIATIVAS CLAVES:

- ✓ AUMENTO DE LA CENTRALIZACIÓN
- ✓ ESTANDARIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS
- ✓ OPTIMIZACIÓN Y EXPANSIÓN DE LA RED LOGÍSTICA



ORGANIZACIÓN ALINEADA Y COMPROMETIDA

- ✓ LOGRAR LA ALINEACIÓN Y COMPROMISO DE TODA LA ORGANIZACIÓN

INICIATIVAS CLAVES:

- ✓ GESTIÓN DEL TALENTO

SOSTENIBILIDAD

- ✓ FORTALECER RELACIÓN CON STAKEHOLDERS CLAVES

INICIATIVAS CLAVES:

- ✓ PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

DESARROLLO TECNOLÓGICO

- ✓ APOYAR CAMBIANTES NECESIDADES DE OPERACIÓN

INICIATIVAS CLAVES:

- ✓ DATA WAREHOUSE (BUSINESS INTELLIGENCE)
- ✓ CLOUD
- ✓ RENOVACIÓN TECNOLÓGICA

FORTALECIMIENTO DE LA POSICIÓN FINANCIERA

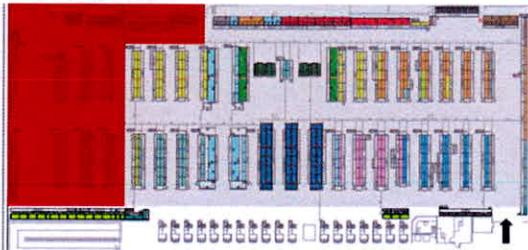
- ✓ MEJORAR ESTRUCTURA DE CAPITAL Y CLASIFICACIONES DE RIESGO

INICIATIVAS CLAVES:

- ✓ AUMENTO DE CAPITAL
- ✓ RENEGOCIACIÓN Y PAGO DE DEUDA

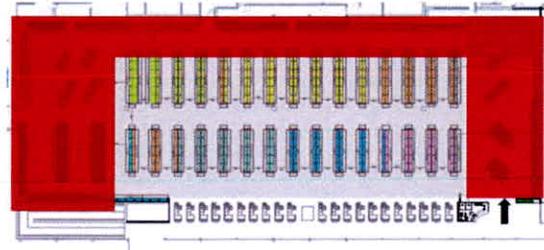
RECONVERSIONES UNIMARC

ANTES



■ PERECIBLES

DESPUÉS



■ NO PERECIBLES

NUEVA PROPUESTA

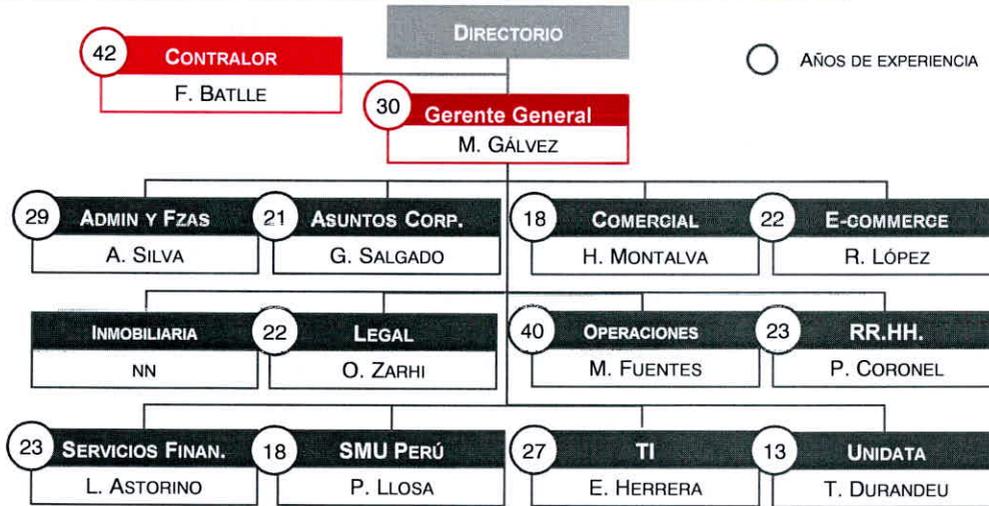
- NUEVO LAY-OUT DE TIENDAS ENFOCADO EN:
 - AUMENTAR ESPACIO DE VENTA PARA CATEGORÍAS DE PRODUCTO DE REPOSICIÓN
 - NAVEGACIÓN DENTRO DE LA TIENDA BASADA EN OCASIONES DE CONSUMO
- NUEVOS MUEBLES Y EQUIPOS
- ILUMINACIÓN LED
- NUEVA APARIENCIA

✓ **PLAN CONSIDERA 130 TIENDAS UNIMARC ENTRE 2017 Y 2021**

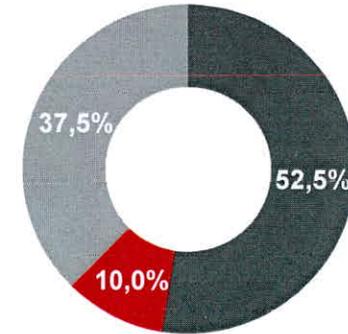


ADMINISTRACIÓN CON EXPERIENCIA Y DIRECTORIO COMPROMETIDO, CON AMPLIO *EXPERTISE* DE LA INDUSTRIA

ADMINISTRACIÓN CON EXPERIENCIA



ESTRUCTURA PROPIEDAD (31-AGO-19)



■ CORPGROUP ■ SOUTHERN CROSS ■ OTROS

GOBIERNO CORPORATIVO

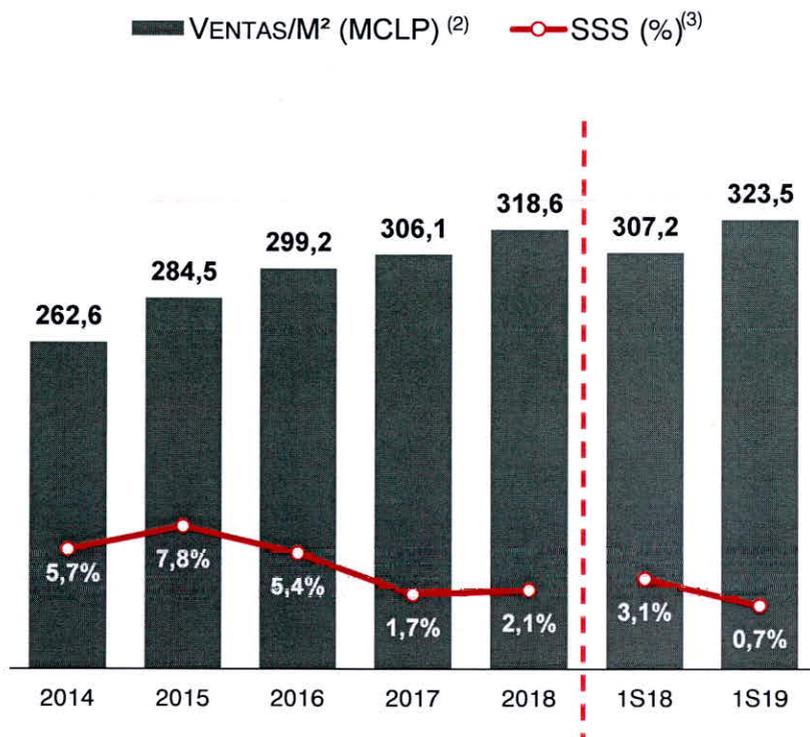
- SMU ESTÁ REGISTRADA CON LA CMF DESDE 2011
- COMITÉ DE DIRECTORES: RESPONSABLE DE SUPERVISAR DEPARTAMENTO DE AUDITORÍA INTERNA, REVISAR COMPENSACIÓN DE EJECUTIVOS Y REVISAR OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS
- OTROS COMITÉS QUE APOYAN A LA ADMINISTRACIÓN:
 - COMITÉ DE SEGUIMIENTO
 - COMITÉ DE INVERSIONES
 - COMITÉ DE CAPITAL HUMANO
 - COMITÉ DE AUDITORÍA

DIRECTORIO: EXPERTISE EN DIVERSAS INDUSTRIAS

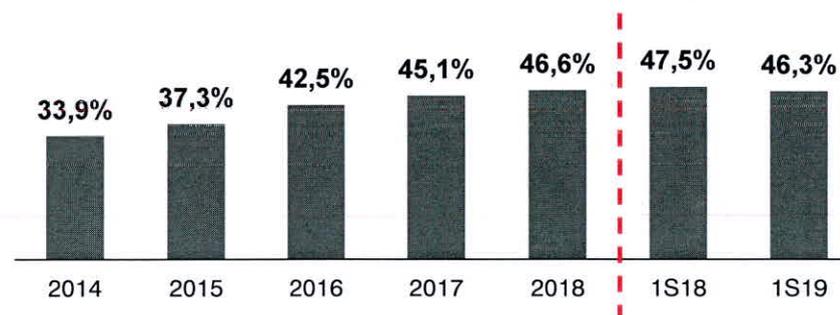
NOMBRE	CARGO	SECTOR EXPERTISE
PILAR DAÑOBEITÍA E.	PRESIDENTA	MULTISECTOR
ÁLVARO SAIEH B.	VICEPRESIDENTE	MULTISECTOR
ALEJANDRO ÁLVAREZ A.	DIRECTOR	LEGAL
ABEL BOUCHON S.	DIRECTOR	CONSUMO & RETAIL
FERNANDO DEL SOLAR C.	DIRECTOR	CONSUMO & RETAIL
ANDRÉS OLIVOS B.	DIRECTOR	CONSUMO & RETAIL
RODRIGO PÉREZ M.	DIRECTOR INDEPENDIENTE	FINANCIERO & PÚBLICO
TINA ROSENFELD K.	DIRECTOR INDEPENDIENTE	CONSUMO & RETAIL
RAÚL SOTOMAYOR V.	DIRECTOR	MULTISECTOR

CRECIMIENTO SOSTENIDO EN VENTA POR METRO CUADRADO ACOMPAÑADO POR MEJORA EN EFICIENCIA OPERACIONAL

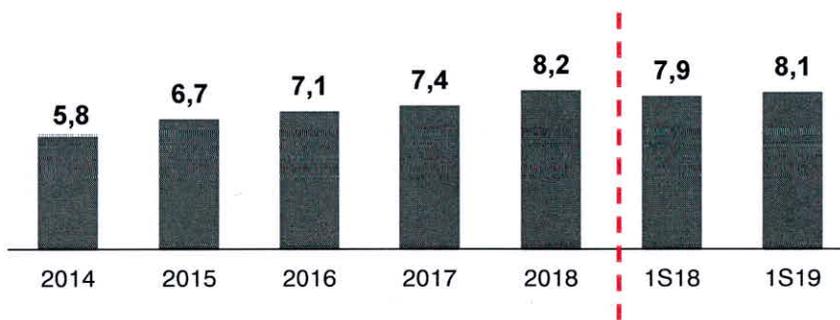
VENTAS/M² Y SAME STORE SALES⁽¹⁾



CENTRALIZACIÓN^(4,5)



PRODUCTIVIDAD: VENTA/JORNADA EQUIVALENTE^(4,6)



- CRECIMIENTO SOSTENIDO EN VENTAS POR METRO CUADRADO
- MEJORA CONSISTENTE EN EFICIENCIA OPERACIONAL: AUMENTO SIGNIFICATIVO EN DISTRIBUCIÓN CENTRALIZADA Y PRODUCTIVIDAD DE EMPLEADOS

FUENTE: SMU.

(1) OPERACIONES DE SUPERMERCADOS CHILE Y PERÚ.

(2) VENTA/M² SE CALCULA COMO VENTAS DEL PERÍODO DIVIDIDO POR ÁREA DE VENTA EN METROS CUADRADOS AL CIERRE DE CADA MES DURANTE EL PERÍODO.

(3) SAME-STORE SALES ("SSS") REFLEJA EL CAMBIO PORCENTUAL EN VENTAS DE NUESTRAS TIENDAS EN OPERACIÓN DURANTE LOS MISMOS MESES DE AMBOS PERÍODOS FINANCIEROS EN COMPARACIÓN. PARA SER INCLUIDO UNA TIENDA DEBE LLEVAR POR LO MENOS 13 MESES CONSECUTIVOS EN OPERACIÓN, A PARTIR DE LA FECHA DE APERTURA O REAPERTURA.

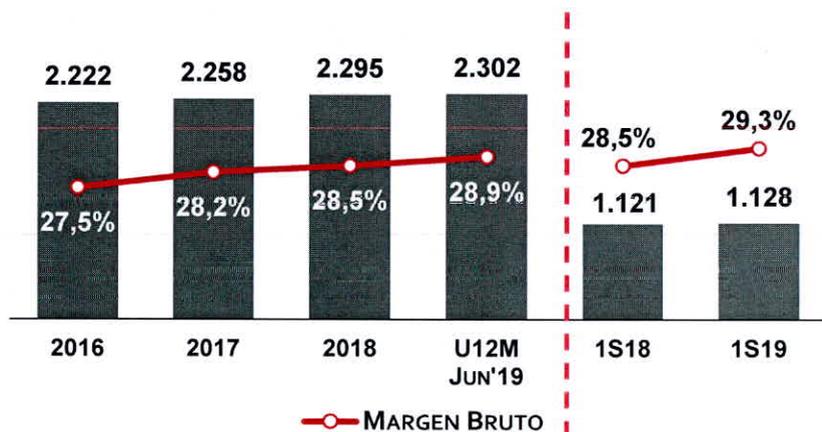
(4) OPERACIONES DE SUPERMERCADOS CHILE.

(5) PORCENTAJE DE INGRESOS DE PRODUCTOS DISTRIBUIDOS POR SMU SOBRE INGRESOS TOTALES DE SUPERMERCADOS CHILE.

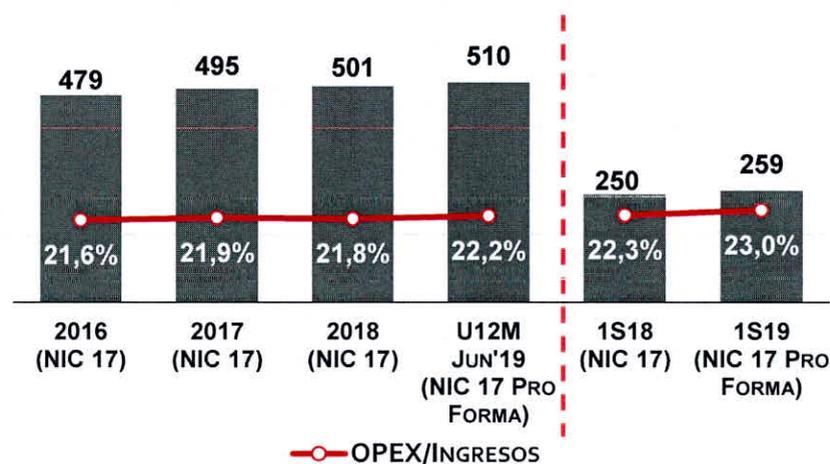
(6) VENTAS MENSUALES PROMEDIO EN MILLONES DE CLP POR JORNADA EQUIVALENTE

RESUMEN DE RESULTADOS FINANCIEROS (1)

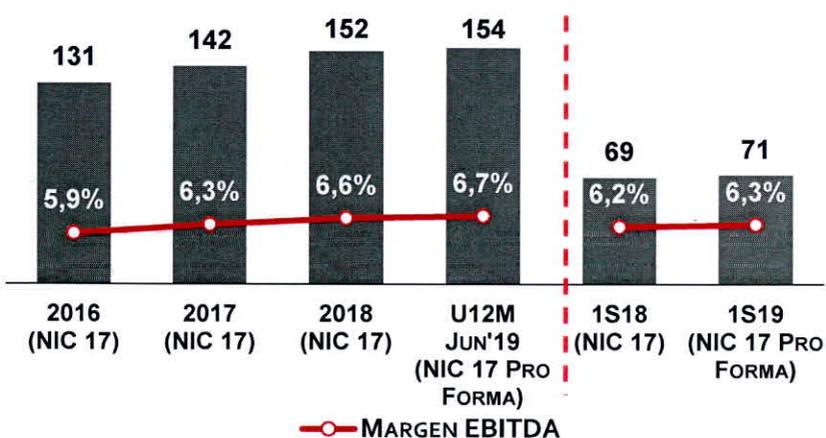
INGRESOS SUPERMERCADOS (CLP MMM)



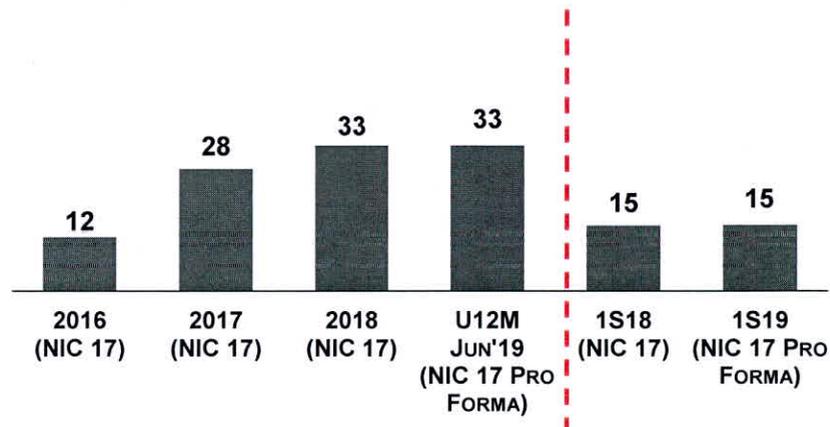
GAV SUPERMERCADOS (2) (CLP MMM)



EBITDA SUPERMERCADOS (3) (CLP MMM)



UTILIDAD NETA CONSOLIDADA (4) (CLP MMM)



FUENTE: SMU

(1) GASTOS OPERACIONALES, EBTDA Y UTILIDAD NETA SON AFECTADOS POR LA APLICACIÓN DE LA NIIF 16 EN 2019. CIFRAS DE ÚLTIMOS 12 MESES A JUNIO 2019 SE CALCULAN CONSIDERANDO CIFRAS PRO FORMA BAJO LA NORMA ANTERIOR, NIC 17, PARA QUE SEAN COMPARABLES CON LAS CIFRAS HISTÓRICAS.

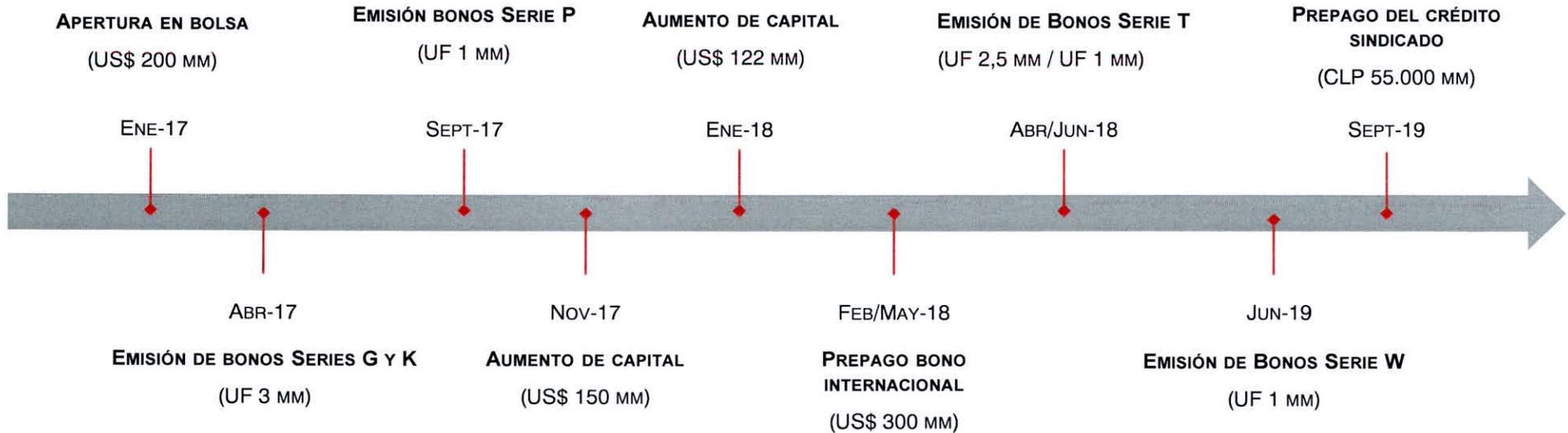
(2) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN + GASTOS DE DISTRIBUCIÓN MENOS DEPRECIACIÓN + AMORTIZACIÓN

(3) EBITDA = MARGEN BRUTO - GASTOS DE DISTRIBUCIÓN - GASTOS DE ADMINISTRACIÓN + DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

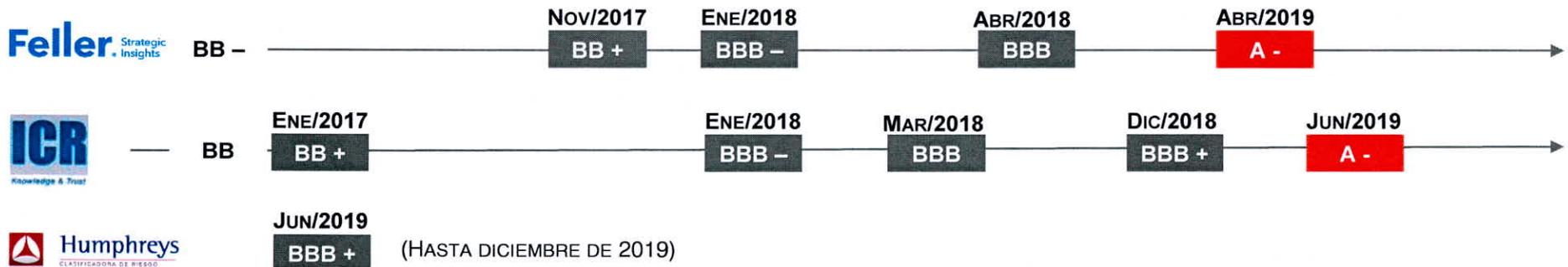
(4) INCLUYE UTILIDAD DE OPERACIONES DISCONTINUADAS (CONSTRUMART)

CAMBIOS RECIENTES EN LA ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

HISTORIA RECIENTE ENFOCADA EN FORTALECER LA ESTRUCTURA DE CAPITAL DE LA COMPAÑÍA



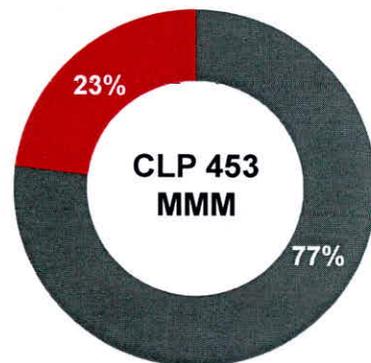
...RESPALDADO POR UNA MEJORA CONTINUA EN LA CLASIFICACIÓN DE RIESGO



PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA DEUDA FINANCIERA

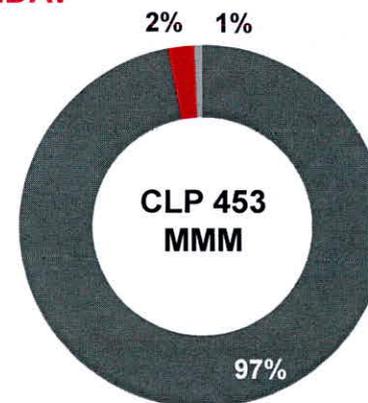
DEUDA FINANCIERA AL 30 DE JUNIO DE 2019 (BONOS Y DEUDA BANCARIA)

POR ACREEDOR:



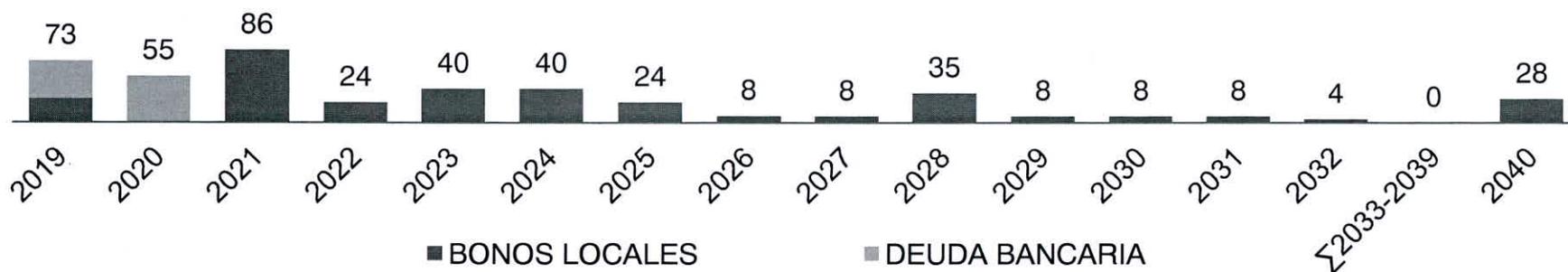
■ BONOS LOCALES ■ DEUDA BANCARIA

POR MONEDA:



■ UF ■ CLP ■ USD

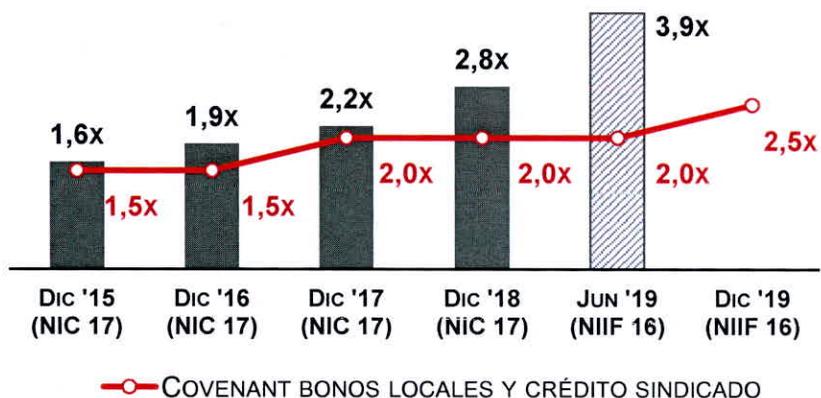
PERFIL DE AMORTIZACIÓN AL 30 DE JUNIO DE 2019 (CLP MMM):



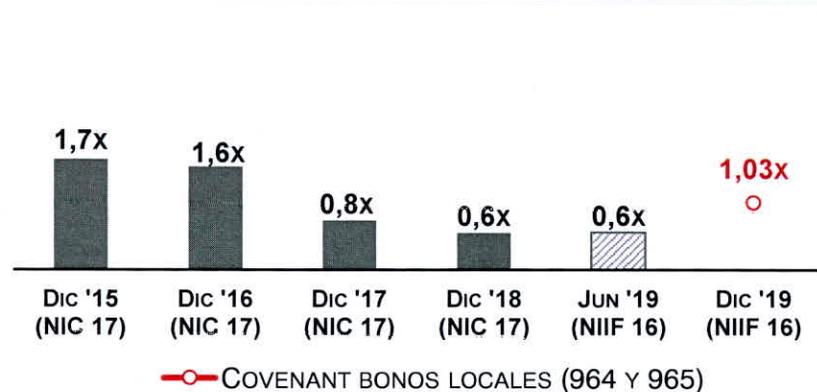
■ BONOS LOCALES ■ DEUDA BANCARIA

RATIOS DE ENDEUDAMIENTO CONTROLADOS

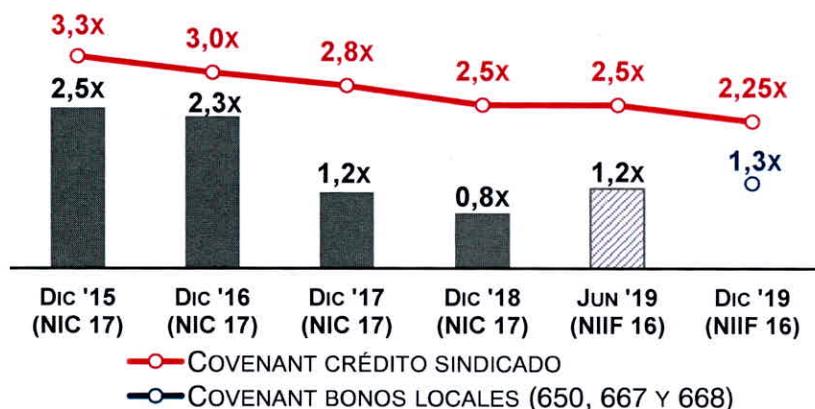
COBERTURA DE GASTOS FINANCIEROS^(1,2)



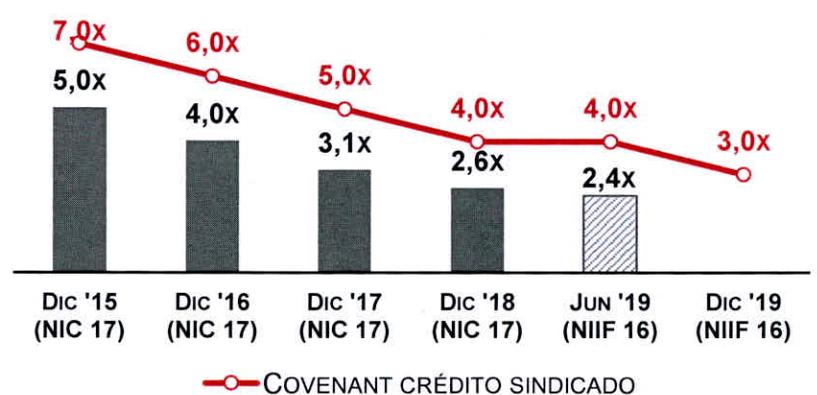
DEUDA FINANCIERA NETA / PATRIMONIO⁽³⁾



PASIVO FINANCIERO NETO / PATRIMONIO^(4,5)



DEUDA FINANCIERA NETA / EBITDA



FUENTE: SMU

(1) COBERTURA DE GASTOS FINANCIEROS = EBITDA / (GASTOS FINANCIEROS - INGRESOS FINANCIEROS).

(2) EBITDA = INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS + COSTO DE VENTAS + GASTOS DE DISTRIBUCIÓN + GASTOS DE ADMINISTRACIÓN - DEPRECIACIÓN (LÍNEAS 649, 650, 667 Y 668).

EBITDA = INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS + COSTO DE VENTAS + GASTOS DE DISTRIBUCIÓN + GASTOS DE ADMINISTRACIÓN - DEPRECIACIÓN - AMORTIZACIÓN (LÍNEAS 964 Y 965).

(3) DEUDA FINANCIERA NETA = OTROS PASIVOS FINANCIEROS CORRIENTES + OTROS PASIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES - OBLIGACIONES POR DERECHOS DE USO CORRIENTES - OBLIGACIONES POR DERECHOS DE USO NO CORRIENTES - EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO

(4) PASIVO FINANCIERO NETO = OTROS PASIVOS FINANCIEROS CORRIENTES + OTROS PASIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES - EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO

(5) COVENANT PARA BONOS LOCALES LÍNEAS 650, 667 Y 668 COMIENZA SU MEDICIÓN A PARTIR DE DICIEMBRE 2019. MODIFICADO A 1,66x; MODIFICACIÓN EN PROCESO DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE LA CMF.

PRINCIPALES ATRACTIVOS DE INVERSIÓN

PRINCIPAL RETAILER DE ALIMENTOS EN CHILE CON MÚLTIPLES FORMATOS

1

- ALINEADO CON PREFERENCIAS Y HÁBITOS DE CONSUMIDORES
- AMPLIA COBERTURA GEOGRÁFICA Y DE SEGMENTOS SOCIOECONÓMICOS

2

3

- CRECIMIENTO CON RENTABILIDAD: PLAN CIMA 2017-2019

4

- *MANAGEMENT* EXPERIMENTADO Y DIRECTORIO CON AMPLIO CONOCIMIENTO DE LA INDUSTRIA

5

6

- PROBADO *TRACK RECORD* DE EJECUCIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO
- SOSTENIDO FORTALECIMIENTO DE POSICIÓN FINANCIERA

SMU





2. EMISIÓN DE BONOS CORPORATIVOS

CARACTERÍSTICAS DE LA EMISIÓN

	Línea N° 964 a 10 años		Línea N° 965 a 30 años
	Serie AA	Serie AB	Serie AC
Serie	AA	AB	AC
Moneda	UF	UF	UF
Monto máximo de la colocación	UF 3.000.000	UF 3.000.000	UF 3.000.000
Monto máximo conjunto	Hasta UF 3.000.000		
Uso de fondos	Refinanciamiento de pasivos		
Nemotécnicos	BCSMU-AA	BCSMU-AB	BCSMU-AC
Clasificación de riesgo	A- (Feller e ICR) / BBB+ (Humphreys)		
Cortes	UF 500	UF 500	UF 500
Cantidad de bonos	6.000	6.000	6.000
Reajutable / no reajutable	Si	Si	Si
Plazo	8 años con 6 de gracia	10 años bullet	25 años con 22 de gracia
Duration aproximado	7,0 años	9,5 años	19,7 años
Tasa de carátula anual	0,90%	1,10%	1,70%
Rescate anticipado	Make Whole: Mayor valor entre valor par y Tasa de Referencia + 1,0%		
Fecha inicio devengo de intereses	16 de agosto de 2019		
Fecha de vencimiento	16 de agosto de 2027	16 de agosto de 2029	16 de agosto de 2044
Prepago	16 de agosto de 2021	16 de agosto de 2022	16 de agosto de 2022
Periodo de intereses	Semestrales		
Resguardos Financieros	EBITDA ⁽¹⁾ / Gasto financiero neto \geq 2,5x		
	Endeudamiento Financiero Neto ⁽²⁾ / Patrimonio \leq 1,03x		
Otros resguardos	(i) Prohibición de preñar Activos Esenciales ⁽³⁾ ; (ii) opción de pago anticipado en caso de enajenación de Activos Esenciales; (iii) Cross acceleration; (iv) Cross default; (v) Mantener ingresos provenientes de las áreas de negocios de supermercados, materiales de construcción, mejoramiento del hogar, retail, venta al por mayor y al detalle, y evaluación, otorgamiento y administración de créditos al menos a un 70% de los ingresos totales consolidados		

(1) SIGNIFICARÁ LA SUMA DE LAS CUENTAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DEL EMISOR : INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS, COSTO DE VENTAS, GASTOS DE DISTRIBUCIÓN, GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, Y DESCONTANDO EL VALOR DE LA DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DEL EJERCICIO PRESENTE EN LAS NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS DEL EMISOR.

(2) SIGNIFICA LA DIFERENCIA ENTRE LAS SIGUIENTES CUENTAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DEL EMISOR: (A) LA SUMA DE LAS CUENTAS "OTROS PASIVOS FINANCIEROS CORRIENTES" Y "OTROS PASIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES"; DESCONTANDO "OBLIGACIONES POR ARRENDAMIENTOS QUE CALIFICAN COMO FINANCIEROS CORRIENTE" Y "OBLIGACIONES POR ARRENDAMIENTOS QUE CALIFICAN COMO FINANCIEROS NO CORRIENTE" PRESENTES EN LAS NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS DEL EMISOR; Y (B) LA CUENTA "EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO".

(3) (i) LAS MARCAS EN LAS QUE APAREZCA LA PALABRA "UNIMARC" QUE SE ENCUENTREN INSCRITAS A NOMBRE DEL EMISOR O DE CUALQUIERA DE SUS SOCIEDADES FILIALES O COLIGADAS EN EL REGISTRO DE MARCAS COMERCIALES A CARGO DEL DEPARTAMENTO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL DEPENDIENTE DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y RECONSTRUCCIÓN DE LA REPÚBLICA DE CHILE, PARA CUALQUIER CLASE O RUBRO DE CLASIFICADOR INTERNACIONAL DE MARCAS COMERCIALES O ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES O INDUSTRIALES; Y (ii) LA PROPIEDAD Y CONTROL, DIRECTA O INDIRECTA DEL EMISOR SOBRE AL MENOS EL CINCUENTA Y UNO POR CIENTO DE LAS ACCIONES EMITIDAS POR RENDIC HERMANOS S.A., Y SUPER 10 S.A.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Octubre 2019				
L	M	W	J	V
	1	2	3	4
7	8	9	10	11
14	15	16	17	18
21	22	23	24	25
28	29	30	31	

**Octubre
7 - 9**

**Reuniones con
potenciales
inversionistas**

**Octubre
15 - 16**

**Construcción del
libro de órdenes**

**Octubre
17**

**Colocación de los
bonos**

**Octubre
31**

Feriatos



3. ANEXOS

PÉRDIDAS FISCALES

LA COMPAÑÍA CUENTA CON PÉRDIDAS FISCALES QUE PRETENDE UTILIZAR EN LOS PRÓXIMOS AÑOS

PUNTOS DESTACADOS

- SMU HA ACUMULADO PÉRDIDAS TRIBUTARIAS Y CUENTA CON UN ACTIVO POR IMPUESTOS DIFERIDOS POR US\$525 MM
- BAJO LA LEY CHILENA ESTAS PÉRDIDAS **NO VENCEN** Y PUEDEN **COMPENSAR IMPUESTOS A LA RENTA EN PERÍODOS FUTUROS**
- NO HAY LÍMITE ANUAL SOBRE LA UTILIZACIÓN DE PÉRDIDAS FISCALES EN CHILE
- PÉRDIDAS FISCALES **SE AJUSTAN POR INFLACIÓN EN FORMA ANUAL**

ACTIVOS SMU – JUN. '19

ACTIVOS CORRIENTES:

17%

(CLP 359 BN / US\$498 MN)

OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES:

65%

(CLP 1,3 TN / US\$1,9 BN)

ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS POR PÉRDIDAS TRIBUTARIAS:

18%

(CLP 378 BN / US\$525 MN)

ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS (CLP MM)	2016 (NIC 17)	2017 (NIC 17)	2018 (NIC 17)	UDM junio '19 (NIC 17 Pro forma)	1S18 (NIC 17)	1S19 (NIC 17 Pro forma)	1S19 (NIIF 16)
Ingresos de actividades ordinarias	2.221.869	2.257.558	2.295.415	2.301.659	1.121.441	1.127.685	1.127.685
Costos de Ventas	-1.611.325	-1.620.100	-1.641.623	-1.637.166	-802.176	-797.720	-797.720
Ganancia Bruta	610.544	637.458	653.792	664.493	319.265	329.965	329.965
Margen Bruto	27,5%	28,2%	28,5%	28,9%	28,5%	29,3%	29,3%
Gastos de administración sin depreciación ni amortización	-456.671	-470.744	-472.902	-480.710	-236.232	-244.040	-225.414
Gastos de distribución	-22.743	-24.678	-28.388	-29.709	-13.583	-14.903	-14.903
Margen Gastos	21,6%	21,9%	21,8%	22,2%	22,3%	23,0%	21,3%
EBITDA	131.131	142.036	152.502	154.074	69.450	71.022	89.648
Margen EBITDA	5,9%	6,3%	6,6%	6,7%	6,2%	6,3%	7,9%
Depreciación y Amortización	-51.115	-48.027	-49.948	-49.606	-25.232	-24.890	-42.775
Otras Ganancias (Pérdidas)	-4.076	3.375	-10.652	-3.230	-7.837	-415	-415
Ingresos Financieros	1.280	1.016	1.268	935	796.209	463	463
Costos Financieros	-72.152	-66.149	-56.051	-40.778	-35.721	-20.448	-24.555
Participación pérdidas de Asociadas y Negocios Conjuntos	-1.292	-1.964	-2.981	-3.940	-1.108	-2.067	-2.067
Diferencias de Cambio	16.173	8.099	660	-265	1.044	119	119
Resultados por Unidades de Reajuste	-17.588	-10.003	-17.921	-17.556	-8.235	-7.870	-5.622
Ganancia (Pérdida) Antes de Impuesto	2.362	28.383	16.877	39.634	-6.842	15.914	14.796
Gasto (Ingreso) por Impuesto a las Ganancias	8.566	-2.085	16.336	-6.413	21.799	-950	-950
Ganancia (Pérdida) de Operaciones Discontinuadas	1.281	1.338	-179,47	0	-179,47	0	0
Ganancia (Pérdida) del Período	12.210	27.636	33.034	33.221	14.777	14.964	13.846

FUENTE: SMU

NOTA: NÚMEROS PRO FORMA NO CONSIDERAN LOS CAMBIOS CONTABLES PRODUCTO DE LA NIIF 16

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVOS (CLP MM)	2016 (NIC 17)	2017 (NIC 17)	2018 (NIC 17)	Junio '19 (NIC 17 Pro forma)	Junio '19 (NIIF 16)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	48.497	110.540	82.644	101.348	101.348
Otros Activos	30.586	109.259	11.059	22.359	7.577
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	82.560	47.073	57.597	40.592	40.592
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	7.205	14.363	8.739	8.982	8.982
Inventarios	214.026	194.157	194.938	188.777	188.777
Otros activos no financieros corrientes	12.121	47.288	37.880	16.865	15.626
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	-	3.076	2.839	3.722	3.722
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	77.198	78.284	73.320	69.074	69.074
Plusvalía	474.522	474.253	474.867	475.166	475.166
Propiedades Plantas y Equipos, Neto	441.848	409.971	439.409	472.720	732.165
Activos por Impuestos Diferidos	418.167	413.330	429.106	429.427	429.427
	0				
TOTAL ACTIVOS	1.806.731	1.901.595	1.812.399	1.829.032	2.072.454
PASIVOS Y PATRIMONIO (CLP MM)					
Pasivos Financieros	862.048	797.413	664.103	723.101	967.320
Cuentas por Pagar Comerciales y Otras Cuentas por Pagar	456.081	414.360	418.291	360.987	360.987
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas	96.493	3.357	3.976	2.675	2.675
Otras Cuentas por Pagar No Corrientes	148	175	121	89	89
Otros Pasivos	41.953	93.515	30.629	31.916	31.916
Pasivos Totales	1.456.723	1.308.820	1.117.119	1.118.768	1.362.986
Capital Emitido	970.340	1.195.165	523.742	523.742	523.742
Pérdidas Acumuladas	-767.705	-740.068	23.092	38.057	36.938
Otras Reservas	147.373	137.678	148.446	148.465	148.788
Participaciones No Controladoras	0	0	-	-	-
Patrimonio Total	350.008	592.775	695.280	710.264	709.468
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	1.806.731	1.901.595	1.812.399	1.829.032	2.072.454