



PROSPECTO INFORMATIVO



PROGRAMA DE EMISIÓN DE OBLIGACIONES NEGOCIABLES

VALOR NOMINAL DE HASTA EL EQUIVALENTE A

US\$ 150.000.000

EMISIÓN SERIE 1 BAJO EL PROGRAMA

**VALOR NOMINAL
DE HASTA EL EQUIVALENTE EN UNIDADES INDEXADAS A**

US\$ 100.000.000

Agente Estructurador, Agente de Pago y Entidad Registrante



Entidad Representante



Fiduciario del Fideicomiso de Garantía



Asesor Legal de la Emisión



SETIEMBRE 2021

ÍNDICE

1. TÉRMINOS Y CONDICIONES DE LA EMISIÓN	7
1.1 Estructura de la Emisión.....	7
1.2 Términos y Condiciones de la Emisión.....	8
1.3 Resumen de los Contratos Auxiliares de la Emisión.....	22
1.4 Objeto de la Emisión.....	26
2. INFORMACIÓN DEL EMISOR	27
2.1 Información General del Emisor.....	27
2.2 Accionistas.....	45
2.3 Personal Superior.....	45
2.4 Organigrama de la Sociedad.....	50
2.5 Gobierno Corporativo.....	50
2.6 Nómina de integrantes del Conjunto Económico.....	51
3. EVALUACIÓN DE LOS PRINCIPALES RIESGOS	52
4. INFORMACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA Y CONTABLE	54
4.1 Resumen Estados Financieros y Principales Ratios.....	54
4.2 Proyecciones Financieras.....	58
5. ANEXOS	
Anexo 1 Modelo de Documento de Emisión.....	64
Anexo 2 Contrato de Fideicomiso de Garantía.....	80
Anexo 3 Contrato de Agente de Pago.....	117
Anexo 4 Contrato de Entidad Registrante.....	124
Anexo 5 Contrato de Entidad Representante.....	131
Anexo 6 Fianza Solidaria.....	150
Anexo 7 Informe de Calificación de Riesgo.....	163
Anexo 8 Contingencias Legales.....	180
Anexo 9 Resolución de la Sociedad resolviendo la emisión.....	210
Anexo 10 Código de Ética.....	237
Anexo 11 Estados Contables del Emisor.....	258
Anexo 12 Informe Nielsen.....	371

VALOR INSCRIPTO EN EL REGISTRO DE VALORES DEL BANCO CENTRAL DEL URUGUAY POR RESOLUCIÓN N° RR-SSF-2021-537 DE FECHA 31 DE AGOSTO DE 2021.

ESTA INSCRIPCIÓN SOLO ACREDITA QUE SE HA CUMPLIDO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS LEGAL Y REGLAMENTARIAMENTE, NO SIGNIFICANDO QUE EL BANCO CENTRAL DEL URUGUAY EXPRESE UN JUICIO DE VALOR ACERCA DE LA EMISIÓN, NI SOBRE EL FUTURO DESENVOLVIMIENTO DEL EMISOR.

LA VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN CONTABLE, FINANCIERA Y ECONÓMICA, ASÍ COMO DE TODA OTRA INFORMACIÓN SUMINISTRADA EN EL PRESENTE PROSPECTO, ES DE EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD DEL DIRECTORIO DE TA-TA S.A. Y EN LO QUE ES DE SU COMPETENCIA, DE LOS AUDITORES EXTERNOS QUE SUSCRIBEN LOS INFORMES SOBRE LOS ESTADOS CONTABLES QUE SE ACOMPAÑAN.

EL DIRECTORIO DEL EMISOR MANIFIESTA, CON CARÁCTER DE DECLARACIÓN JURADA, QUE EL PRESENTE PROSPECTO CONTIENE, A LA FECHA DE SU PUBLICACIÓN, INFORMACIÓN VERAZ Y SUFICIENTE SOBRE TODO HECHO RELEVANTE QUE PUEDA AFECTAR LA SITUACIÓN PATRIMONIAL, ECONÓMICA Y FINANCIERA DE TA-TA S.A., Y DE TODA AQUELLA QUE DEBA SER DE CONOCIMIENTO DEL PÚBLICO INVERSOR CON RELACIÓN A LA PRESENTE EMISIÓN, CONFORME A LAS NORMAS LEGALES Y REGLAMENTARIAS VIGENTES.

Por Ta-Ta S.A.:

AVISO IMPORTANTE

TA-TA S.A. DECLARA Y GARANTIZA QUE LOS VALORES QUE SE EMITIRÁN FACULTARÁN A SUS TITULARES A EJERCER TODOS LOS DERECHOS RESULTANTES DE LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES QUE SE DESCRIBEN EN EL PRESENTE PROSPECTO.

LAS INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN LA PRESENTE EMISIÓN: BANCO ITAU URUGUAY S.A., BOLSA ELECTRÓNICA DE VALORES S.A y BOLSA DE VALORES DE MONTEVIDEO. NO SE PRONUNCIAN SOBRE LA CALIDAD DE LOS VALORES OFRECIDOS EN LA MISMA, NI ASUMEN RESPONSABILIDAD ALGUNA, PRINCIPAL NI DE GARANTÍA, POR LOS TÍTULOS OBJETO DE ESTA EMISIÓN, NI POR EL CONTENIDO DE ESTE PROSPECTO.

LA CALIFICACIÓN DE RIESGO (QUE INCLUYE EL ANÁLISIS DE FLUJO DE FONDOS ESPERADO Y LOS RIESGOS INHERENTES A LA INVERSIÓN) FUE CONFECCIONADA POR FIX SCR URUGUAY CALIFICADORA DE RIESGO S.A. Y ES DE SU EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD.

LA INFORMACIÓN SOBRE EL EMISOR CONTENIDA EN ESTE PROSPECTO HA SIDO ELABORADA POR ÉSTE EN BASE A LA INFORMACIÓN DISPONIBLE A LA FECHA DE SU EMISIÓN, Y SON DE SU EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD.

AL ADOPTAR UNA DECISIÓN DE INVERTIR, LOS INVERSORES DEBEN BASARSE EXCLUSIVAMENTE EN SU PROPIO ANÁLISIS DE LOS INSTRUMENTOS QUE SE OFRECEN, DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS MISMOS Y DE LOS RIESGOS INVOLUCRADOS EN SU DECISIÓN DE INVERTIR.

LA BOLSA ELECTRÓNICA DE VALORES ("BEVSA") Y LA BOLSA DE VALORES DE MONTEVIDEO (BVM) NO ASUMEN RESPONSABILIDAD ALGUNA, PRINCIPAL NI DE GARANTÍA, POR EL PAGO PUNTUAL DE LOS VALORES EMITIDOS, NI POR LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN EL PROSPECTO.

LA INSCRIPCIÓN DE LOS VALORES EN EL REGISTRO DE EMISORES Y VALORES DE BEVSA Y DE BVM NO REPRESENTAN UNA RECOMENDACIÓN DE SU PARTE, NI PARA LA ADQUISICIÓN DE LOS MISMOS, NI UNA PREDICCIÓN DE SU PUNTUAL CUMPLIMIENTO. BEVSA Y BVM NO TIENEN LA FACULTAD PARA, NI DEBER ALGUNO DE, REPRESENTAR A LOS TITULARES DE TÍTULOS FRENTE AL EMISOR, ESPECIALMENTE ANTE CUALQUIER INCUMPLIMIENTO DE ÉSTE, SALVO EN CASO QUE LA INSTITUCIÓN HUBIERE SIDO DESIGNADA AGENTE REPRESENTANTE DE LOS MISMOS.

SE DEJA CONSTANCIA QUE BANCO ITAU URUGUAY S.A. ACTUARÁ EN ESTA EMISIÓN COMO ENTIDAD REGISTRANTE Y AGENTE DE PAGO, ESTANDO OBLIGADO A PAGAR A LOS TITULARES DE LAS OBLIGACIONES NEGOCIABLES EMITIDAS ÚNICAMENTE EN LA MEDIDA QUE EL EMISOR PONGA LOS FONDOS A SU DISPOSICIÓN, NO ASUMIENDO BANCO ITAU URUGUAY S.A. NINGUNA OBLIGACION DE GARANTIA O DE PAGO DE LAS OBLIGACIONES NEGOCIABLES.

LA DISTRIBUCIÓN DE ESTE PROSPECTO, ASÍ COMO LA OFERTA, VENTA O ENTREGA DE LAS OBLIGACIONES NEGOCIABLES, PUEDE ESTAR LIMITADA POR LEY DE CIERTAS JURISDICCIONES. EL EMISOR Y LAS INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN LA PRESENTE EMISIÓN SOLICITAN A LAS PERSONAS A CUYAS MANOS LLEGUE ESTE PROSPECTO QUE SE INFORMEN SOBRE LA EXISTENCIA DE POSIBLES RESTRICCIONES LEGALES QUE LES PUDIEREN SER APLICABLES Y QUE DE SER EL CASO CUMPLAN ACABADAMENTE CON LAS MISMAS.

ESTE PROSPECTO NO CONSTITUYE UNA OFERTA DE, O UNA INVITACIÓN A SUSCRIBIR O COMPRAR LAS OBLIGACIONES NEGOCIABLES. LA OFERTA PÚBLICA DE LAS OBLIGACIONES NEGOCIABLES SE REALIZARÁ EXCLUSIVAMENTE A TRAVÉS DE BEVSA.

EL PRESENTE PROSPECTO FUE COMPLETADO EL 09 DE SETIEMBRE DE 2021.

Por Ta-Ta S.A.

1. TÉRMINOS Y CONDICIONES DE LA EMISIÓN

1.1. ESTRUCTURA DE LA OPERACION

La estructura operativa – financiera – jurídica diseñada para el Programa de Emisión de las Obligaciones Negociables de Ta-Ta S.A. (“**Ta-Ta**” o la “**Compañía**” o la “**Sociedad**” o el “**Emisor**”, indistintamente) está sustentada en una serie de premisas que han sido especialmente contempladas con el fin de brindarle al inversor las mayores certezas en cuanto a la estructura de garantías que le otorguen una mayor calidad crediticia al instrumento y garanticen el propio repago de la emisión de las obligaciones negociables.

La estructura de la operación está diseñada para mejorar el perfil de vencimientos de la Compañía, consolidando gran parte de sus pasivos en un único instrumento y optimizando su estructura de garantías.

En efecto, los términos y condiciones indicativos de las Obligaciones Negociables en cuanto al plazo y a las amortizaciones de capital que la misma prevé, han sido diseñados para que anualmente los ingresos de Ta-Ta S.A. por si solos puedan cubrir de forma sostenida el repago de las Obligaciones Negociables y a su vez le permita flexibilidad adicional para que el Emisor pueda seguir invirtiendo en su negocio e incrementando su generación de fondos.

La moneda de emisión (Unidades Indexadas), se encuentra alineada con el flujo que percibe el Emisor en las unidades de negocio de Ta-Ta.

1.2. SUMARIO DE LOS TERMINOS Y CONDICIONES DE LA EMISIÓN

El siguiente resumen de los términos y condiciones básicos de la emisión de las Obligaciones Negociables, las que lo condicionan en su totalidad y a las cuáles está sujeto.

CONDICIONES GENERALES DEL PROGRAMA

Emisor:	Ta-Ta S.A. , empresa constituida como Sociedad Anónima bajo las leyes de la República Oriental del Uruguay.
Fiadores:	Frontoy S.A. y Baranur S.A.
Instrumento:	Programa de Emisión, bajo la Ley N° 18.627.
Oferta y Cotización:	Las Obligaciones Negociables serán ofrecidas mediante oferta pública en la Bolsa de Valores de Montevideo S.A. (en adelante la “ BVM ”) y/o la Bolsa Electrónica de Valores del Uruguay S.A. (en adelante la “ BEVSA ”) y se podrá solicitar la autorización para cotización y/o negociación en alguno de dichos mercados de acuerdo a lo estipulado en el respectivo suplemento de cada serie.
Monto del Programa:	El monto máximo del Programa de Emisión será de hasta el equivalente a US\$ 150.000.000.
Moneda de Emisión:	Podrán ser denominadas en Dólares americanos (“ US\$ ”), Pesos Uruguayos y/o Pesos Uruguayos reajustables de acuerdo a la variación de las Unidades Indexadas (“ UI ”).
Tipo de Obligaciones:	Escriturales, no convertibles en acciones.
Rango de los Títulos:	<p>Los títulos constituirán obligaciones directas y no subordinadas de la Sociedad y tendrán como garantía, las descritas en el Capítulo referido a “Garantía” del Programa de Emisión.</p> <p>Dado que los títulos constituyen una obligación directa de la Sociedad, complementariamente a las Garantías específicas que cuenta la Emisión, la Sociedad también responderá con todo su patrimonio menos aquellos bienes y derechos dados en garantía especial de cualquier otra deuda del Emisor por hasta el monto garantizado con dichos bienes y derechos.</p>
Utilización de los fondos	<p>Los fondos podrán ser utilizados por el Emisor para diferentes objetivos financieros:</p> <ul style="list-style-type: none">• Refinanciación de pasivos• Inversiones• Propósitos generales
Vigencia del Programa:	5 (cinco) años a partir de la inscripción del Programa de Emisión en el Banco Central del Uruguay (en adelante el “ BCU ”).
Plazo:	El plazo de las Obligaciones será determinado en cada una de las Series bajo el Programa de Emisión.
Período de Gracia:	Se determinará en cada una de las Series bajo el Programa de Emisión.
Régimen de Amortización:	Se determinará en cada una de las Series bajo el Programa

de Emisión.

Moneda de repago:

Se cancelará en la moneda que se determine en el documento de emisión respectivo de cada Serie.

Garantías:

Las Series de Obligaciones Negociables emitidas o a emitirse en el futuro bajo el Programa de Emisión estarán garantizadas con:

(i) Un **Fideicomiso de Garantía** al cual se le cederán la totalidad de las sumas que Ta-Ta tiene y tendrá derecho a cobrar por concepto de ventas realizadas con tarjetas de crédito y/o débito Visa y Maestro, y otros créditos por cualquier otra venta realizada por cualquier otro medio de pago (incluyendo efectivo) que Ta-Ta resuelva transferir al Fideicomiso en el futuro (el "**Fideicomiso**").

Ta-Ta cederá en forma irrevocable e incondicional al Fiduciario, los derechos de cobro del 100% (cien por ciento) de los créditos acordados. **El Fiduciario irá recaudando mensualmente el monto equivalente a 1/6ta parte del próximo pago de capital y/o intereses de cada Serie que deba abonarse a los obligacionistas, salvo la existencia de un Evento de Incumplimiento (cláusula 4.1 ii y 4.3 del contrato de Fideicomiso de Garantía).** El monto total de la próxima cuota a abonarse deberá estar depositado en la Cuenta de Reserva. El excedente proveniente de las cobranzas, será transferido al Emisor diariamente.

El Fiduciario del Fideicomiso mantendrá dichos fondos en garantía de las obligaciones de pago, hasta tanto las mismas se vuelvan exigibles. Dichos fondos podrán ser invertidos en ciertos instrumentos financieros de nulo o bajo riesgo a ser determinados (las "**Inversiones Permitidas**"). Las Inversiones Permitidas significa las inversiones que podrá realizar el Fiduciario, previa instrucción del Fideicomitente, con los fondos depositados en la Cuenta de Reserva en los siguientes valores: (i) depósitos a plazo fijo en una institución de intermediación financiera local categoría 1 según la normativa del Banco Central del Uruguay, y/o; (ii) Letras de Regulación Monetaria, y/o; (iii) Notas del Tesoro del Ministerio de Economía y Finanzas. Las Inversiones Permitidas podrán ser en Pesos Uruguayos y/o Unidades Indexadas y su vencimiento deberá ser menor al plazo remanente de pago de la próxima Fecha de Pago de las Obligaciones Negociables o de cualquier otro crédito garantizado bajo el Fideicomiso.

El Fideicomiso podrá ser utilizado para garantizar otras deudas financieras que Ta-Ta incurra, es decir no sólo para la Serie 1 bajo este Programa de Obligaciones Negociables, sino para futuras series a emitirse y otras deudas bancarias o nuevas emisiones de obligaciones negociables, siempre que se cumpla con el Ratio de Garantía definido en las Obligaciones y Restricciones del Programa de Emisión.

En caso de existir un Evento de Incumplimiento bajo cualquiera de la diferentes Series de Obligaciones Negociables o bajo alguno de los demás créditos garantizados con el Fideicomiso, el Fiduciario procederá, luego de pagar los Gastos del Fideicomiso vencidos e

imagos (cláusula 4.1), a abonar las sumas existentes en la Cuenta Reserva y/o Cuenta Fiduciaria al Agente de Pago y a los Acreedores Financieros del Fideicomiso en forma mensual, el primer Día Hábil del mes siguiente, de acuerdo al orden de prioridad que se establece a continuación en esta cláusula:

- (i) En primer lugar, los titulares de las Obligaciones Negociables tendrán prioridad de cobro por un importe mensual equivalente al mayor valor entre:
 - (a) El resultado de multiplicar (1) la participación porcentual que represente el saldo adeudado de las Obligaciones Negociables sobre el total de la deuda garantizada por el Fideicomiso, x (2) los Créditos Cedidos ingresados al Fideicomiso en dicho mes; o
 - (b) Un monto fijo mensual de US\$ 8.300.000.
- (ii) En segundo lugar y luego de abonados los importes que correspondan bajo el párrafo (i) anterior, tendrán prioridad de cobro los demás Acreedores Financieros que adhieran al Fideicomiso. La prioridad entre los mismos estará dada por la fecha de adhesión al Fideicomiso. El importe de prioridad de cobro de cada Acreedor Financiero será determinado en cada incorporación de un Acreedor Financiero al Fideicomiso.

Si los Créditos Cedidos recibidos en dicho mes no fueran suficientes para cancelar los montos mínimos sobre los cuales cada Beneficiario tiene prioridad de cobro, el Fiduciario cumplirá con su obligación al poner a disposición del Beneficiario que corresponda los montos que le corresponda a cada uno hasta completar el total recaudado en dicho mes. Los importes no cobrados por algún Beneficiario en algún mes no se acumulan para los meses siguientes.

Los Créditos Cedidos se encuentran actualmente cedidos a favor de dos fideicomisos de garantía. **Con el producido de la emisión de la Serie 1, se procederá a cancelar los créditos garantizados con los fideicomisos de “Garantía TA-TA S.A. Préstamos” cuyo beneficiario es BBVA de 30/12/2013 y “TA-TA Segundo Fideicomiso de Garantía” cuyo beneficiario es BROU de 27/02/2013, y liberar los Créditos Cedidos de conformidad con lo establecido en el contrato con el Agente de Pago.** La prelación de la garantía constituida para el pago de la deuda contraída con los Titulares de Obligaciones Negociables queda sujeta a la efectiva cancelación de dichos fideicomisos previamente constituidos.

(ii) Una **Fianza Solidaria** de las sociedades Frontoy S.A. y Baranur S.A. de las obligaciones del Emisor, derivadas del Programa de Emisión, a favor de la Entidad Representante para beneficio de los Titulares.

Obligaciones y Restricciones:

Mientras las Obligaciones Negociables emitidas bajo el Programa se encuentren pendientes de pago (capital y/o intereses), el Emisor se obliga a cumplir con las obligaciones y a respetar las restricciones que se indican a continuación (las “**Obligaciones y Restricciones**”):

- a. **Ratio de Endeudamiento I:** El Emisor deberá mantener un Ratio de Endeudamiento I (Deuda Financiera Neta / Patrimonio Neto):

(i) para las revisiones anuales, menor a [3.20x] al 31 de diciembre de 2021, menor a [3.20x] al 31 de diciembre de 2022, menor a [2.70x] al 31 de diciembre de 2023 y menor a [2.20x] al 31 de diciembre de 2024 y en todos los siguientes 31 de diciembre de cada año hasta el vencimiento de las Obligaciones Negociables, y;

(ii) para las revisiones semestrales, menor a [3.70x] al 30 de junio de 2022, menor a [3.50x] al 30 de junio de 2023, menor a [3.00x] al 30 de junio de 2024 y menor a [2.70x] al 30 de junio de 2025 y en todos los siguientes 30 de junio de cada año hasta el vencimiento de las Obligaciones Negociables.

Este ratio será medido sobre el balance consolidado anual auditado al 31 de diciembre de cada año (en el caso de las revisiones anuales) y sobre el balance consolidado con revisión limitada al 30 de junio de cada año (en caso de las revisiones semestrales).

- b. **Ratio de Endeudamiento II:** El Emisor deberá mantener un Ratio de Endeudamiento II (Deuda Financiera Neta / EBITDA) menor a [4.00x] hasta el 30 de junio de 2022, menor a [3.50x] hasta el 30 de junio de 2024, y menor a [3.00x] hasta el vencimiento de las Obligaciones Negociables.

Este ratio será medido sobre el balance consolidado anual auditado al 31 de diciembre de cada año y sobre el balance consolidado con revisión limitada al 30 de junio de cada año.

A estos efectos:

“Deuda Financiera Neta” significa toda la deuda financiera, de acuerdo a la información que surja de los balances consolidados auditados, contraída con instituciones financieras locales o internacionales, personas físicas o jurídicas, incluidas las Obligaciones Negociables bajo las distintas Series, restando los créditos con administradoras de crédito y los montos de la Cuenta de Reserva.

“EBITDA” se calculará en función de los siguientes datos que surgen de los balances consolidados auditados: Ingresos Operativos – Costo de los bienes vendidos y de los servicios prestados, más otros ingresos y egresos excluidas las Depreciaciones de bienes de uso y Amortizaciones de intangibles – Gastos de Administración

y Ventas excluidas las Depreciaciones de bienes de uso, Amortizaciones de Pasivo por Arrendamiento y Amortizaciones de intangibles. Se tomarán los últimos 12 meses del EBITDA a la fecha del cálculo del ratio.

- c. **Ratio de Cobertura de Deuda:** El Emisor deberá mantener un Ratio de Cobertura de Deuda (EBITDA t / (Servicio de Deuda financiera del año t + 1) mayor a [1.75x] hasta el 31 de diciembre de 2021 y mayor a [2.00x] hasta el vencimiento de las Obligaciones Negociables.

El Servicio de Deuda se calculará de la siguiente manera: Amortización de capital (porción corriente de la deuda de largo plazo) e intereses de la deuda financiera del año t + 1.

Este ratio será medido sobre el balance consolidado anual auditado al 31 de diciembre de cada año y sobre el balance consolidado con revisión limitada al 30 de junio de cada año.

Los ratios mencionados en los literales a. a c. anteriores serán controlados semestralmente, dentro del plazo que se indica a continuación por la Entidad Representante, exclusivamente sobre la base de información que surja del balance consolidado anual auditado por el Emisor y sobre el balance consolidado semestral con revisión limitada presentado al BCU. La Entidad Representante tendrá 20 días hábiles, después de entregado el balance consolidado anual auditado presentado al BCU o el balance consolidado semestral con revisión limitada, para monitorear el cumplimiento de dichos ratios. La Entidad Representante no asume ni asumirá responsabilidad de especie alguna frente al Emisor, Titulares o terceros por el retardo en el envío de la información establecida precedentemente, ni tampoco sobre la corrección o veracidad de la información suministrada, y en base a la cual se realizará el control de los ratios establecidos en los literales indicados.

- d. **Ratio de Garantía:** El Emisor deberá asegurar que el Fideicomiso de Garantía cumpla en todo momento un Ratio de Garantía no inferior a [1.75]x.

Se define como "**Ratio de Garantía**" el resultado de: (i) sumar los importes de Créditos Cedidos de los últimos doce (12) meses, y (ii) dicho resultante, dividirlo por el total de la deuda financiera garantizada por el Fideicomiso. A los efectos del cálculo inicial del Ratio de Garantía, el Emisor suministrará a BEVSA los importes de los Créditos Cedidos cobrados en los doce (12) meses previos a la constitución del Fideicomiso.

El cumplimiento del Ratio de Garantía será monitoreado semestralmente por BEVSA o la Entidad Representante de los titulares de las

Obligaciones Negociables que lo sustituya (sobre el balance consolidado anual auditado al 31 de diciembre de cada año y sobre el balance consolidado con revisión limitada al 30 de junio de cada año). Los datos sobre los Créditos Cedidos al Fideicomiso bajo el Fideicomiso de Garantía serán suministrados a la Entidad Representante por el Fiduciario cada mes que corresponda medir el Ratio de Garantía. La Entidad Representante tendrá 20 días hábiles después de entregados los balances consolidados auditados por el Emisor y la información señalada en el presente para monitorear el cumplimiento de dicho ratio. La Entidad Representante cumplirá con el control del referido ratio únicamente mediante el análisis que surja de la información indicada más arriba. Una vez calculados los ratios indicados en los numerales (a) a (d), la Entidad Representante notificará dichos cálculos a los Titulares.

- e. **Pari Passu:** Las obligaciones asumidas por el Emisor en el Documento de Emisión estarán en todo momento, cuando menos en un mismo grado de preferencia que las demás series de Obligaciones Negociables que se emitan bajo el Programa y deudas financieras contraídas por el Emisor, si las mismas están garantizadas con las mismas Garantías.
- f. **Inversiones:** El Emisor podrá realizar inversiones en el curso ordinario de su negocio, pudiendo también realizar toda actividad o inversión en empresas relacionadas al comercio de bienes y servicios. Las inversiones financieras estarán permitidas en moneda local, dólares o euros en depósitos en instituciones financieras de primera línea, o bonos con grado inversor tanto locales como del exterior. En ningún caso el Emisor podrá realizar inversiones en empresas fuera del territorio de la República Oriental del Uruguay. Este dato será monitoreado sobre el balance consolidado anual auditado.
- g. **Prohibición para la enajenación o gravamen de activos materiales:** El Emisor no podrá disponer, gravar, afectar, enajenar, o realizar cualquier otro negocio jurídico sobre bienes muebles e inmuebles actuales (incluyendo los títulos accionarios o cuotas sociales de sociedades comerciales) por un monto superior al 10% sobre el valor de activos según los montos reflejados en los balances consolidados del Emisor.

Queda excluido de la prohibición antes mencionada, y por tanto permitido, que el Emisor disponga y/o enajene bienes muebles e inmuebles dentro del giro habitual de sus negocios, siempre que el producido de dichas ventas sea reinvertido en el negocio.

Tampoco se encuentra incluida dentro de dicha prohibición cualquier garantía que el Emisor otorgue sobre nuevos bienes que adquiriera, con el único

propósito de garantizar cualquier endeudamiento que se haya asumido a efectos de la adquisición de los bienes que se afectan en garantía.

Los bienes muebles e inmuebles que actualmente se encuentran afectados en garantía a favor de otros acreedores financieros serán liberados al cancelarse dichos pasivos financieros con el producido de la emisión de las Obligaciones Negociables Serie 1.

Quedan también excluidas de esta prohibición, y por tanto permitidas, las hipotecas y prendas que el Emisor constituirá a favor de BID Invest (Corporación Interamericana de Inversiones) por el financiamiento que dicha entidad otorgue al Emisor por hasta un importe máximo de US\$ 35.000.000, y cualquier otra hipoteca o prenda que garantice cualquier otro financiamiento que sustituya al financiamiento otorgado por BID Invest, por hasta el monto máximo de dicho financiamiento contraído con BID Invest.

- h. Pagos Restringidos:** Mientras las Obligaciones Negociables se encuentren impagas (capital y/o intereses), y siempre que el Emisor se encuentre en cumplimiento de la totalidad de sus Obligaciones y Restricciones establecidas en la presente cláusula, el Emisor podrá distribuir dividendos, realizar reducciones de capital integrado, otorgar adelantos o pago de honorarios a sus accionistas, realizar pagos de deuda con accionistas o empresas vinculadas. Se entenderá por “empresas vinculadas” como aquellas empresas en las cuales Ta-Ta sea accionista directo o indirecto.
- i. Cumplimiento de Legislación Socioambiental y Ocupacional.** El Emisor se obliga a cumplir con toda normativa relacionada con el medio ambiente, la salud, higiene y seguridad ocupacional, aplicable en lo que corresponda al Emisor.
- j. Obligación de comunicar un cambio en condiciones de pago o aceleración de deuda de un Acreedor Financiero.** El Emisor se obliga a no acordar con ningún Acreedor Financiero cuya deuda se encuentre garantizada por el Fideicomiso, un cambio en las condiciones de pago que implique una aceleración del pago de dicho financiamiento garantizado por el Fideicomiso.

El Emisor deberá presentar a la Entidad Representante dentro de los 5 días hábiles de la fecha de emisión y en forma anual, un certificado acreditando el cumplimiento de lo dispuesto en los literales e. a j. de la presente cláusula y declarando que no se encuentra en ninguna situación que de origen a un Evento de Incumplimiento.

Se deja constancia que, ante la eventualidad de concurso de Ta-Ta S.A. los titulares de obligaciones negociables podrán resultar acreedores quirografarios, eventualmente sin derecho a voto en la Junta de Acreedores, quedando sujetos a las resultancias del concurso en cuanto a los

términos y condiciones de recuperación de su crédito.

Eventos de Incumplimiento:

Se producirá la caducidad anticipada de todos los plazos bajo las Obligaciones Negociables, volviéndose exigibles todos los importes vencidos y no vencidos bajo las Obligaciones Negociables, ya sea por concepto de Capital y/o intereses, en los siguientes casos (“**Eventos de Incumplimiento**”):

Falta de Pago: La falta de pago en la fecha de pago correspondiente (ya sea a su vencimiento o anticipadamente en caso de corresponder) por parte del Emisor de cualquier suma por concepto de capital y/o intereses bajo las Obligaciones Negociables, o bajo las restantes series de Obligaciones Negociables que se emitan bajo el Programa de Emisión o bajo cualquier otra obligación garantizada bajo el Fideicomiso de Garantía, que no sea subsanada en un plazo de 5 días hábiles.

Embargo o similar: En caso que se trabase o disponga sobre cualquier parte de los bienes, activos o ingresos del Emisor, embargo genérico, específico y/o secuestro, como consecuencia de uno o más reclamos iniciados contra el Emisor que superen conjuntamente la suma de US\$ 15.000.000 (o su equivalente en otras monedas) y tal medida no se levante dentro de los 60 días corridos siguientes de haber sido legalmente notificada al Emisor.

Declaraciones Falsas: Que cualquier declaración efectuada o documento presentado por el Emisor contuviese falsedades materiales, información distorsionada o manipulada u ocultaciones relevantes, que razonablemente hubieren podido determinar la decisión de un inversor diligente y afectar su capacidad de repago de modo material.

Incumplimiento de Obligaciones y Restricciones: El Emisor no cumpla una o más de las Obligaciones y Restricciones establecidas en el documento de emisión.

Incumplimiento Cruzado: Que el Emisor hubiera incumplido con el pago, ya sea como obligada principal o como garante (excepto bajo las Obligaciones Negociables, bajo cualquier serie de Obligaciones Negociables emitida o que se emita en el futuro bajo el Programa o bajo las Obligaciones Garantizadas), de cualquier deuda financiera (incluyendo capital, intereses y comisiones) cuyo monto sea superior, (en conjunto) a US\$ 5.000.000 o su equivalente en la moneda relevante más allá de cualquier período de gracia que resulte aplicable y no lo remedie en un período de 5 días hábiles.

Agente de Pago:

Banco Itaú Uruguay S.A.

Entidad Registrante:

Banco Itaú Uruguay S.A.

Entidad Representante:

Bolsa Electrónica de Valores del Uruguay S.A. (“BEVSA”).

Agencia Calificadora:

FIX SCR Uruguay Calificadora de Riesgo S.A., afiliada de Fitch Ratings.

Fiduciario del Fideicomiso de Garantía:

TMF Uruguay Administradora de Fondos de Inversión y Fideicomisos S.A.

Agente Organizador y Colocador: Banco Itaú Uruguay S.A.

Asesor Legal de la Emisión: Ferrere Abogados.

Asambleas: Quórum de asistencia: El quórum de asistencia requerido para que la asamblea sesione válidamente (ya sea una asamblea general de todos los Titulares de todas las series o de una o más series en particular) será de Titulares que representen un porcentaje del capital adeudado al día de la asamblea o al día de cierre de registro, si lo hubiere, que sea igual o mayor al porcentaje del capital adeudado que corresponda a las mayorías que se requieran para adoptar las decisiones que se proponen.

Mayorías: Salvo que otras disposiciones de este Contrato, el Documento de Emisión respectivo, o el Fideicomiso requieran una mayoría distinta, las resoluciones se adoptarán por el voto conforme de por lo menos dos Titulares que representen un valor nominal superior al 50% del capital adeudado al momento de la decisión ("Mayoría Absoluta de Titulares"). Sin perjuicio de lo antedicho, y de lo dispuesto en la cláusula 10.e) del Documento de Emisión, si la decisión a adoptarse afecta o modifica los términos y condiciones de una o varias series de Obligaciones Negociables en particular, será necesario además, contar con la conformidad de por lo menos dos Titulares de dicha o dichas series que representen un valor nominal superior al 50% del total del capital adeudado bajo dicha o dichas series al momento de la decisión. En todo caso, se deducirán las Obligaciones Negociables propiedad del Emisor, sus accionistas, empresas o personas vinculadas, controlantes o controladas (según lo definen los arts. 48 y 49 de la Ley N° 16.060 y la Recopilación de Normas del Mercado de Valores del BCU). Se deja expresa constancia de que el Emisor o sus accionistas, empresas vinculadas, controlantes o controladas pueden tener participación en las asambleas por las ON de las que sean sus titulares pero sus decisiones no serán computadas a los efectos del voto. No obstante lo anterior, para la sustitución de la Entidad Representante será necesario contar con el consentimiento de por lo menos dos Titulares que representen el 75% del total del capital adeudado bajo todas las series de Obligaciones Negociables emitidas bajo el Programa al momento de la decisión.

Derecho a voto: Tendrán derecho a voto aquellos Titulares presentes en la Asamblea que estén debidamente registrados como titulares de Obligaciones Negociables según el Registro llevado por la Entidad Registrante. En el caso de las Bolsas o Sistemas de Compensación registrados como Titulares, podrán comparecer directamente o podrán autorizar a sus participantes mediante poder otorgado a tales efectos. Cada Obligación Negociable dará derecho a un voto. A fin de determinar los quórum para sesionar en las Asambleas y las mayorías correspondientes para resolver, no se tendrán en cuenta ni tendrán derecho a voto aquellas Obligaciones Negociables que hubieran sido adquiridas por el Emisor o por personas vinculadas a la misma, es decir, tratándose de personas físicas: los accionistas, socios, directores, gerentes, administradores, representantes, síndicos o integrantes de

la Comisión Fiscal, y en general todo integrante del personal superior del Emisor; y tratándose de personas jurídicas: se tendrán en cuenta los vínculos de control de conformidad con lo establecido en el artículo 49 de la Ley 16.060. Tampoco estarán habilitados para votar aquellas sociedades comerciales en las cuáles el Emisor eventualmente participe en su capital integrado con una participación superior al 50%.

Obligatoriedad de las resoluciones de las Asambleas: Toda decisión adoptada en una Asamblea regularmente celebrada por el voto de Titulares que representen el capital requerido para dicha decisión, será obligatoria para todos los Titulares de la o las series respectivas, aún para los ausentes o disidentes.

Las resoluciones que pretendan acordar con el Emisor modificaciones de las condiciones de emisión que impliquen: (i) el otorgamiento de quitas de capital o intereses o de cualquier otro monto adeudado por las Obligaciones Negociables; (ii) cambios en la moneda de pago; (iii) modificaciones en las tasas de interés; (iv) modificaciones en las garantías; (v) concesión de mayores plazos o esperas; (vi) reducción del porcentaje requerido para conformar una mayoría o reducción de los quórum para sesionar requeridos o los porcentajes de votos requeridos para la adopción de cualquier decisión en cualquier Asamblea; (vii) saneamiento de Eventos de Incumplimiento con carácter retroactivo, requerirán mayoría especial de por lo menos dos Titulares cuyas Obligaciones Negociables representen en conjunto un valor nominal superior al 75% (setenta y cinco por ciento) del saldo de capital adeudado con derecho de voto de la Serie correspondiente al momento de que se trate; adicionalmente, si cualquiera de dichas modificaciones afectara únicamente a una o más series de Obligaciones Negociables emitidas, se requerirá adicionalmente el consentimiento de por lo menos dos Titulares que representen más del 75% del total del capital adeudado bajo cada una de las series afectadas.

Aprobación de emisiones:

Cada nueva Serie que se emita bajo el Programa de Emisión será aprobada por el Directorio del Emisor así como las condiciones específicas de cada serie.

Tributos:

El Emisor no reembolsará a los titulares de las Obligaciones Negociables por cualquier tributo que recaiga sobre los pagos a efectuarse bajo las Obligaciones Negociables, ni que graven la tenencia o venta de los mismos. En consecuencia, los tributos correspondientes serán soportados por la parte que corresponda (Emisor y/u Obligacionistas) de acuerdo con la legislación vigente en cada momento.

Ley y jurisdicción aplicable:

República Oriental del Uruguay.

CONDICIONES DE LA SERIE 1^a

Monto:

Hasta US\$ 100.000.000 (dólares americanos cien millones), en pesos uruguayos reajustables de acuerdo a

la variación de las Unidades Indexadas, tomando para la determinación del monto en UI de la emisión, el valor de Unidades Indexadas a la fecha de emisión y considerando el dólar fondo BCU del día anterior a la fecha de suscripción.

Moneda:	Pesos Uruguayos reajustables de acuerdo a la variación en el Valor de las Unidades Indexadas.
Valor nominal de los títulos:	UI 1.
Plazo:	El plazo de emisión es de 20 años.
Período de Gracia:	1 año a partir de la Fecha de Emisión, período durante el cual se abonarán solamente los intereses compensatorios.
Amortización:	Se amortizará en 38 cuotas semestrales y consecutivas una vez finalizado el período de gracia, siendo las primeras 37 cuotas equivalentes cada una al 2,63% del capital y una última cuota equivalente al 2,69% del capital.
Interés Compensatorio:	<p>Las Obligaciones Negociables devengarán intereses sobre el capital no amortizado a una tasa de interés de 3,75 % anual en UI.</p> <p>El interés será calculado sobre el valor nominal no amortizado ajustado de la Serie 1 al momento de pagar los intereses. Banco Itaú como Agente de Pago, realizará dicho cálculo mediante la multiplicación del valor nominal vigente en Unidades Indexadas por el valor de la Unidad Indexada al Día de Pago de Intereses.</p> <p>El interés será calculado en base a un año de 365 días.</p> <p>Los intereses se pagarán semestralmente, contándose el primer Período de Intereses a partir de la Fecha de Emisión. El primer día de Pago de Intereses será el 23 de marzo de 2022. Cada día de pago de intereses se denominará Día de Pago de Intereses.</p>
Interés Moratorio:	50% por encima de la tasa de Interés Compensatorio.
Moneda de repago:	Se cancelará en Pesos Uruguayos.
Garantías:	Observar “ Garantías ” del Programa de Emisión.
Obligaciones y Restricciones:	Observar “ Obligaciones y Restricciones ” del Programa de Emisión.
Calificación de Riesgo:	A+ (uy)
Opción de rescate:	El Emisor podrá optar por rescatar anticipadamente la totalidad o parte de las Obligaciones Negociables (capital e intereses devengados hasta el día del rescate) con una notificación al representante de los Obligacionistas, al Agente de Pago, al Fiduciario bajo el Fideicomiso y al BCU no menor a 60 (sesenta) días corridos, en cuyo caso el precio del rescate se estipula en los porcentajes del capital adeudado independientemente de los intereses devengados que correspondan para los años que se indican en el cuadro debajo. El Emisor podrá ejercer esta opción en cualquier momento a partir de finalizado el sexto

año de la Fecha de Emisión de acuerdo al siguiente detalle:

AÑO	Precio del rescate
7	111,43
8	110,00
9	108,57
10	107,14
11	105,71
12	104,29
13	102,86
14	101,43
15	100,00

Adicionalmente a lo anterior, el Emisor podrá optar por rescatar anticipadamente la totalidad o parte de las Obligaciones Negociables (capital e Intereses devengados hasta el día del rescate) en cualquier momento y sin penalidad abonando la totalidad o parte del saldo impago de Capital adeudado bajo las Obligaciones Negociables más los Intereses devengados hasta el día de rescate en caso de ocurrir un Cambio Tributario. Se entiende por Cambio Tributario cualquier norma dictada por una autoridad competente que incremente la carga tributaria sobre el Emisor o sobre las Obligaciones Negociables o que hiciere más gravoso para el Emisor financiarse mediante las Obligaciones Negociables, incluyendo pero no limitado a normas relativas a exoneraciones vigentes para los Titulares de las Obligaciones Negociables, al régimen de deducibilidad de los intereses pagados a efectos del cálculo del impuesto a las rentas, al régimen de deducibilidad de pasivos a efectos del cálculo de la imposición al patrimonio, al incremento de las retenciones a efectuar a los Titulares de las Obligaciones Negociables (por las que el Emisor deba compensar a los Titulares) o a cualquier tributo general o específico a crearse que afecte el costo del financiamiento del Emisor.

Período de Suscripción:

La suscripción de las Obligaciones Negociables deberá realizarse en dos tramos en BEVSA:

Tramo Competitivo: La suscripción de las Obligaciones Negociables se realizará en BEVSA el día 20 de setiembre de 2021, entre la hora 10 y la hora 14 (el “Primer Día de Suscripción”), momento en el cual se cerrará el período de suscripción del tramo competitivo (el “Tramo Competitivo”).

Los oferentes deberán ingresar en sus ofertas de compra el precio y la cantidad que están dispuestos a comprar.

Una vez vencido el plazo de suscripción y realizada la difusión de las ofertas de compra en el sistema de BEVSA, el Emisor calculará el precio promedio ponderado que correspondería a una adjudicación de una cantidad valor nominal equivalente al 90% del Monto de la Emisión (el “Precio Promedio”).

Tramo No Competitivo: La suscripción de las Obligaciones Negociables en el tramo no competitivo se realizará en BEVSA el día siguiente al Primer Día de Suscripción, entre la hora 10 y la hora 14 (el “Segundo Día

de Suscripción”), momento en el cual se cerrará el período de suscripción del tramo no competitivo (el “Tramo No Competitivo”).

El monto máximo de suscripción de Obligaciones Negociables en esta etapa será del 10% del Monto de la Emisión.

El monto máximo de suscripción por cuenta inversora será de UI 500.000.

No podrán participar en el Tramo No Competitivo los inversores institucionales (Administradora de Fondos de Ahorro Previsional (“AFAP”), Empresas Aseguradoras locales, Cajas Paraestatales, o instituciones de Intermediación Financieras (que actúen por cuenta propia) habilitados a operar en las bolsas de valores en las cuales se realice la suscripción.

Los oferentes presentarán ofertas especificando la cantidad de valor nominal solicitadas al Precio Promedio establecido a partir del Tramo Competitivo.

Una vez finalizado este período y completado el ingreso de las ofertas se realizará la difusión de las ofertas del Tramo No Competitivo en el sistema de BEVSA.

Adjudicación:

Tramo No Competitivo:

Una vez finalizada la suscripción del Tramo No Competitivo y realizada la difusión de las ofertas en BEVSA, el Emisor procederá a la adjudicación del Tramo No Competitivo.

El método de aceptación y adjudicación será al Precio Promedio y asignación a prorrata, la cual aplicará en caso que la demanda total supere el monto ofrecido (es decir, si el monto suscrito en el Tramo No Competitivo excede el 10% del Monto de la Emisión, se prorratearán las ofertas presentadas en el Tramo No Competitivo para alcanzar este monto).

Tramo competitivo:

Una vez realizada la adjudicación del Tramo No Competitivo se procederá a realizar la adjudicación del Tramo Competitivo.

De no haberse suscrito el 10% del Monto de la Emisión en el Tramo No Competitivo, el Emisor podrá ampliar la cantidad de valor nominal a adjudicar en el Tramo Competitivo hasta completar el 100% del Monto de la Emisión.

En el Tramo Competitivo las ofertas se adjudicarán a precios múltiples, a partir de los mayores precios ofrecidos hasta completar el 90% del Monto de la Emisión correspondiente al Tramo Competitivo o la cantidad que complete el 100% del Monto de la Emisión.

En el caso que la cantidad demandada al precio de corte supere el valor nominal máximo remanente para completar

el 90% del Monto de la Emisión correspondiente al Tramo Competitivo o en su caso la cantidad que complete el 100% del Monto de la Emisión, se prorratearán las solicitudes realizadas a dicho precio.

Llegado el caso en que no se suscriba el total de Obligaciones Negociables ofrecidos o los precios ofrecidos no fueran aceptables para el Emisor, el Emisor podrá dejar sin efecto la emisión de la serie.

En dicho caso, el Emisor podrá realizar, previo aviso a la Superintendencia de Servicios Financieros, una nueva suscripción bajo las mismas condiciones siempre y cuando se encuentre dentro del plazo de 60 días a contar desde la autorización para emitir los Valores, conforme a lo previsto por el artículo 11 de la Recopilación de Normas del Mercado de Valores.

Integración:

La integración del monto adjudicado, deberá realizarse en Pesos Uruguayos mediante transferencia a partir del primer día hábil siguiente a la fecha de cierre del período de suscripción y hasta el 23 de setiembre de 2021, fecha en la cual se realizará la emisión (en adelante la “**Fecha de Emisión**”).

1.3. RESUMEN DE LOS CONTRATOS AUXILIARES DE LA EMISIÓN

CONTRATO DE FIDEICOMISO DE GARANTÍA “FIDEICOMISO DE GARANTÍA TA-TA”

Ta-Ta S.A., en calidad de fideicomitente, ha celebrado con TMF URUGUAY Administradora de Fondos de Inversión y Fideicomisos S.A. como fiduciario y la Bolsa Electrónica de Valores del Uruguay S.A. en su calidad de Entidad Representante de los Titulares de los Valores, un contrato de Fideicomiso de Garantía denominado “Fideicomiso de Garantía Ta-Ta” (el “Fideicomiso”) por el cual Ta-Ta transfirió la totalidad de las sumas que tiene derecho a cobrar por concepto de ventas realizadas con tarjetas de crédito y/o débito Visa y Maestro, y otros créditos por cualquier otra venta realizada por cualquier otro medio de pago (incluyendo efectivo) que Ta-Ta resuelva transferir al Fideicomiso en el futuro, (los “Créditos Cedidos”) abonados por los Deudores Cedidos identificados en el Anexo A del contrato de Fideicomiso y cualquier otra entidad que en el futuro cumpla las mismas funciones de cobro (los “Deudores Cedidos”) en los términos y condiciones que se establecen, en garantía de la Emisión, constituyéndose un patrimonio de afectación, separado e independiente de los patrimonios del Fideicomitente, del Fiduciario y del Beneficiario.

Los Créditos Cedidos al fideicomiso son aquellos créditos que el Emisor tiene contra las empresas administradoras de tarjetas de crédito y/o bancos pagadores de VISA y MAESTRO, así como otros créditos por cualquier otra venta realizada por cualquier otro medio de pago (incluyendo efectivo) que Ta-Ta resuelva transferir al Fideicomiso en el futuro. Los créditos se cedieron el día de celebración del Fideicomiso y se notificarán a los deudores cedidos al menos 5 (cinco) Días Hábiles previos a la emisión de la Serie 1 de las ON.

En forma diaria, el Fiduciario destinará los flujos de fondos que reciba por concepto de Créditos Cedidos en dicho día, de la siguiente forma y de acuerdo al orden que se indica:

- (i) Primero atenderá el pago de los Gastos del Fideicomiso. En caso de que el pago de un saldo por Gastos del Fideicomiso estuviera pendiente de días anteriores, los flujos disponibles se dispondrán, en primer lugar, para su cancelación.
- (ii) En segundo lugar, se retendrá de los Créditos Cedidos las sumas necesarias para cubrir mensualmente 1/6 del próximo pago de capital y/o intereses de cada Serie que deba abonarse a los titulares de Obligaciones Negociables. A efectos de determinar la suma a retener por concepto de intereses, se tendrá en cuenta los montos netos de retenciones por concepto de IRPF o IRNR (según corresponda) que surgen de los correspondientes Documentos de Emisión de Obligaciones Negociables. Para proceder a realizar la retención, al menos 5 Días Hábiles anteriores a cada Fecha de Pago, el Agente de Pago comunicará al Fiduciario los montos exactos que el Fiduciario deberá retener cada mes para aplicar al pago del capital e intereses de las Obligaciones Negociables con vencimiento en la subsiguiente Fecha de Pago. En caso que los montos a retener sean en UI, el Agente de Pago comunicará al Fiduciario los montos a retener en UI, y el Fiduciario deberá retener mensualmente los montos que correspondan de acuerdo al valor de la UI del primer día de cada mes. El Agente de Pago comunicará adicionalmente al Fiduciario al menos 5 Días Hábiles antes de cada Fecha de Pago, los montos adicionales que el Fiduciario deberá retener, necesarios para ajustar el monto retenido al valor de la UI de la Fecha de Pago, en caso que esto sea necesario. A estos efectos, el Fiduciario comunicará al Agente de Pago los montos retenidos al menos 5 Días Hábiles antes de la Fecha de Pago que corresponda. Se deja constancia que el pago del IRPF o IRNR (según corresponda) será responsabilidad del Emisor, en su calidad de agente de retención, y;
- (iii) En tercer lugar, se retendrá de los Créditos Cedidos las sumas necesarias para cubrir el porcentaje que corresponda abonar por el Fiduciario en la próxima fecha de pago de capital y/o intereses de la deuda con un Acreedor Financiero que se encuentre garantizada por el presente Fideicomiso, de acuerdo a los montos exactos que informe cada Acreedor Financiero. A modo de ejemplo, y de corresponder, si se trata de pagos trimestrales, deberá reservarse un tercio del próximo pago de capital e intereses; si se trata de pagos mensuales, deberá reservarse la totalidad de los pagos a realizarse el mes siguiente. A los efectos de la retención se tendrá en cuenta el cronograma de pagos presentado por cada Acreedor Financiero al momento de adherirse al presente Fideicomiso, la cual irá adjunta a la Carta de Adhesión al Fideicomiso. De la misma forma se procederá con los pagos correspondientes a cada Acreedor Financiero cuyo crédito se encuentre garantizado por el presente Fideicomiso, siguiendo el orden de prioridad dado por la fecha de incorporación de cada Acreedor Financiero al Fideicomiso.

Una vez cubiertos los conceptos detallados en los numerales (i), (ii) y (iii) precedentes correspondientes a un determinado mes, el Fiduciario depositará a favor del Fideicomitente, en la cuenta bancaria que éste le indique por escrito, todas las sumas posteriores que por concepto de Créditos Cedidos reciba durante los siguientes días del mes. Estas liberaciones a favor del Fideicomitente se harán por el Fiduciario en forma diaria, a partir del día siguiente en que las retenciones a ser realizadas en dicho mes hubieran sido acreditadas en la Cuenta de Reserva. A estos efectos se entenderán por recibidos los fondos acreditados en la Cuenta Fiduciaria hasta la hora 15:00. A partir del mes siguiente, el Fiduciario volverá a retener los Créditos Cedidos, hasta tanto se cubran nuevamente todos los conceptos en la forma antes referida para dicho mes y de la misma forma se procederá todos los meses.

Los montos correspondientes a los Créditos Cedidos serán recibidos por el Fiduciario en la Cuenta Fiduciaria la que operará en pesos y dólares. El Fiduciario queda desde ya autorizado en forma irrevocable a efectuar previo a la realización de las acreditaciones que correspondan en la Cuenta de Reserva, las conversiones de moneda necesarias al tipo de cambio que aplique el banco al momento que se realice la acreditación que corresponda. Las liberaciones a favor del Fideicomitente serán realizadas en la moneda en que dichos fondos fueron recibidos.

Entre una y otra Fecha de Pago, los fondos retenidos y acreditados en la Cuenta de Reserva podrán ser invertidos en Inversiones Permitidas, de acuerdo a las instrucciones que envíe el Fideicomitente al Fiduciario. Los rendimientos de dichas Inversiones Permitidas serán acreditados en la Cuenta de Reserva, conforme a lo previsto en la cláusula Quinto del Contrato de Fideicomiso.

En cada Fecha de Pago, el Fiduciario queda irrevocablemente instruido por el Fideicomiso para liberar los siguientes importes retenidos en la Cuenta de Reserva: (i) al Agente de Pago quien se encargará de pagar a los Beneficiarios correspondientes, las sumas retenidas a efectos de cancelar la cuota de amortización de capital y pago de intereses bajo las Obligaciones Negociables y correspondientes a esa Fecha de Pago y; (ii) al resto de los Acreedores Financieros que sean Beneficiarios del Fideicomiso las sumas retenidas a efectos de cancelar la cuota de amortización de capital y pago de intereses bajo cualquier otra deuda garantizada.

El Fideicomiso podrá tener otros beneficiarios además de los Titulares, quienes podrán ser entidades financieras cuyos créditos se encuentren garantizados por el Fideicomiso, así como los titulares de obligaciones negociables de futuros programas de emisión que se puedan aprobar por el Fideicomitente del Fideicomiso (en adelante, "**Acreedores Financieros**"), todo ello bajo los términos y condiciones del mismo.

Destino de los Créditos Cedidos en caso de incumplimiento bajo las Obligaciones Negociables y bajo el resto de los créditos garantizados por el Fideicomiso. Una vez producido cualquier Evento de Incumplimiento de los términos y condiciones de las Obligaciones Negociables o de los créditos garantizados bajo el Fideicomiso, y notificado dicho Evento de Incumplimiento al Fiduciario por parte de alguno de los Beneficiarios (ya se trate de la Entidad Representante o un Acreedor Financiero), mediante entrega por parte del Beneficiario de la nota adjunta como Anexo D al Fideicomiso– no estando el Fiduciario ni facultado ni obligado a confirmar la ocurrencia del Evento de Incumplimiento – **el Fiduciario cesará de liberar los fondos remanentes al Fideicomitente** según se establece en la cláusula 4.1. del Contrato de Fideicomiso, hasta que se cancelen en forma total todas las sumas adeudadas bajo las Obligaciones Negociables y/o bajo los demás créditos garantizados por este Fideicomiso, según corresponda. **A tales efectos, transferirá en forma mensual y siguiendo el orden de prioridad que se detalla a continuación, al Agente de Pago o al Acreedor Financiero, según corresponda, el primer Día Hábil del mes siguiente, los fondos recibidos por los Créditos Cedidos, deducidos los Gastos del Fideicomiso, hasta que se cancelen todas las sumas adeudadas bajo las Obligaciones Negociables**, incluyendo los intereses moratorios generados a la tasa que resulte aplicable según el Documento de Emisión correspondiente o hasta que se cancelen todas las sumas adeudadas bajo el crédito garantizado por el Fideicomiso. A los efectos del pago de intereses moratorios, se estará a la liquidación que practique el Agente de Pago o el Acreedor Financiero, debiendo el Fiduciario dar noticia al Fideicomitente de las liquidaciones recibidas. El Fiduciario no será responsable en ningún caso por las liquidaciones realizadas por los Beneficiarios. En caso que existan fondos remanentes luego de canceladas las sumas adeudadas y exigibles bajo las Obligaciones Negociables y los demás créditos garantizados, los mismos serán utilizados para transferirlos a la Cuenta de Reserva a los efectos de cumplir con las retenciones

previstas en la cláusula 4.1 y los fondos remanentes serán transferidos a la cuenta bancaria que el Fideicomitente indique.

En caso de existir un Evento de Incumplimiento bajo cualquiera de las diferentes Series de Obligaciones Negociables o bajo alguno de los demás créditos garantizados con el presente Fideicomiso, el Fiduciario procederá, luego de pagar los Gastos del Fideicomiso vencidos e impagos (cláusula 4.1 del Contrato de Fideicomiso), **a abonar las sumas existentes en la Cuenta Reserva y/o Cuenta Fiduciaria al Agente de Pago y a los Acreedores Financieros del Fideicomiso en forma mensual**, el primer Día Hábil del mes siguiente, de acuerdo al orden de prioridad que se establece a continuación:

- (i) En primer lugar, los titulares de las Obligaciones Negociables tendrán prioridad de cobro por un importe mensual equivalente al mayor valor entre:
 - (a) El resultado de multiplicar (1) la participación porcentual que represente el saldo adeudado de las Obligaciones Negociables sobre el total de la deuda garantizada por el Fideicomiso, x (2) los Créditos Cedidos ingresados al Fideicomiso en dicho mes; o
 - (b) Un monto fijo mensual de US\$ 8.300.000.
- (ii) En segundo lugar y luego de abonados los importes que correspondan bajo el párrafo (i) anterior, tendrán prioridad de cobro los demás Acreedores Financieros que adhieran al Fideicomiso. La prioridad entre los mismos estará dada por la fecha de adhesión al Fideicomiso, produciéndose tal incorporación luego que se hubieran cumplido la totalidad los requisitos previstos en la cláusula 3.8 del Contrato de Fideicomiso (incluyendo la aceptación del Fideicomitente y del Fiduciario). El importe de prioridad de cobro de cada Acreedor Financiero será determinado en cada incorporación de un Acreedor Financiero al Fideicomiso.

Si los Créditos Cedidos recibidos en dicho mes no fueran suficientes para cancelar los montos mínimos sobre los cuales cada Beneficiario tiene prioridad de cobro, el Fiduciario cumplirá con su obligación al poner a disposición del Beneficiario que corresponda los montos que le corresponda a cada uno hasta completar el total recaudado en dicho mes. Los importes no cobrados por algún Beneficiario en algún mes no se acumulan para los meses siguientes.

Los Créditos Cedidos se encuentran actualmente cedidos a favor de dos fideicomisos de garantía. Con el producido de la emisión de la Serie 1, se procederá a cancelar los pasivos que garantizan dichos fideicomisos de garantía, y liberar los Créditos Cedidos de conformidad con lo establecido en el contrato con el Agente de Pago.

CONTRATO DE ENTIDAD REPRESENTANTE

En virtud del contrato de Entidad Representante de fecha 25 de junio de 2021 y posterior modificación de fecha 18 de agosto de 2021, el Emisor designó a BEVSA como Entidad Representante de los Titulares de la emisión de los Valores al amparo de lo dispuesto en la Ley N° 18.627 (la “Ley de Mercado de Valores”) y arts. 456, 457 y 464 de la Ley N° 16.060 y BEVSA aceptó dicha designación, sujeto a las condiciones previstas en el Contrato de Entidad Representante y asumió la representación de los futuros tenedores de los Valores de todas las Series (en adelante, los “Titulares”), en los términos explicitados en el Contrato de Entidad Representante.

Los Titulares y el Emisor exoneran de responsabilidad a la Entidad Representante por los resultados de su gestión, así como por la realización de cualquier medida tendiente a proteger los derechos de los Titulares, salvo los casos de dolo o culpa grave.

La Entidad Representante no es responsable por el contenido y alcance de las Obligaciones Negociables ni de los documentos de emisión que se emitan ni de sus garantías. La Entidad Representante no cumplirá ninguna instrucción, orden o resolución de los Titulares, conforme a lo dispuesto en el contrato de Entidad Representante si no se le adelantan los fondos o se le proporcionan las garantías suficientes para cubrir todos los gastos, tributos y responsabilidades que deba asumir, pudiendo en todo caso deducirlos de los pagos que efectúe el Emisor y sin perjuicio de la obligación de éste de cubrirlos en su totalidad.

CONTRATO DE ENTIDAD REGISTRANTE

En virtud del Contrato de Entidad Registrante de fecha 25 de junio de 2021, el Emisor designó al Banco Itaú, quien en el aceptó, para que actúe como "Entidad Registrante" de las Obligaciones, de acuerdo a lo dispuesto por los arts. 23 y siguientes de la Ley N° 18.627, por la reglamentación vigente y la que se dicte en el futuro y por las estipulaciones establecidas en dicho contrato.

El Banco llevará un registro de las Obligaciones Negociables así como de las cuentas bancarias de cada uno de los suscriptores y/o titulares de las mismas (los "Titulares"), bajo el formato de anotación en cuenta en forma electrónica de cada uno de los Titulares (en adelante el "Registro").

CONTRATO DE AGENTE DE PAGO

En virtud del Contrato de Agente de Pago de fecha 25 de junio de 2021, el Emisor designó al Banco Itaú como Agente de Pago respecto de la Emisión y éste aceptó, sujeto a las condiciones expresadas en el contrato de Agente de Pago, especialmente la establecida en la cláusula Sexto de dicho contrato, con el fin de abonar por cuenta y orden del Emisor, en cada Fecha de Pago, las sumas adeudadas bajo las Obligaciones Negociables que se presenten a cobrar (conforme al registro que llevará en su calidad de "Entidad Registrante", de acuerdo a lo establecido en los arts. 14 y siguientes de la Ley 18.627 y al Contrato de Entidad Registrante suscrito entre el Banco y el Emisor, o que lleve la entidad registrante que eventualmente pueda suceder al Banco (en adelante "el Registro"), siempre que medie suficiente provisión de fondos previa.

FIANZA SOLIDARIA

En virtud de la Fianza Solidaria de fecha 25 de junio de 2021, las entidades Baranur S.A. y Frontoy S.A. se constituyeron en fiadoras solidarias, lisas y llanas pagadoras de las obligaciones de Ta-Ta S.A. bajo el Programa de Emisión de las Obligaciones Negociables escriturales de oferta pública, no convertibles en acciones, así como bajo cualquier documento en que estas obligaciones hayan sido o sean documentadas y pactadas y se refieran éstas a capital, intereses, gastos, comisiones, indemnizaciones o cualquier otro concepto. El Beneficiario de la fianza solidaria es BEVSA en su calidad de Entidad Representante de los titulares de las Obligaciones Negociables.

1.4. OBJETO DE LA EMISIÓN

Los fondos provenientes de la emisión se destinarán principalmente para reestructuración de los pasivos financieros que se indican debajo e inversiones.

- Los pasivos financieros serán cancelados con los fondos emitidos en la medida que existan saldos pendientes de pago, los cuales al mes de setiembre de 2021 se estima ascenderán a los siguientes montos:

Acreedor	Moneda	Monto	Vencimiento
BBVA	UI	76.872.864	15/10/2027
BBVA	USD	4.222	20/5/2022
BROU	UI	300.699.843	31/8/2029
BROU	UI	27.168.750	6/3/2023
Heritage	UYU	85.000.0000	1/9/2021
HSBC	UYU	202.705.542	20/8/2025
ITAU	UYU	140.000.000	15/10/2021
ITAU	UYU	86.000.000	17/11/2021
SANTANDER	UI	73.003.781	30/8/2029
SANTANDER	UYU	85.000.000	13/9/2021
HSBC	UYU	131.000.000	03/9/2021
SANTANDER	UI	27.612.692	30/8/2024
SANTANDER	USD	10.489	27/5/2022
SANTANDER	USD	6.300	5/4/2022
SCOTIABANK	USD	5.000.000	15/09/2021
VENEDORES MultiAhorro	UI	168.327.709	28/2/2023
TOTAL A PRE-CANCELAR EN USD		5.021.011	
TOTAL A PRE-CANCELAR EN UI		673.685.639	
TOTAL A PRE-CANCELAR EN UYU		729.705.542	

* A setiembre de 2021 los pasivos financieros a cancelar se estima equivalen a USD 98.783.525.

- Con la reestructuración de pasivos financieros se busca aumentar la duration y la vida media de la deuda para liberar flujo de fondos para el plan de crecimiento de la compañía.
- Las inversiones contemplan la apertura de locales de Ta-Ta y BAS, así como también una importante inversión en tecnología y logística que son fundamentales para el crecimiento futuro de todas las unidades de negocio. Adicionalmente, se incluyen inversiones por mantenimiento.

2. INFORMACIÓN DEL EMISOR

2.1 Información General del Emisor

Datos Generales de la Empresa

Ta-Ta S.A. es persona jurídica constituida en la ciudad de Montevideo según Acta de Constitución y Estatutos de fecha 8 de febrero de 1956, el cual fue modificado por documento otorgado en Montevideo el 27 de febrero de 1956; aprobados originariamente por el Consejo Nacional de Gobierno de fecha 10 de abril de 1956 e inscriptos en el Registro Público y General de Comercio, originalmente, el 16 de mayo del mismo año, con el número 32 al folio 212 del libro 2, de Estatutos y publicados en el “Diario Oficial” el 5 de junio de 1956 y “La Justicia Uruguaya” el 9 de junio de 1956.

Objeto social¹: a) la explotación de negocios de tiendas y grandes almacenes mediante la compra y venta al por mayor o al detalle, importación, exportación, producción y elaboración de mercaderías, productos y frutos del país y del extranjero. b) Comprar, vender, permutar, hipotecar, prometer en venta, fraccionar, administrar, construir y explotar en general toda clase de bienes inmuebles, excepto inmuebles rurales. c) Importar y exportar bienes muebles registrales, productos elaborados y semielaborados, mercaderías de los rubros indicados en el literal d) siguiente. d) Prestación de servicios en los ramos y anexos de: mercaderías, arrendamiento de bienes, obras y servicios en los rubros de comercio al por menor y comercio al por mayor de supermercado, alimentación, artículos del hogar y oficina, automotriz, bar, bazar, caucho, construcción, correo postal, cosmética, cueros, editorial, electrónica, electrotecnia, enseñanza, espectáculos, ferretería, fotografía, fibras, hotel, imprenta, informática, joyería, juguetería, lana, lavadero, librería, limpieza, madera, máquinas, mecánica, metalurgia, música, obras de ingeniería, óptica, papel, perfumería, pesca, plástico, publicidad, química, servicios profesionales, técnicos y administrativos, tabaco, textil, turismo, valores mobiliarios, vestimenta, veterinaria, vidrio. e) Realizar operaciones financieras mediante aporte de capitales propios a empresas o sociedades constituidas o a constituirse, para negocios realizados o a realizarse en los ramos y anexos de: mercaderías, arrendamientos de bienes, obras y servicios, alimentación, artículos del hogar y oficina, automotriz, bar, bazar, caucho, construcción, correo postal, cosmética, cueros, editorial, electrónica, electrotecnia, enseñanza, espectáculos, ferretería, fotografía, fibras, hotel, imprenta, informática, joyería, juguetería, lana, lavadero, librería, limpieza, madera, máquinas, mecánica, metalurgia, música, obras de ingeniería, óptica, papel, perfumería, pesca, plástico, publicidad, química, servicios profesionales, técnicos y administrativos, tabaco, textil, turismo, valores mobiliarios, vestimenta, veterinaria, vidrio. Constitución o transferencia de hipotecas, compraventa o caución de toda clase de títulos, acciones u otros valores públicos o privados, nacionales o extranjeros. Dichas actividades no estarán comprendidas en lo dispuesto por el decreto-ley 15.322 de fecha 17/09/82, sus modificativas y concordantes, ni en ninguna otra actividad controlada por el Banco Central del Uruguay. f) Industrializar, acondicionar, comercializar, exportar, importar, representar, producir, elaborar, almacenar, reparar, mantener y analizar en todas sus formas y etapas, en los ramos y anexos de: cosméticos; productos descartables de uso externo; biocidas; especialidades vegetales; dispositivos terapéuticos; equipos médicos; domisanitarios; materia prima necesarias para elaborar alimentos y domisanitarios; alimentos modificados (considerándose tal todo alimento elaborado específicamente para atender requerimientos especiales de un cierto tipo de consumidores. Difiere de sus similares de consumo corriente porque su contenido en uno o más nutrimentos ha sido especialmente regulado. Incluyen los siguientes tipos de alimentos: alimentos fortificados o enriquecidos, alimentos para usos dietéticos especiales (alimentos modificados en valor energético, alimentos modificados en composición glucídica, lipídica, proteica, mineral) y alimentos de uso medicinal (bebidas para deportistas, suplementos alimenticios, alimentos para lactantes y niños de corta edad); sean dichos productos enumerados terminados, semi elaborados o a granel (exceptuando las actividades previstas por el artículo 10 y 14 de la ley 15.703).

Duración: El plazo de la sociedad es de 100 años a partir de la fecha de su constitución, estando en consecuencia vigente.

Domicilio y Sede: Su domicilio legal se encuentra en José de Béjar número 2600 de Montevideo.

Otros Datos: RUT 210003270017
Teléfono 25089600

¹ Redacción conforme a la reforma de estatutos en trámite, la cual se encuentra presentada ante la Auditoría Interna de la Nación.

christopher.jones@tata.com.uy
michel.skinner@tata.com.uy
marcelo.lopez@tata.com.uy
notificaciones@tata.com.uy
www.tata.com.uy

Breve Historia

Ta-Ta es una empresa de origen familiar, dedicada al comercio minorista de productos de supermercados, textiles y electrodomésticos con distintos formatos de atención al público de tienda y supermercado, tanto en Montevideo como en el interior del país.

Fue fundada el 13 de junio de 1956, abriendo sus puertas de la primera “tienda por departamento” en Uruguay, ubicada en la esquina de 18 de Julio y Carlos Roxlo.

En diciembre de 1985 abrió el primer local en el interior del país, una tienda en Las Piedras, sumándose a los restantes 5 locales en Montevideo.

En el año 2000 cambió la estrategia de negocio de “tiendas por departamento” a supermercadismo y abrió el primer local 100% supermercado con carnicería y fiambrería en Salto.

A principios de 2013, Ta-Ta adquirió la cadena de supermercados Multi Ahorro, permitiendo duplicar la cantidad de locales (y tener una mayor presencia en Montevideo) e incursionar en el mercado de electrodomésticos.

A finales de 2015, Ta-Ta S.A. absorbió por fusión las sociedades que formaban el grupo Multi Ahorro.

Al mes de julio de 2021 cuenta con 87 sucursales de supermercados y 9 locales exclusivos para la venta de electrodomésticos y tecnología de Multi Ahorro Hogar, presentes en todos los departamentos del país.

Adicionalmente, en 2020 Ta-Ta lanzó su canal online. También en 2013, Ta-Ta inauguró su centro logístico y uno de los más modernos de la región.

El éxito logrado por la marca de indumentaria BAS que se comercializaba en los locales de supermercado Ta-Ta, llevó a que en 2016 se decidiera desarrollar a BAS como una nueva unidad de negocio independiente enfocada en la venta de productos textiles. La apertura de la primera tienda BAS fue en Paysandú en setiembre de 2016. En sólo tres años se abrieron 25 locales más un canal online.

En 2018 Ta-Ta adquiere el 92,15% del paquete accionario de Baranur S.A., nombre de fantasía WoOW (actualmente parte de 3iDigital) como una inversión estratégica para desarrollar la omnicanalidad, aprovechando la experiencia, innovación y el emprendedurismo del equipo y subiéndose a las nuevas tendencias de consumo. Hoy a través de sus verticales: WoOw Shop, MisBeneficios, City y Travel, se ofrecen una amplia gama de productos y servicios dirigidos a una comunidad más joven y dinámica que busca permanentemente oportunidades en su consumo diario. Actualmente, WoOw integra la unidad de negocio denominada 3iDigital, que conglomera diferentes plataformas de Grupo de manera de poder atender todos los proyectos digitales del Grupo en Uruguay.

Siguiendo con las oportunidades, en el año 2019 se realiza la compra parcial de activos de Motociclo, dentro de los que se incluían parte de las marcas, de la mercadería y el valor llave del local de Nuevo Centro.

Por último, en 2020 Ta-Ta, a través de Galirama S.A. (sociedad de la cual Ta-Ta tiene la totalidad del paquete accionario), realiza la compra de Frontoy, una empresa mayorista con más de 75 años de experiencia operando en Uruguay. La adquisición de Frontoy le permite a Ta-Ta alcanzar a un segmento de clientes que mediante el supermercadismo no podía alcanzar, que son aquellas personas que consumen en almacenes y autoservicio. Así, mediante este nuevo canal, la empresa logra ahora llegar a pequeños distribuidores capitalizando las sinergias que existen entre ambas empresas como por ejemplo en lo referido al relacionamiento con los proveedores, la amplitud y profundidad del surtido, la logística y el desarrollo tecnológico. De esta forma, esta operación permitió transferir las ventajas competitivas de Ta-Ta también al canal tradicional con alcance nacional, alcanzando a más de 3.000

comercios minoristas.

Actualmente el Grupo Ta-Ta tiene operaciones a través de cinco Unidades de Negocio, agrupadas en diferentes razones sociales:

- Ta-Ta S.A.: Supermercados Ta-Ta, BAS (Tienda Textil), Multi Ahorro Hogar (Tienda de Electrodomésticos);
- Baranur S.A.: Comercio Online (parte de 3iDigital);
- Frontoy S.A.: Mayorista.

De esta forma, las Unidades de Negocios conforman un ecosistema que resuelve las principales necesidades de consumo del mercado uruguayo. La empresa es protagonista y ayuda a satisfacer las necesidades de consumo a través del ofrecimiento de productos destinados tanto a consumidores finales como a otros comerciantes. Esto es realizado mediante una robusta red física de locales distribuidos en todo el país y una red online, facilitando así la omnicanalidad y la omnipresencia en todo el país.

La compañía es uno de los principales empleadores de Uruguay con aproximadamente 5.000 colaboradores empleados de manera directa (de los cuales el 70% son mujeres) y genera más de 2.000 empleos en forma indirecta.

Cada una de las operaciones atiende el cuidado ambiental, así como también a la comunidad en la que se desarrolla la empresa. Ta-Ta S.A. está avanzando en la preparación para lograr la certificación de Empresa B² y se encuentra en el proceso de elegibilidad para definir los pasos a seguir, lo que la convertiría en una empresa pionera en el rubro y en el país.

Asimismo, a través del programa de fidelidad Plus, la Compañía brinda beneficios exclusivos a sus clientes, otorgándoles la posibilidad de sumar puntos en todas sus compras para canjearlos por productos que se encuentran a la venta. Los clientes Plus también acceden a precios diferenciales, descuentos personalizados, sorteos, transferencias de puntos, etc.

Misión, Visión y Propósito

- **Ta-Ta S.A.:**

- ***Supermercados Ta-Ta:***

Visión: Ser la empresa líder en ventas de productos de consumo masivo para el hogar, mediante el logro de la excelencia en la satisfacción de nuestros clientes y la gestión de nuestros recursos, aspirando a constituirnos en una institución dentro de las comunidades en las que nos desarrollamos.

Misión: Garantizar a nuestros clientes la experiencia de compra para que nos prefieran toda la vida.

Propósito: “Bajar el costo de vida del Uruguay”.



² Esta certificación es acreditada a negocios que cumplen con altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia pública y responsabilidad legal, equilibrando las ganancias y el propósito del negocio (<https://bcorporation.net/>)

- **BAS:**

Visión: Ser la marca líder en indumentaria básica y casual, con propuestas para las diferentes etapas de la vida de nuestros clientes, reflejando nuestro estilo, simple y alegre.

Misión: Ofrecer productos de buena calidad a precios accesibles, mediante una cálida experiencia de compra.

Propósito: “Disfrutá de lo simple”.

- **Multi Ahorro Hogar:**

Visión: Multi Ahorro Hogar es la unidad de negocios del grupo que busca contribuir en mejorar la calidad de vida de los uruguayos brindando productos y servicios innovadores para el hogar e impactando positivamente en la comunidad.

Misión: Ser la empresa que ofrezca equipamiento para el hogar líder de Uruguay cubriendo todas las necesidades de nuestros clientes a través de la excelencia en el servicio y la mejor experiencia de compra.

Propósito: “Viví mejor”.

- **3iDigital:**

Visión: Darle a nuestros clientes la mejor experiencia digital de todo lo que busquen, desde cualquier lugar y en cualquier momento, a través de unidades propias o de terceros.

Misión: A través de la investigación, la innovación y la implementación, ser la plataforma que viabilice, facilite y acelere el desarrollo de los ecommerce y nuevos negocios digitales propios de Ta-Ta S.A. y del Grupo, y de terceros.

Propósito: “Estamos en todas partes, para hacerte la vida más fácil”.

Estrategia y Cultura Corporativa

La estrategia para la unidad de negocios de supermercados, que representa casi el 90% de las ventas totales de la Compañía se base en el *loop* de la productividad. El **loop de productividad** es un modelo que incluye cuatro fases bien marcadas donde focalizamos en (i) **vender por menos**, para así (ii) **vender más** y con ese volumen (iii) **comprar por menos**, y (iv) **operar por menos**. Estas cuatro fases se retroalimentan constantemente, de manera de ir mejorando y perfeccionando nuestro modelo de negocios con el foco en nuestro propósito.



Asimismo, la Compañía basa su estrategia en un segundo pilar, que es la **omnicanalidad** proporcionada a través de las plataformas digitales, que implica que los clientes puedan tener todos

los productos, en todo momento y desde cualquier lugar. De esta manera, no es una estrategia basada solamente en los locales físicos, sino que se complementa con una estrategia apalancada también en lo digital, potenciándose mutuamente.

Por otro lado, Ta-Ta busca desarrollar una Cultura Corporativa que establezca la manera en la que sus colaboradores deben desempeñarse. Esta cultura busca generar la sonrisa de cuatro actores fundamentales: el cliente, los colaboradores, los fundadores y la comunidad.



Los comportamientos esperados están agrupados en lo que la Compañía denomina CÓDIGO:

- **Compromiso:** "siento orgullo y pertenencia por la Compañía".
- **Orientación al cliente:** "coloco al cliente en el centro y excedo sus expectativas".
- **Desarrollo personal y profesional:** "tengo una actitud personal de aprendizaje continuo y superación y lo contagio".
- **Integridad:** "actúo de manera ética, sin tomar atajos, siendo coherente entre lo que digo y hago".
- **Gestión del cambio e innovación:** "abrazo el cambio, lo impulso y promuevo la eficiencia".
- **Orientación al resultado:** "hago foco en el cumplimiento de las metas".

Cuando los comportamientos son internalizados, se convierten en HÁBITOS, fortaleciendo la cultura de la Compañía:

Regla de los tres metros	Regla del atardecer	Hospitalidad Activa
Sentido de Urgencia	Liderazgo servicial	Excelencia en ejecución
Comunicación fluida	Trabajo en equipo	Celebrar los logros
Reconocer	Nadar contra la corriente	Atención a los detalles

Contexto Ambiental y Social

Para sus operaciones Ta-Ta cuenta con instalaciones propias (oficina central, Centro de Operaciones y tiendas de supermercado) y rentadas (mayoría de tiendas y supermercados). Los supermercados cuentan, en los casos que corresponde, con sitios reglamentarios de estacionamiento y zonas de carga y descarga dentro del predio. De manera previa a su implantación, cada supermercado debe efectuar un Estudio de Impacto de Tránsito. Los nuevos locales de la Compañía deben cumplir la legislación departamental y nacional sobre temas sociales y ambientales. El Centro de Operaciones debe además cumplir con la regulación nacional en lo referente a efluentes líquidos industriales.

Riesgos e impactos ambientales

(i) Evaluación y Gestión de los Riesgos e Impactos Ambientales y Sociales

a. Hacia la Certificación de Empresa B

Actualmente nos hemos propuesto lograr la certificación de Empresa B y nos encontramos en el proceso de elegibilidad para definir los pasos a seguir. Para esto, se ha previsto la formulación de la política de sostenibilidad y la construcción del sistema de gestión y mejora continua. La gestión socioambiental actual se encuentra organizada en base a planes de acción y programas liderados por cada una de las áreas especializadas de la Compañía en temas ambientales, sociales, y de salud y seguridad.

b. Área de Salud y Seguridad en el Trabajo

El área de Salud y Seguridad en el Trabajo ("SST") ha consolidado los riesgos operacionales de la Compañía en una matriz y ha elaborado programas de gestión a partir de ellos. Con respecto a los temas ambientales y sociales, éstos se encuentran manejados bajo prácticas consolidadas en el tiempo que responden a requerimientos legales (ambiental) y responsabilidad social corporativa (social).

c. Programas de gestión

Nos encontramos en proceso de consolidar la estrategia de sostenibilidad y de redefinir nuestras prácticas empresariales. Este proceso aún no culmina, pero tiene avances significativos. Por ejemplo, el área de SST cuenta con programas y controles para los riesgos identificados, mientras que el Equipo de Eficiencia Energética ha consolidado prácticas de monitoreo, análisis e implementación de mejoras energéticas en las tiendas.

d. Comité de temas de sostenibilidad

Los temas de sostenibilidad son liderados por un comité formado para estos fines. Dicho comité cuenta con la participación de representantes de diferentes áreas de la Compañía: gestión humana, responsabilidad social, auditoría interna y *compliance*, operaciones, marketing, comercial, centro de operaciones y mantenimiento. Actualmente el comité es liderado por la Gerencia de Gestión Humana y Relaciones Institucionales, la que reporta directamente al Gerente General ("CEO") de la Compañía.

e. Preparación y respuesta ante situaciones de emergencias

Contamos con procedimientos para emergencias o accidentes los cuales definen responsabilidades; describen los pasos a seguir; describe el proceso de evacuación; contienen recomendaciones de comunicación y consulta por la salud y bienestar de los vecinos; establecen pautas para detectar cambios en el tránsito; y brinda guías generales de actuación.

Los colaboradores reciben capacitación en seguridad contra incendios y uso de extintores. Además, se realizan relevamientos y control de equipamiento como en: (i) sistemas de detección y alarma de incendio, (ii) sistemas de detección y corte en instalaciones de gas inflamable, y (iii) sistema protección contra incendio.

f. Seguimiento y evaluación

De manera anual, Ta-Ta informa acerca de su desempeño ambiental a la Dirección Nacional de Medio Ambiente (DINAMA) y al Ministerio de Industria, Energía y Minería y el Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente (MVOTMA). Además, nos sometemos a auditorías de gestión energética dos veces al año; la primera, con un proveedor externo que se enfoca a la medición de los consumos energéticos en sus locales; y la segunda, con la aseguradora Sura, la cual revisa, analiza y evalúa los planes de acción establecidos en Ta-Ta para mejorar su gestión energética.

Tenemos establecido un mecanismo para dar seguimiento al cumplimiento legal, especialmente en lo establecido en el Reglamento Bromatológico Nacional (Decreto N° 315/994), el cual contiene requisitos higiénicos para la manipulación de alimentos, almacenamiento, transporte, preparación y servicio, incluyendo las características constructivas de los locales, saneamiento, entre los principales. El seguimiento permite mantener activas y al día los registros de habilitaciones de los locales y depósitos.

g. Participación de los actores sociales

Los principales públicos para la gestión de Ta-Ta son los colaboradores, clientes, fundadores, comunidad y proveedores.

El área de Responsabilidad Social Empresarial ("RSE") lleva adelante programas como: (i) Causa Solidaria, con el objetivo de contribuir con el desarrollo y la educación de niños y niñas de todo el país, (ii) Piloto de Negocios Inclusivos, el que busca promover la inclusión de pequeños productores como proveedores, (iii) donaciones de ropa BAS al Taller de Costura del Instituto Nacional de Rehabilitación (Ministerio del Interior), con objeto de apoyar la formación de mujeres en un oficio para su reinserción laboral en la sociedad, (iv) Navidad Solidaria, en Convenio con el Instituto del Niño y Adolescente del Uruguay ("INAU"), con el objetivo de entregar juguetes a más de 6000 niños, niñas y adolescentes, (v) relacionamiento con la Escuela N° 178 de Barros Blancos (vecina a CDO) y (vi) colaboración con TELETON, CEPRODIH y UNICEF.

Tenemos relacionamiento con la comunidad de Barros Blancos, donde se ubica nuestro Centro de Operaciones, canalizado principalmente a través de acciones con la escuela.

h. Comunicaciones externas

Iniciamos el proceso de elaboración del primer Reporte de Sustentabilidad bajo estándares *Global Reporting Initiative* ("GRI"). Este documento, junto con su proceso de recolección continua de data y generación de información, serán una de las principales herramientas de comunicación externa e interna sobre sostenibilidad de la Compañía.

i. Programa "Primero Uruguay"

En función a nuestro compromiso con la comunidad, lanzamos a fines de 2020 el programa "Primero Uruguay". Es un programa de Ta-Ta que busca desarrollar la producción nacional, mediante la creación de un nuevo canal de venta para los Productores/Emprendedores locales, con el fin de ampliar y mejorar la oferta de cara a los clientes, fomentar la generación de fuentes de trabajo, y seguir contribuyendo con el propósito de bajar el costo de vida de los uruguayos.

La idea principal, es la de reforzar la propuesta comercial de Ta-Ta sumando la mayor cantidad de emprendimientos locales, ya sea productivos y/o de ensamble de productos terminados. Esto incluye todos los rubros, sin restricción, los que serán evaluados en base a su condición, calidad, garantía de continuidad, su impacto medioambiental, la participación o inclusión de mujeres, el nivel de inclusión social que representen, los empleos que generen, y demás condiciones que contribuyan al desarrollo del programa. La intención es fomentar el desarrollo de pequeños productores locales que muchas veces ven postergada la posibilidad de ofrecer sus productos al mercado y mucho más a grandes cadenas, sea porque sus productos aún no son conocidos, no cuentan con presupuestos para comunicación, no pueden mejorar sus producciones, requieren de ayuda económica para inversiones de capital de trabajo o simplemente, no saben cómo proceder. Cabe marcar que el BROU suscribió su apoyo con herramientas de crédito y financiación a estos potenciales proveedores.

(ii) Trabajo y Condiciones Laborales

a. Nómina y Políticas Laborales

Ta-Ta cuenta con aproximadamente 5.000 colaboradores, de los cuales aproximadamente 3.400 son mujeres y 1.600 hombres. La Compañía prioriza el desarrollo profesional de sus colaboradores, respetamos la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres, y fomentamos la inclusión de colaboradores con discapacidad. En Ta-Ta contamos entre nuestras principales políticas de gestión humana las siguientes: (i) Política de Fidelización, (ii) Política de Compensaciones, (iii) Política de Comisiones, (iv) Política de Obsequios, (v) Proceso de Atracción de Talento, (vi) Protocolo de Actuación ante casos de Acoso Moral y Sexual, y (vii) Código de Ética, que unifica el Reglamento Interno, el Reglamento Disciplinario, los valores CÓDIGO, y los Hábitos que son la base de las conductas de los colaboradores de Ta-Ta.

a.1. Condiciones laborales y términos de empleo

Realizamos la encuesta de clima laboral con *Great Place to Work* (“GPTW”). La más reciente fue realizada en septiembre de 2020, la cual tuvo un 97% de participación y obtuvo un 65% de satisfacción general. Con este resultado, logramos la certificación como un “lugar para trabajar encaminado hacia la excelencia”. Producto de esta encuesta se desarrollaron planes de acción para cada local, CDO, CND y oficinas, los cuales se subieron a una plataforma digital que permite a los colaboradores hacer el seguimiento correspondiente.

a.2. No discriminación e igualdad de oportunidades

Ta-Ta no tiene un tope de edad para reclutar personal, la única limitante es que sean mayores de edad (18 años) o mayores de 15 años con permiso laboral. La Empresa cuenta también con un Programa de Inclusión Laboral que tiene como objetivo el contribuir a la integración y el desarrollo laboral de personas con discapacidad a través de empleos de calidad. Este programa, que se viene implementado desde hace 20 años y que cuenta actualmente con 36 personas, ha convertido a Ta-Ta en una de las mayores empresas empleadoras de personas con síndrome de down en el país.

b. Salud y seguridad en el trabajo

A nivel directivo, Ta-Ta cuenta con un Comité de Salud y Seguridad (“CSS”) el cual se reúne periódicamente. Este comité, que cuenta con el asesoramiento de un equipo de profesionales en salud y seguridad, está integrado por directores y gerentes de las áreas operativas (Gerencia General, Operaciones, Logística, Prevención de Pérdidas y Gestión Humana). En concordancia con la legislación local, el CSS cuenta con una Comisión de Seguridad y Salud Bipartita (“CSSB”) integrada por representantes de los Sindicatos (SUNTT y SUM) y representantes de la Compañía de las áreas de Seguridad y Salud Ocupacional, y Gestión Humana.

c. Marca Propia

En cuanto a los temas ambientales, para los productos de Marca Propia, se solicita a proveedores nacionales y regionales lo siguiente: (i) tener una adecuada gestión de residuos (sólidos y efluentes); (ii) efectuar una gestión sustentable de los recursos hídricos; y (iii) efectuar una Declaración Jurada de Envases que indique su adhesión a las normativas nacionales o internacionales aplicables.

(iii) Eficiencia del Uso de los Recursos y Prevención de la Contaminación

a. Eficiencia en el uso de recursos

Ta-Ta se abastece de energía eléctrica a través de la red pública (95% en base a energía renovable). En caso de emergencias, la gran mayoría de unidades de negocio utilizan generadores de respaldo que operan con combustibles fósiles. No obstante, uno de los focos principales de trabajo de la empresa es la eficiencia energética, la cual busca integrar medidas de ahorro energético en sus tres principales áreas de consumo: frío comercial, aires acondicionados e iluminación. A través de un monitoreo constante, Ta-Ta identifica dónde están los mayores consumos energéticos de los locales, revisa y analiza los datos obtenidos y genera e implementa oportunidades de mejora.

En el mes de diciembre de 2020, la Compañía fue reconocida por el Ministerio de Industria y Energía (MIEM) en el Evento Premio Nacional de Eficiencia Energética que se llevó a cabo de forma virtual en el LATU, obteniendo el primer premio en la categoría grandes consumidores. Este reconocimiento se debió a la continuidad del trabajo en eficiencia energética, que comenzó en 2014, y a la mejora continua y la extensión paulatina y constante de las medidas de eficiencia a más locales.

Asimismo, y como parte del compromiso de la empresa con los asuntos ambientales, Ta-Ta puso en marcha un proyecto de energías renovables en los locales, inaugurando la primera planta de energía solar en el local de supermercado de Solymar. Es un proyecto pionero en Retail Nacional, construido con equipamiento de vanguardia mundial y con tecnología de supervisión remota.

b. Prevención de la polución

Los colaboradores de Ta-Ta son capacitados en: (i) las técnicas de uso diario para disminuir averías, el deterioro de alimentos y de los envases; y (ii) la utilización responsable de envases descartables en alimentos, especialmente nylon y *film*.

La Compañía ha puesto en marcha el plan denominado Carro de Oportunidades que implementa ofertas de hasta 70% sobre el precio de venta en productos próximos a vencer. Con esto se reduce el descarte de productos por vencimiento, así como de mermas por averías, y se produce un impacto positivo a los clientes quienes pueden obtener productos en buen estado a bajos precios.

b.1 Residuos

Los residuos que se generan en la Compañía son principalmente: materiales de empaque y embalaje (pallets, *films*, papel, cajas), productos discontinuados o vencidos, residuos de contención de derrames, elementos de protección personal (guantes, tapa bocas, túnicas descartables), residuos de oficina y comedor, y aceites comestibles usados en freidoras. Éstos se clasifican, se acondicionan en recintos, y se separan en tres categorías de residuos principales: (i) húmedos, que incluyen restos orgánicos de las secciones de frescos y comedor, (ii) secos, que comprenden envases y embalajes, principalmente cartón y plásticos, y (iii) líquidos, específicamente aceite usados en las freidoras.

(iv) Salud y seguridad de la comunidad

La Compañía realiza un proceso continuo de relevamiento, inspección y auditoría de la infraestructura y las condiciones de salud y seguridad de los locales. Además, mediante cartelería y redes sociales, se difunden prácticas en materia de salud y seguridad. Por otro lado, todos los locales de Ta-Ta cuentan con un desfibrilador externo automático (“DEA”), el cual, en varias oportunidades, ha sido puesto a disposición para atender emergencias en la comunidad.

La Compañía cuenta con procedimientos de control de equipo de seguridad contra incendios, los cuales son revisados periódicamente (sistemas de humo, gas y bombas de incendios) para garantizar su funcionalidad. Las medidas de seguridad contra incendios se realizan en base a lo que establece la normativa nacional (Reglamentado por la Dirección Nacional de Bomberos) cuya referencia para la redacción es lo establecido por *National Fire Protection Association* (“NFPA”).

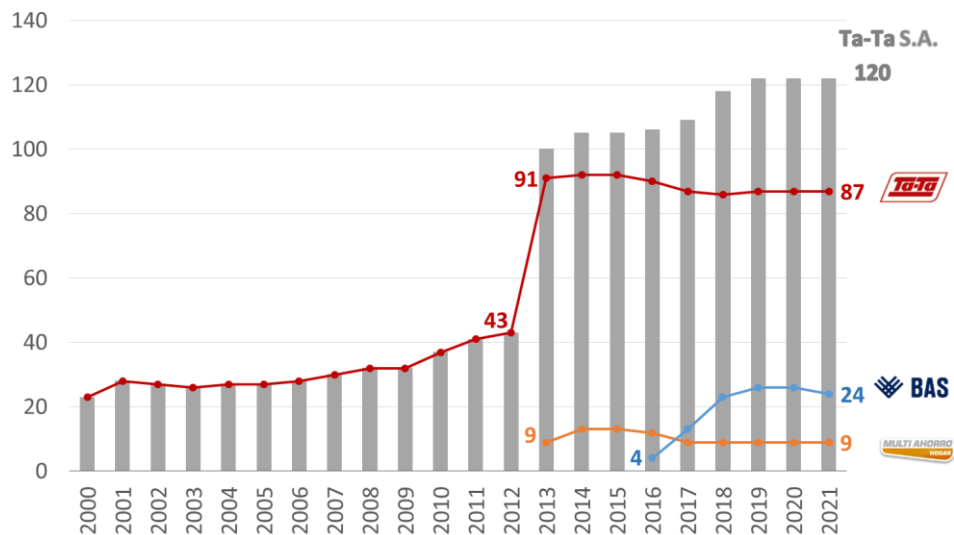
Los locales de la Compañía cuentan con personas entrenadas en reanimación cardíaca básica, así como con personal capacitado en seguridad contra incendio, sistemas de detección, alarma y protección contra incendios, sistemas de detección y corte de gas inflamable.

Puntos de Venta

Ta-Ta S.A. es la única empresa de retail de alimentos con presencia geográfica en todos los departamentos de Uruguay. A través de las distintas unidades de negocio, cuenta con 120 sucursales físicas (57 en Montevideo, 63 en el interior del país), con una fuerte presencia en los Shopping de Uruguay y, además, tiene un importante desarrollo del canal digital en todas sus unidades de negocio. Si se consideran los locales de Multi Ahorro Hogar y BAS que se encuentran dentro de los locales de supermercados Ta-Ta (formato que la empresa denomina “Córner”), el total de locales físicos asciende a 148.

En el gráfico a continuación se presenta la evolución de aperturas de los distintos locales de la Compañía.

Locales físicos por unidad de negocio

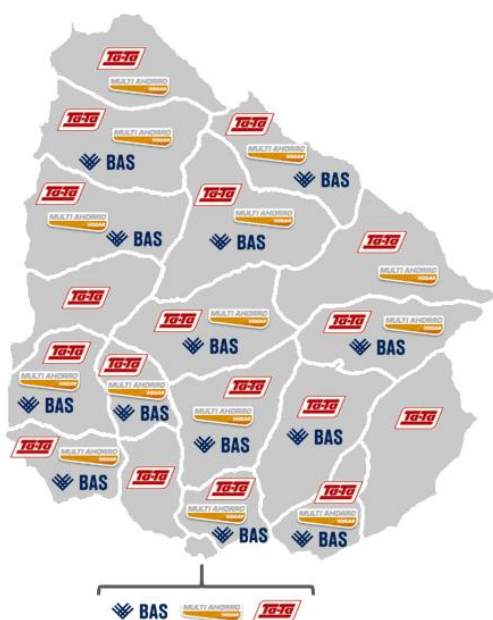


Actualmente, la unidad de negocio supermercado tiene 87 locales en Uruguay de los cuales 44 son en Montevideo y el resto se encuentran en el interior del país. Además, cuenta con el ecommerce Tata.com. En cuanto a la ubicación física de los locales de supermercado, 8 se encuentran en Shoppings o Terminales, 1 en el Mercado Agrícola de Montevideo (MAM) y el resto de los locales son “a la calle”.

La unidad de negocio Multi Ahorro Hogar cuenta con 9 locales, 27 locales “Córner” ubicados dentro de los locales de supermercado y posee una tienda virtual. De los 9 locales, 7 de ellos están ubicados en Shoppings, mientras que los restantes 2 locales son “a la calle”.

La unidad de negocio BAS cuenta con 24 locales físicos en diferentes puntos del país, un local “Córner” en Treinta y Tres y una tienda virtual. BAS cuenta con 10 locales ubicados en los distintos Shoppings del país, 1 Outlet ubicado en Montevideo y el resto de los locales se encuentran en centros comerciales “a la calle”.

Distribución Geográfica de los locales físicos de Ta-Ta:



	Ta-Ta	Multi Ahorro Hogar	Corner	BAS	Corner BAS
Artigas	1		1		
Canelones	7	2	3	3	
Cerro Largo	2		1		
Colonia	4		2	1	
Durazno	2		1	1	
Flores	2		1	1	
Florida	1		1	1	
Lavalleja	1			1	
Maldonado	2	1	1	2	
Montevideo	44	5	5	8	
Paysandú	5	1	2	1	
Río Negro	2				
Rivera	2		1	1	
Rocha	1				
Salto	3		3	1	
San José	1				
Soriano	2		2	1	
Tacuarembó	4		2	1	
Treinta y Tres	1		1	1	1
Total	87	9	27	24	1

Adicional a estos locales físicos la empresa cuenta con un importante desarrollo del canal digital con las mencionadas tiendas virtuales para Ta-Ta, BAS y Multi Ahorro Hogar, sumado a la plataforma de 3iDigital. Cabe recordar, como se mencionó anteriormente, que WoOw integra en 3iDigital y es la plataforma que abarca todos los proyectos digitales del Grupo en Uruguay. Además de las tiendas virtuales antes mencionadas cuenta con las verticales WoowShop.com, City.com y MisBeneficios.com.

Adicionalmente, la incorporación de Frontoy le permitió indirectamente a Ta-Ta S.A. sumar otro canal de venta y llegar al canal tradicional a más de 3.000 comercios minoristas.

Actividades Logísticas

En el año 2013 Ta-Ta terminó la construcción e inauguró su centro logístico con una superficie de 240 mil metros cuadrados. El Centro de Operaciones (CDO) se ubica en la localidad de Barros Blancos, en el Departamento de Canelones. Allí se recibe la mayor parte de la mercadería nacional e importada y desde allí se efectúa el abastecimiento hacia los distintos locales.

El CDO incorpora año a año tecnología, que le permite mejorar la logística de la Empresa y es uno de los más modernos de la región.

Su infraestructura permite el acceso simultáneo de más de 50 camiones, lo que permite efectuar los traslados con gran rapidez y eficiencia, llegando a todos los departamentos del país con una frecuencia mínima de 3 veces por semana.

El CDO cuenta con un equipo multidisciplinario de más de 300 colaboradores.

Unidades de Negocios (TA-TA S.A., FRONTROY S.A., BARANUR S.A.) y Programa Plus

a. Ta-Ta Supermercados

- **Breve Descripción y Estrategia**

Ta-Ta es la única cadena de supermercados con presencia en todos los departamentos de Uruguay, a través de sus 87 locales físicos. Esto le proporciona a la empresa una ventaja competitiva importante respecto a sus competidores, ya que le permite llegar a todo el territorio uruguayo y tener una red logística con alcance nacional. La amplia red logística constituye un pilar fundamental sobre el cual se está construyendo el desarrollo futuro que implica la complementariedad y sinergia entre los locales físicos y el ecommerce.

Como se mencionó anteriormente, su propósito es “bajar el costo de vida del Uruguay” y tiene una política de precios bajos siempre como vehículo principal para lograr dicho propósito. El compromiso es ofrecer el precio más bajo al final del ticket. Precios bajos siempre, no es únicamente una filosofía de precios, es una filosofía de negocio.

Para lograr su propósito, Ta-Ta se apalanca en una estrategia basada en el loop de productividad y

así proporcionarles a sus clientes productos de buena calidad a un buen precio. Asimismo, esta estrategia se complementa con la estrategia hacia la omnicanalidad proporcionada a través de las plataformas digitales. De esta manera, no es una estrategia apalancada únicamente en las tiendas físicas, sino que se complementa con una estrategia basada también en lo digital.

- **Productos**

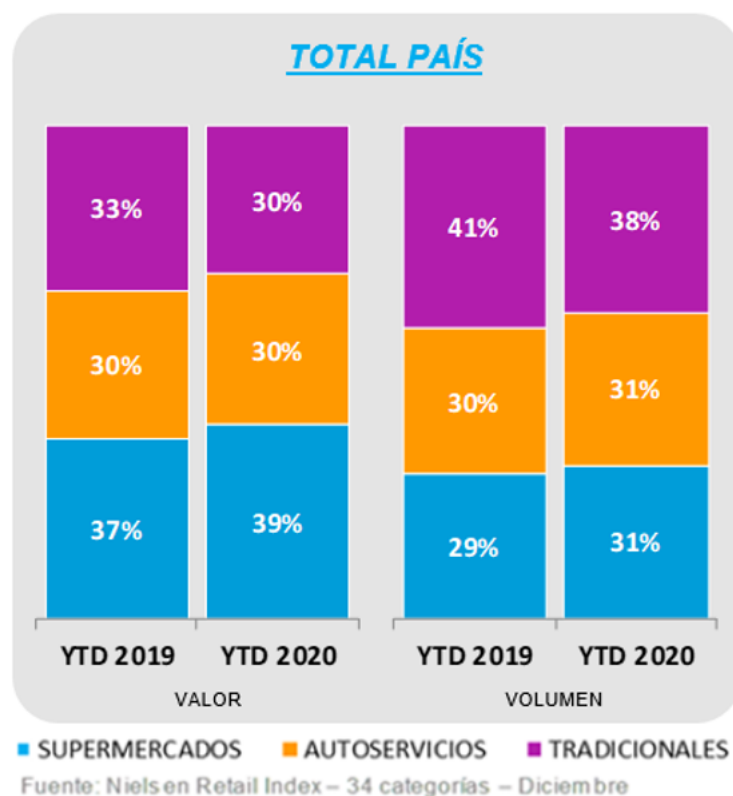
La unidad de negocios comercializa productos de las siguientes familias:

- Almacén: comestibles, bebidas, golosinas y cigarros;
- Alimentos Frescos: lácteos, frutas y verduras, carnes, fiambres, rotisería, cafetería, congelados y panadería;
- Perfumería y Limpieza;
- Bazar: juguetería, cristalería, muebles, menaje, cotillón, librería, navidad;
- Textil: vestimenta (dama, caballero, niños y niñas), marroquinería y productos textiles para el hogar;
- Electrodomésticos.

- **Mercado y Competencia**

El mercado de productos que comercializa Ta-Ta está compuesto principalmente por tres grandes oferentes: almacenes, autoservicios y supermercados. De acuerdo a información de Nielsen IQ para 2020³, los supermercados representan el 39% del consumo total de ese mercado. Adicionalmente, las Grandes Cadenas (Ta-Ta, Disco, Devoto, Geant, Tienda Inglesa y El Dorado) representan aproximadamente el 88% del total de supermercado, lo cual implica que totalizan el 34% del mercado. Por lo tanto, la competencia de Ta-Ta no refiere exclusivamente a otras cadenas de supermercados, sino a los tres canales antes mencionados (además del canal online).

Estructura de la Demanda de Consumo en Uruguay



³ Estimación de Nielsen Uruguay (US) LLC Sucursal Uruguay ("NIELSEN IQ") considerando 34 categorías de productos. La información se obtiene a través de la auditoría a una muestra continua de establecimientos detallistas (autoservicios y tiendas tradicionales), distribuida a lo largo de todo el territorio nacional. Debido a que es una muestra del mercado y por lo tanto no refleja la totalidad del mercado en el país, es un resultado estadístico. Para mayor detalle, ver Anexo 12.

De todos modos, se describirá el entorno competitivo solamente teniendo en cuenta las denominadas Grandes Cadenas.



Ta-Ta

Cuenta con 87 locales y es la única cadena con presencia en todos los departamentos del país.



Tienda Inglesa

Cuenta con 13 sucursales ubicadas en Montevideo, Canelones y Maldonado.



Disco

Tiene 30 sucursales distribuidas en Montevideo, Canelones, San José y Maldonado.



Devoto

Posee 24 locales ubicados en Montevideo, Canelones y Maldonado. Adicionalmente, tiene 35 locales en formato de tienda de cercanía (Devoto Express).



Geant

Cuenta con 2 sucursales, una de ellas ubicada en Montevideo y otra en Canelones.



El Dorado

Tiene 57 locales distribuidos en Canelones, San José, Maldonado, Rocha, Lavalleja, Treinta y Tres, Cerro Largo, Tacuarembó, Florida y Soriano.

b. Multi Ahorro Hogar

• Breve Descripción y Estrategia

Multi Ahorro Hogar se dedica a la comercialización de electrodomésticos y tecnología, con foco en la innovación y variedad de productos.

Nace en 2005 como una nueva unidad de negocio de la cadena MultiAhorro, orientada a la venta de electrodomésticos y en 2013 fue adquirida por Ta-Ta S.A.

Desde su creación ha tenido una significativa expansión y actualmente es una de las principales marcas en el rubro electrodomésticos.

Cuenta actualmente con 9 locales físicos exclusivos para la venta de electrodomésticos (5 en Montevideo, 2 en Canelones, uno en Maldonado y otro en Paysandú), siete de ellos Shoppings. Además, la unidad de negocio cuenta con 27 locales "Corner" ubicados dentro de los supermercados Ta-Ta, también comercializa algunos de sus productos en los locales Ta-Ta (góndolas e islas), en su tienda online y en 3iDigital.

• Productos

Multi Ahorro Hogar vende electrodomésticos para el hogar, cocina, tv, audio, celulares, tecnología, cuidado personal, transporte y climatización.

• Mercado y Competencia

Multi Ahorro Hogar es un jugador importante en el rubro de Grandes Electrodomésticos, el cual está compuesto entre otras empresas por Carlos Gutiérrez y Barraca Europa. Cabe señalar que Multi Ahorro Hogar también compite con los electrodomésticos vendidos por otras cadenas de supermercados.

c. BAS

• Breve Descripción y Estrategia

BAS es una marca de indumentaria de prendas básicas y casuales que reflejan funcionalidad, simpleza

y alegría. Comercializa ropa de mujer, hombre y niño.

Como fue mencionado, la marca BAS fue creada en 2012 y se vendía inicialmente en los supermercados Ta-Ta. Debido al éxito que tuvo se decidió independizar la unidad de negocio en 2016, año en el cual se instala la primera tienda. Cabe aclarar que la venta de indumentaria en los supermercados Ta-Ta se reemplazó por la marca propia H&G. La marca BAS cuenta hoy con 26 locales distribuidos en el país, más un canal online.

- **Productos**

BAS vende ropa para bebés, niños y niñas, damas, caballeros, calzado y accesorios.

- **Mercado y Competencia**

En el rubro de comercialización de indumentaria la competencia es muy atomizada e incluye no sólo a empresas nacionales sino también extranjeras. En los últimos años la competencia se ha vuelto aún mayor, debido a que llegaron a Uruguay marcas internacionales como H&M y Renner, sumado a otras marcas ya establecidas en Uruguay hace varios años como Zara y Hering.

d. 3iDigital

- **Breve Descripción y Estrategia**

3iDigital es una unidad de negocios que tiene como principal objetivo desarrollar el retail digital para seguir siendo protagonista y mantenerse cada vez más cerca del cliente.

La estrategia de 3iDigital se basa en la experiencia del cliente. Se pone al cliente en el centro. Se busca crear experiencias de consumo diferentes y agradables que fortalezcan la conexión de los clientes con la marca, apoyándose en la innovación constante y la aplicación de nuevas tecnologías.

3iDigital es una plataforma híbrida que nuclea a todos los ecommerce propios de la compañía (Tata.com, BAS.com, MultiAhorroHogar.com, MisBeneficios.com, City.com, WoowShop.com).

3iDigital genera un gran potencial de crecimiento a instancias del desarrollo del eCommerce y la omnicanalidad.

- **Productos**

Además de los productos que comercializa Ta-Ta Supermercados, BAS y Multi Ahorro Hogar mediante la tienda virtual, existen otra gran variedad de productos y servicios en otras verticales:

- WoowShop.com: Aire Libre (jardinería, piscinas, camping, playa), Celulares y Accesorios, Electrodomésticos (tv, cocinas y hornos, climatización, calefones, etc.), Muebles (para la oficina y para el hogar), Hogar (cocina, decoración, ferretería, juguetes, mascotas), Tecnología (notebooks, impresoras, cámaras fotográficas, etc.), Fitness (musculación y aparatos, accesorios y suplementos deportivos), Carteras, Valijas y Accesorios.
- City.com: Restaurantes, Estética y Bienestar (corporal, spa, deportes, fitness, odontología, depilación, etc.), Peluquería, Cursos, Actividades (aventuras, deportes, día de campo), Cartelera (teatros, espectáculos, stand-up), Autos (mecánica y service, alquiler, clases de manejo, etc.), Otros (mascotas, impresiones, alquiler de salones).
- MisBeneficios.com: es un sitio diseñado especialmente para el plan de fidelización del Banco Itaú, en el cual los clientes del banco cuentan con descuentos y beneficios especiales.

- **Mercado y Competencia**

El mercado del eCommerce está compuesto por una infinidad de empresas que comercializan sus productos en plataformas digitales, pero el principal referente del rubro en Uruguay es Mercado Libre.

e. Frontoy

- **Breve Descripción y Estrategia**

Frontoy se dedica a la comercialización mayorista, distribución y representación atendiendo al canal minorista de almacenes y autoservicios del país. Brinda un servicio de calidad, responsabilidad y garantía a sus clientes, comprometiéndose con los empleados y la sociedad, con la trayectoria, solidez, prestigio y honestidad que lo caracteriza.

- **Productos**

Frontoy ofrece principalmente productos de almacén (comestibles), pero su surtido también incluye las siguientes categorías de productos:

- Bazar / Productos para el hogar;
- Perfumería y Limpieza;
- Bebidas;
- Comestibles;
- Golosinas.

- **Mercado y Competencia**

Existe una gran cantidad de empresas de distinta índole que comercializan productos sustitutos a los que vende Frontoy y que son competencia directa. Las principales empresas mayoristas además de Frontoy son: Macro Mercado, Kanovich, San Francisco y Santa Ana.

f. Programa de Fidelidad Plus

- **Breve Descripción y Estrategia**

Nuestro programa de fidelidad Plus conforma una comunidad de beneficios para nuestros clientes, contando actualmente con casi 1,5 millones de socios Plus. Dicho programa surgió en 2015, con la finalidad de reconocer la preferencia de los clientes de Ta-Ta, brindándoles beneficios exclusivos.

A través del programa, los clientes de Ta-Ta pueden sumar puntos en todas las compras en Supermercados Ta-Ta, Multi Ahorro Hogar y BAS, pudiendo ser canjeados en cualquier unidad de negocio, por cualquier producto que se encuentre a la venta. También acceden a precios diferenciales, descuentos personalizados, sorteos, transferencias de puntos, etc.

La principal ventaja del programa Plus es el ahorro a través de los puntos con los cuales los socios pueden comprar cualquier producto en cualquier unidad de negocio.

Desempeño Reciente de Ta-Ta S.A.

Pese al escenario recesivo que presentó el año 2020, Ta-Ta realizó numerosos esfuerzos para superar desafíos y adaptarse al contexto afectado por la pandemia. Esto llevó a que la empresa pudiera cumplir el plan diseñado y superar el Presupuesto 2020 y al mismo tiempo contribuir con la comunidad.

En el marco de la emergencia sanitaria, Ta-Ta lanzó en conjunto con ANTEL un 0800 para que los clientes pudieran comprar canastas telefónicamente sin moverse de sus casas y sin uso de ningún medio de pago (el pago venía en la factura mensual del teléfono). Esta iniciativa fue destinada principalmente a la población más vulnerable que no está habituada al uso de medios electrónicos ni celular, brindándoles una solución sencilla y efectiva para no tener que salir de la casa y exponerse.

En la misma línea, Ta-Ta participó activamente del programa del MIDES de entrega de canastas con alimentos y productos de limpieza a la población de menores ingresos. Concretamente, Ta-Ta ganó licitaciones que le permitió entregar 200 mil canastas durante 2020 y, de esta forma, contribuyó a ayudar a los hogares que se encuentran en una situación más vulnerable.

Estas iniciativas fueron posibles gracias al alcance nacional que tiene la empresa llegando a los 19 departamentos, a la capacidad tecnológica y a la cultura de rápida adaptación a los cambios que cuenta la Compañía.

Adicionalmente, en abril la empresa donó más de 4.350 prendas de BAS para el Taller de Costura de

la Unidad N°5 del Instituto Nacional de Rehabilitación, donde se encuentran 369 mujeres. Este taller permite a las mujeres desarrollar nuevas destrezas, aprender un oficio y recuperar hábitos de trabajo, promoviéndose de esta forma su futura re inserción en la sociedad. Además, la compañía donó 390 camperas de abrigo polar para las mujeres de las unidades N°5 y N°9 del Instituto Nacional de Rehabilitación.

Por otro lado, y como parte del compromiso de la empresa con los asuntos ambientales, logro contar con fondos para la construcción de un proyecto solar fotovoltaico, a través del monto de inversión promovido por la Comisión de Aplicación de la Ley de Inversiones (COMAP). Este proyecto involucra a 3 sucursales de la unidad de negocio Ta-Ta Supermercado.

Durante 2020 Ta-Ta logró que se relanzara el ecommerce de supermercado en Montevideo y Maldonado. Adicionalmente, continuó con su estrategia de desarrollo de la marca propia, priorizando a los productos uruguayos.

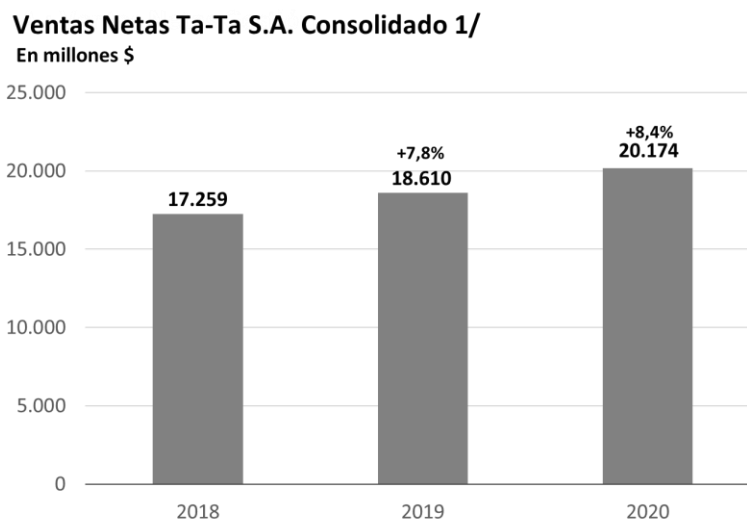
Pese al cierre de los shoppings durante unos meses y su posterior caída de tráfico, el negocio de Multi Ahorro Hogar obtuvo un muy buen nivel de ventas en los locales súper y un fuerte crecimiento de las ventas online. Se realizó la apertura de Córners de Multi Ahorro Hogar en el local de supermercado de Mercedes y otro en Juan Lacaze.

Por su parte, el incremento del canal digital y la muy buena propuesta de valor de BAS permitieron hacer frente al impacto por el cierre de los locales durante unas semanas y al menor tráfico de los shoppings.

Finalmente, en 2020 Ta-Ta potenció la llegada al segmento de pequeñas superficies como almacenes y autoservicios cuando Frontoy se sumó al Grupo.

Resultados Financieros

En el ejercicio cerrado en diciembre de 2020, los **ingresos operativos** de Ta-Ta totalizaron \$ 20.174 millones, lo que representa un crecimiento de 8,4% respecto a 2019. Este incremento estuvo impulsado principalmente por un buen desempeño del supermercado y de la venta online de todas las unidades de negocios, así como también por la incorporación de Frontoy.

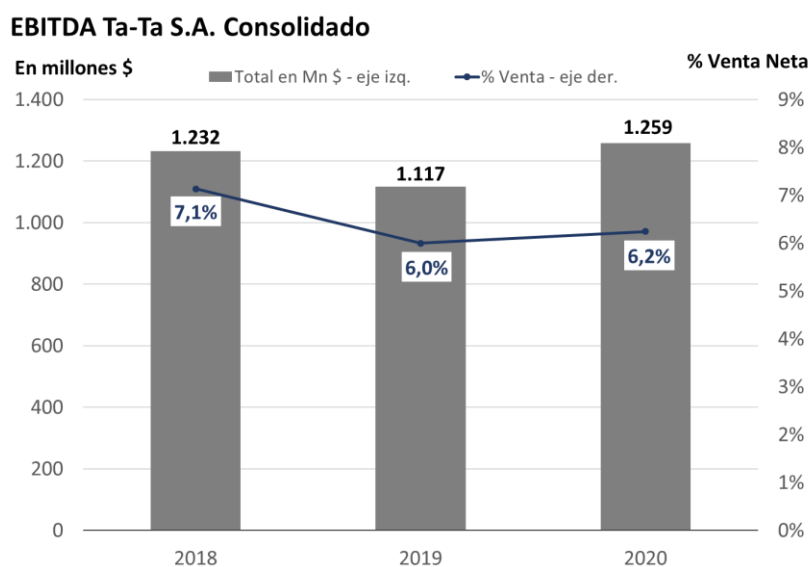


1/ Baranur fue adquirida en Diciembre 2018 y Frontoy fue adquirida en Febrero 2020.

El **resultado bruto** de Ta-Ta alcanzó a \$ 6.374 millones, lo que implicó un aumento de 5,3% frente a 2019 y un 31,6% de la venta del año. Esta cifra del margen comercial implicó una desmejora de casi un punto porcentual respecto al año anterior, que se explicó fundamentalmente debido a que durante el año se hicieron fuertes promociones en algunas unidades de negocio como BAS y en algunas secciones de supermercados, como textil y bazar, además de las acciones por el 0800 y canastas MIDES que se mencionaron anteriormente, a través de los cuales Ta-Ta ofreció los productos a márgenes reducidos de manera de colaborar con la situación de pandemia imperante en ese momento. Adicionalmente, la incorporación de Frontoy también influyó en la baja del margen comercial consolidado, debido a que el negocio mayorista tiene menores márgenes.

Por su parte, los **gastos operativos** totalizaron alrededor de \$ 5.115 millones en 2020, lo que implicó un aumento de 3,6% respecto al año anterior. Además del incremento de los gastos operativos por las mayores ventas, los mismos también estuvieron afectados por mayores gastos asumidos en relación a la pandemia.

En este contexto, el **EBITDA** de la compañía fue de \$ 1.259 millones en 2020, lo que implicó un aumento de 12,8% respecto al año previo. De esta manera, el margen de EBITDA tuvo un incremento y alcanzó a 6,2% de la venta



Oportunidades de Crecimiento

Mirando hacia adelante, la empresa ve oportunidades de crecimiento en todas sus unidades de negocio, apoyándose en todo lo construido hasta ahora, aprovechando las nuevas tendencias del retail y entendiendo las necesidades de los consumidores.

Para poder lograr esto, la empresa cuenta, por un lado, con un activo importante compuesto por una amplia red de locales físicos distribuidos a lo largo del territorio uruguayo mediante las distintas unidades de negocio. Por otra parte, Ta-Ta S.A. está desarrollando hace un tiempo ya el canal ecommerce y está construyendo un negocio que contempla tanto el negocio tradicional retail basado en tiendas físicas como lo virtual.

En este marco, para los próximos años Ta-Ta tiene previsto la apertura de nuevos locales, sobre todo en el interior del país. La empresa ve espacio para seguir expandiendo su red de tiendas, principalmente de supermercados, en varias localidades donde la penetración del supermercado es muy reducida o incluso nula. Adicionalmente, aprovechando el desarrollo de su base de clientes Plus, la empresa prevé seguir entendiendo a sus clientes y realizar propuestas de valor adecuadas a las necesidades de los mismos y adelantarse a nuevas tendencias. Todo esto será complementado con el desarrollo del ecommerce en todas las unidades de negocio y el desarrollo de nuevos productos, para que los clientes puedan tener lo que quieren, cuando quieran y en cualquier lugar.

Este plan de crecimiento se apalanca principalmente en tres pilares: la logística, los sistemas y las personas.

Al tener uno de los centros logístico más modernos del país y que le permite llegar a todo el Uruguay, le otorga a Ta-Ta una ventaja competitiva frente a los competidores, no sólo para abastecer a las tiendas físicas sino en la red de distribución para el ecommerce. Si bien es uno de los centros más modernos del país, la empresa prevé seguir invirtiendo y modernizándolo, para que acompañe el crecimiento futuro del negocio, y le permite bajar el costo logístico y de esa manera alinearse con el objetivo de **operar por menos**. Adicionalmente y como ha venido ocurriendo en los últimos años, la

empresa prevé seguir invirtiendo en tecnología de punta que le permita estar a la vanguardia del mercado y poder satisfacer a sus clientes con estándares de excelencia. Además, de apoyarse en una amplia y moderna infraestructura logística y la última tecnología, para lograr el plan de crecimiento futuro que la empresa tiene trazado es fundamental mantener el trabajo de profesionalización y capacitación de los colaboradores de la empresa, los cuales son los que llevan el negocio al consumidor final. Es por ello, que Ta-Ta S.A. seguirá buscando ser “el mejor lugar para trabajar” para sus colaboradores, ya que de ellos depende el éxito de la implementación del plan de crecimiento ideado.

Inversiones

La empresa ha realizado inversiones por \$ 289 millones en 2020, monto que es inferior al observado en 2019 (\$ 624 millones) y al monto que se prevé llevar a cabo en 2021. Este menor monto invertido se debe a que a raíz de la emergencia sanitaria como consecuencia de la pandemia mundial, la empresa decidió postergar varias inversiones que estaban previstas para realizar a lo largo del año dada la incertidumbre que había. Por ejemplo, no se hicieron aperturas de ningún local, más allá de algunos locales Córner de Multi Ahorro Hogar y BAS (espacios dentro de los locales de supermercados Ta-Ta destinados a esas unidades de negocio).

La mayor parte de la inversión de 2020 se explicó por sistemas, \$ 149 millones, en línea con el foco en lo digital y tecnología que tiene la empresa. Entre las inversiones de sistemas se destacan herramientas de clase mundial como Oracle Cloud, Oracle Retail y Salesforce, además de renovaciones de otras licencias. Asimismo, dentro de la inversión del año pasado se destaca \$ 59 millones en mejoras e instalaciones y \$ 60 millones en la compra de muebles y equipos.

Financiamiento

Los pasivos financieros se ubicaron en \$ 4.765 millones en el ejercicio 2020, lo cual implica un aumento de 2% respecto al año previo. Cabe marcar que esta deuda financiera se encuentra 72% denominada en unidades indexadas, 7% en pesos uruguayos y solamente un 21% en dólares norteamericanos, por lo cual el riesgo cambiario está mitigado de forma notoria. La duración promedio de la deuda financiera al 31 de diciembre de 2020 era de 2,7 años.

Como hecho relevante posterior al cierre del ejercicio 2020, cabe destacar la aprobación por parte de BID Invest de un aporte de capital por hasta US\$ 15 millones, sumado a un préstamo financiero en pesos uruguayos por hasta el equivalente de US\$ 35 millones, para el desarrollo del plan de inversiones de la Compañía. Actualmente Ta-Ta está avanzando en la instrumentación de dichos instrumentos.

Distribución de Dividendos

En el ejercicio fiscal 2020, la empresa no ha llevado a cabo distribuciones de dividendos a sus accionistas.

2.2 Accionistas

Los accionistas de Ta-Ta S.A. son Lerol Enterprises Corp., Soreno Holdings S.A. y la Corporación Interamericana de Inversiones (BID Invest).

2.3 Personal Superior

Directorio

Presidente: Francisco de Narvaez;
Vicepresidente: Fernando Martín Minaudo;
Vocal: Christopher Jones;
Vocal: Jorge Federico Erhart.

FRANCISCO DE NARVAEZ – Presidente

Empresario argentino con una amplia experiencia liderando empresas del rubro Retail en Colombia, Argentina, Uruguay, Perú y Ecuador. Dio sus primeros pasos y se formó profesionalmente en las cadenas de almacenes de ramos generales que su familia materna fundó en los países antes mencionados, tras emigrar de Europa en 1939. En 1985, a sus 32 años, asumió la dirección del Grupo, modernizando y expandiendo las compañías y al mismo tiempo fue delegando la gestión de las compañías en equipos profesionales. Esta transformación de un grupo familiar a un grupo conducido profesionalmente fue caso de estudio en la Escuela de Negocios de Harvard. En 1994 se retiró como CEO del Grupo y permaneció integrando su directorio. Actualmente es Presidente del Grupo De Narvárez focalizado en retail en todo América.

En Ecuador Almacenes Tía, Tía Express, Tienda TATA y Supermercados Magda, cuentan con más de 8.000 colaboradores en 210 locales en todo el país. En Uruguay con Supermercados Ta-Ta, Multi Ahorro Hogar, Farmacias y Perfumerías San Roque, BAS Indumentaria, 3iDigital y el mayorista Frontoy lograron 170 locales y más de 5.000 colaboradores. En su división de Apparel el Grupo De Narvárez es socio del grupo L Catterton, firma de capital privado integrado por Catterton, LVMH y Grupo Arnault en Rapsodia, Baby Cottons y Caro Cuore. En Argentina, a través de la adquisición de Walmart Argentina en 2020, cuenta con más de 90 locales en todo el país y unos 9.000 colaboradores.

FERNANDO MARTÍN MINAUDO – Vicepresidente

Tiene estudios en la carrera de Contador Público por la Universidad de Belgrano, Buenos Aires. Posee más de 20 años de trayectoria liderando empresas del rubro Retail, primero en Disco S.A. de Argentina y luego dentro del Grupo de Narvárez. Además, tiene experiencia en estudios de auditoría y trabajos de consultoría estratégica y negocios, así como también como miembro del Directorio de Quinsa, compañía del grupo AMBEV. Está vinculado al Grupo de Narvárez desde 2003, inicialmente realizando trabajos de consultoría en la firma TPM Group fundada por él y otros dos socios, y luego a partir de 2005 se incorporó formalmente al mismo. Se desempeñó como Director de Administración y Finanzas en los primeros dos años y como Director General a partir del año 2007. Adicionalmente, desde noviembre de 2020 ocupa el cargo de Presidente de Walmart Argentina.

CHRISTOPHER JONES – Vocal

Licenciado en Administración de Empresas, Marketing y Gestión por la Universidad de Pennsylvania, The Wharton School. Posee una sólida trayectoria, de más de 20 años, liderando áreas de cadena de abastecimiento, logística, operaciones comerciales, procesos de negocios y sistemas de información, a nivel internacional. Cuenta con vasta experiencia desarrollada en la empresa Walmart, donde lideró áreas de Operaciones y Logística. Se desempeñó como Jefe de Cadena de Abastecimiento y Logística en D & S Chile. Ha desarrollado responsabilidades de asesoramiento y consultoría para OPSTREAM SCS. Desde el año 2017 ocupa la posición de CEO en Ta-Ta S.A.

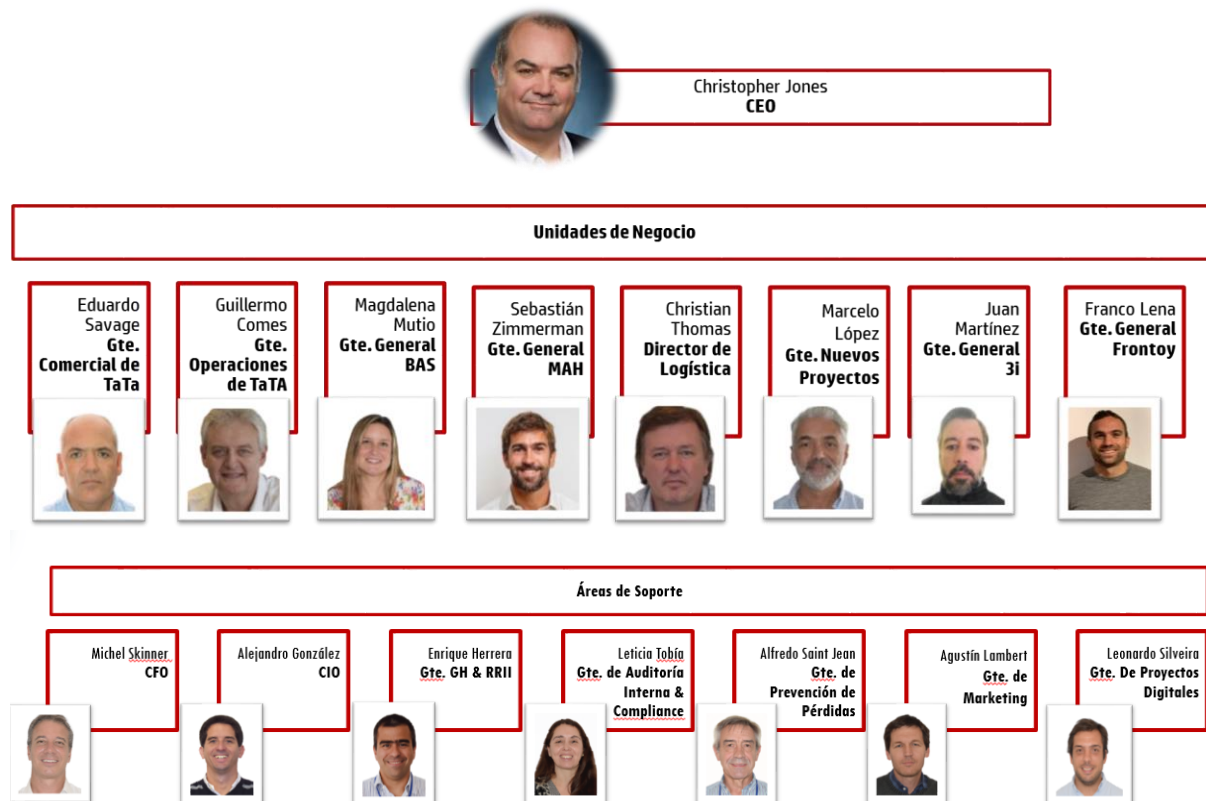
JORGE FEDERICO ERHART – Vocal

Diplomado en Dirección de Empresas y MBA en la Universidad Francisco de Vittoria de España. Tiene una amplia trayectoria en Retail, Consultoría y Medios de Comunicación. Trabajó 14 años en Disco S.A. Argentina en niveles de Gerencia hasta desempeñar el cargo de Director de la marca Ve a en toda Argentina con activa participación en operaciones, mercaderías, logística, administración y RRHH para

los tres formatos de 109 tiendas. Luego se dedicó al asesoramiento y consultoría estratégica en Retail, asesorando a Grupo Casino en Argentina, a Ta-Ta en Uruguay y a partir de 2009 se desempeñó como asesor de las distintas unidades de negocios del Grupo de Narváez, tanto en Ecuador, Uruguay como en Argentina. En noviembre de 2020 fue nombrado como CEO de Walmart Argentina, tras la adquisición de la empresa por parte del Grupo de Narváez. Adicionalmente, desde 2010 también se desempeña como CEO de El Cronista Comercial, medio centenario especializado en Economía, Finanzas y Negocios.

Gerencias

La estructura gerencial de Ta-Ta S.A. Consolidado está compuesta de la siguiente manera:



CHRISTOPHER JONES – Gerente General

Licenciado en Administración de Empresas, Marketing y Gestión por la Universidad de Pennsylvania, The Wharton School. Posee una sólida trayectoria, de más de 20 años, liderando áreas de cadena de abastecimiento, logística, operaciones comerciales, procesos de negocios y sistemas de información, a nivel internacional. Cuenta con vasta experiencia desarrollada en la empresa Walmart, donde lideró áreas de Operaciones y Logística. Se desempeñó como Jefe de Cadena de Abastecimiento y Logística en D & S Chile. Ha desarrollado responsabilidades de asesoramiento y consultoría para OPSTREAM SCS. Desde el año 2017 ocupa la posición de CEO en Ta-Ta S.A.

GUILLERMO COMES – Gerente de Operaciones

Posee estudios en la carrera de Contador Público por la UCA, Buenos Aires. Su trayectoria laboral se ha desarrollado en áreas de Operaciones, habiendo ocupado la posición de Director de Operaciones Supercenter en Walmart Argentina, compañía donde también contó con el desafío de dirigir el desarrollo de Nuevos Formatos. Anteriormente, se había desempeñado como Gerente de Operaciones en la empresa Carrefour. Desde el año 2018 ocupa la posición de Gerente de Operaciones en Ta-Ta S.A.

EDUARDO SAVAGE – Gerente Comercial

Estudios de Licenciatura en Administración de Empresas por la Universidad de Ciencias Empresariales

y Sociales, Buenos Aires. Diplomado en Gerenciamiento de Supermercados y Autoservicios. Trayectoria en el área Comercial con más de 15 años liderando equipos de trabajo del sector Compras. Ha realizado una carrera de creciente responsabilidad en Hipermercados Libertad (Grupo Casino), llegando a desempeñarse como Director del área Comercial. Desde el año 2010 ocupa la posición de Gerente Comercial en Ta-Ta S.A.

SEBASTIÁN ZIMMERMANN – Gerente General UN Multiahorro Hogar

Ingeniero Industrial por la Universidad Austral y MBA en el IAE Business School. Trayectoria laboral en compañías multinacionales como Siemens, Techint y Motorola, llegó a desempeñarse como Director de una de las tres unidades de negocio del grupo BGH. Más de 15 años de experiencia en gestión y desarrollo de negocios, mayoritariamente en el mercado de retail consumer electronics.

MAGDALENA MUTIO – Gerente General BAS

Estudios de Licenciatura en Relaciones Internacionales (UDELAR) y Economía (ORT). Analista en Marketing en la Universidad de la Empresa (UDE). Trayectoria de 9 años en el rubro Indumentaria y Accesorios liderando las áreas de comercial, operaciones y marketing, con gran experiencia en los distintos mercados y marcas internacionales. Se desempeñó anteriormente como Gerente de Vestimenta en Duty Free Americas. Estuvo a cargo de la gestión y desarrollo del start up de la unidad de negocio BAS para Ta-Ta S.A ocupando el cargo de Gerente General de la marca desde 2017.

JUAN MARTINEZ – Gerente General 3iDigital

Licenciado en Administración de Empresas y MBA en la Universidad del CEMA. Larga trayectoria trabajando en diversos sectores desempeñándose dentro del área comercial, marketing u operaciones. Dentro del Retail trabajó en Walmart Argentina y Sommier Center. Asimismo, se desempeñó en empresas de otros rubros como: Canal 13 Argentina, Google Argentina, Mera Solutions (servicios de call center) y Sprayette (venta directa). Desde junio de 2020 ocupa el cargo de Gerente General de 3iDigital.

FRANCO LENA – Gerente General FRONTROY SA

Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Católica Argentina, MBA en el IAE y maestría en Marketing y Gestión de Productos por la Universidad de Otago (Nueva Zelanda). Cuenta con más de 8 años de experiencia en importantes industrias y empresas de retail, desempeñándose como Director de Transformación y Estrategia de Ventas en Danone, y como Gerente de Ventas Regional en Argentina de la filial local de ABInBev, Cervecería y Maltería Quilmes, desarrollando e impulsando el crecimiento de los negocios, estrategias de venta y resultados comerciales.

MICHEL SKINNER – Gerente de Administración y Finanzas

Licenciado en Economía Empresarial por la Universidad Torcuato Di Tella y Programa de Corporación Financiera para Ejecutivos por la Universidad Austral. Amplia experiencia laboral en el área financiera del ámbito bancario, habiendo originado e implementado acciones en el marco de fusiones y adquisiciones de compañías. Experiencia en gestión de proyectos, compras y finanzas del rubro retail. Se ha desempeñado como Gerente de Proyectos Especiales y Gerente de Compras en Walmart (Argentina). Desde el año 2019 ocupa la posición de CFO en Ta-Ta S.A.

ENRIQUE HERRERA – Gerente RRHH & RRII

Estudios de Administración de Empresas (UCUDAL), postgrado de RRHH (ORT) y actualmente cursando el PDD en la UCUDAL. Trayectoria de 12 años en RRHH en diferentes rubros como hotelería, juego y entretenimiento, consumo masivo, tecnología en diferentes compañías multinacionales recorriendo todas las posiciones y sub-areas de RRHH. Ingresó a Ta-Ta en el 2016 como Jefe de Relaciones Laborales, en 2017 tomo el desafío de Gerente de RRHH y en el 2018 quedó a cargo de RRHH y RRII.

AGUSTÍN LAMBERT – Gerente de Marketing

Licenciado en Publicidad y Analista en Medios de Comunicación. Cuenta con una amplia trayectoria vinculada al liderazgo de equipos de comunicación en agencias internacionales de publicidad habiendo

trabajado con clientes nacionales e internacionales. Desde el 2012 se ha desempeñado en el sector de Marketing de importantes retailers, como responsable del área de comunicaciones en Cencosud, trabajando para Easy Argentina, Chile y Colombia, Blainstein y luego en Walmart Argentina, donde trabajó también para la marca Changomas y Walmart Chile, a cargo de la Gerencia de Marketing. Desde el año 2018 ocupa la posición de Gerente de Marketing en Ta-Ta S.A.

ALEJANDRO GONZALEZ FRUTOS – Gerente de Tecnología y Comunicaciones

Creador del primer local mayorista para Walmart Argentina en 2018, con más de 15 años de experiencia liderando IT, procesos y proyectos en diversas compañías (Walmart, Accenture, Sidor, Siderar, BAT) en distintas geografías (USA, Alemania, México, Venezuela, España y Filipinas) le otorgan una perspectiva multicultural y de equipos diversos.

LETICIA TOBÍA- Gerente de Auditoría Interna y Compliance

Posee estudios en la carrera de Ing. De Alimentos y Licenciado en Química en la Universidad de la República Uruguay. Diplomado en Programa de Desarrollo Directivo (PDD) en IEEM, Normas Internacionales de Auditoría (ACCA) en UMPE- Universidad de Montevideo. Diplomado en Compliance Latam-Thomson Reuters. Trayectoria laboral en compañías multinacionales como Coca-Cola Uruguay, Ambev-InBev desempeñando en el área de Control de Procesos, Auditoría Interna y Calidad. Desde 2010 es responsable del área de Auditoría Interna y Compliance en Ta-Ta S.A.

ALFREDO SAINT JEAN- Gerente de Prevención de pérdidas

Ingeniero electromecánico por la Facultad de Ingeniería del Ejército de la Universidad de Defensa Nacional (UNDEF). Más de 20 años de experiencia en el negocio del retail a partir de haber sido Assset Protection Director para Walmart Argentina y luego para Walmart Chile. Participó para Walmart Internacional en la fusión e integración de empresas en Costa Rica, Nicaragua, Honduras, El Salvador y Nicaragua, y luego en Chile. Actualmente se desempeña desde el año 2018 como Gerente de Prevención de pérdidas del Grupo Ta-Ta S.A. desde el año 2018.

CHRISTIAN THOMAS – Gerente del Centro de Operaciones

Licenciado en Negocios Internacionales por la Universidad de la Marina Mercante. Cuenta con una amplia trayectoria, de más de 20 años, vinculada al liderazgo y consultoría de procesos de Logística, habiendo gestionado proyectos de gran calibre en empresas de buen porte. Su experiencia a nivel internacional ha estado vinculada a operaciones para proveedores de la industria y retail. Transitó una exitosa carrera en la empresa Walmart, habiendo liderado distintos proyectos en el área de cadena de abastecimiento, tanto en Argentina como en USA. Desde el año 2017 ocupa la posición de Gerente del Centro de Operaciones en Ta-Ta S.A.

MARCELO LÓPEZ – Gerente de Nuevos Proyectos

Licenciado en Comercialización (UADE), MBA (UADE Business School) y Programa Ejecutivo Senior (Universidad de Columbia). Experiencia laboral en gestión de proyectos de empresas del rubro retail, con foco en análisis e implementación de nuevos negocios. Se desempeñó como Director de Planeamiento Estratégico y Nuevos Negocios para Grupo De Narváez y Grupo IDS. Asimismo, posee amplia experiencia gerenciando el área de Marketing de TÍA SA y ha realizado consultorías vinculadas a áreas comerciales. Desde el año 2016 ocupa la posición de Gerente de Nuevos Proyectos en Ta-Ta S.A.

LEONARDO SILVEIRA– Gerente de Proyectos Digitales

Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad ORT Uruguay con orientación financiera. Co-fundador y CEO de woOw. Creación de woOw desde el start – up hasta la consolidación y posterior adquisición por parte de TaTa llegando a formar un equipo de 160 personas. 11 años de experiencia en desarrollo de negocios digitales y ecommerce de la industria retail, viajes, experiencias/lifestyle con fuerte integración vertical especialmente en retail.

Comité de Auditoría y Vigilancia

SILVINA MEDINA FRANCO

Contadora Pública por la Universidad de la República del Uruguay, posee estudios en Posgrado de Especialización en Contabilidad en UdelaR. Con trayectoria laboral en Auditoría Interna - Externa, el área Contable, Fiscal y Procesos. Cuenta con estudios en Técnica Contable, Normativa de LA/FT y certificación como Auditor a Nivel CISA. Desempeñándose actualmente como Jefa de Auditoría Interna y Compliance del Grupo TATA SA, liderando la Línea de ética de la compañía.

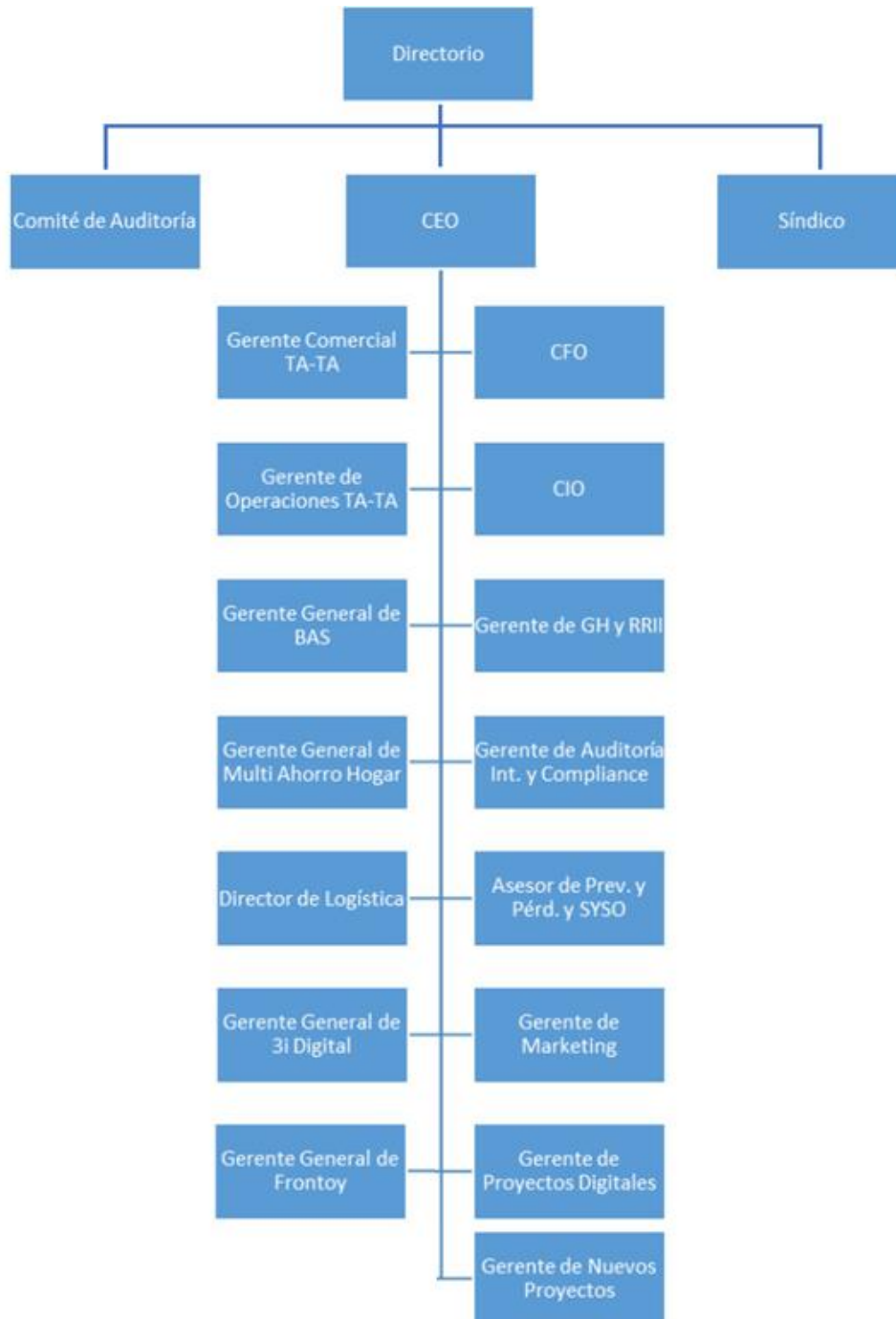
FÉLIX LEQUIO

Argentino, nacido en 1967. Es Contador Público, egresado de la Universidad de La Plata. Realizó el Programa de Desarrollo Directivo del Instituto Argentino de la Empresa. Trabajó durante tres años como asociado en la firma Arthur Andersen. Se incorporó al Grupo de Narváez en 1993. Se ha desempeñado como Director Financiero de diversas compañías.

DIEGO ZAFFORE

Argentino, nacido en 1972. Es abogado, egresado de la Universidad de Buenos Aires. Tiene una Maestría en Leyes, de la Temple University (Philadelphia, PA, Estados Unidos). Trabajó como asociado durante siete años en el estudio Brons & Salas. En 2003 se incorporó como Director de Legales de Grupo de Narváez. Es especialista en derecho corporativo. Ha realizado algunas publicaciones sobre la materia. Ha desarrollado su práctica en varios países de Latinoamérica; también en Estados Unidos y Europa.

2.4 Organigrama de la Sociedad



2.5 Gobierno Corporativo

A continuación, se detallan las prácticas de gobierno corporativo a ser aplicadas por Ta-Ta S.A., conforme a lo establecido en el artículo 184.1 de la Recopilación de Normas de Mercado de Valores del Banco Central del Uruguay.

- La competencia ética y profesional del personal superior, directores y gerencia, está dada por la amplia experiencia a nivel local e internacional de dichas personas.
- Ta-Ta S.A. tiene una estructura de gobierno corporativo equilibrada en sus roles y responsabilidades, mediante la designación de gerentes específicos para áreas determinadas.
- Los sistemas de control de Ta-Ta S.A. han sido diseñados de acuerdo con las características

de su negocio y los objetivos fijados por la sociedad. Estos sistemas son responsabilidad de cada gerencia de área y serán evaluados y mejorados en función de las recomendaciones a ser realizadas por los auditores externos y el sector de Auditoría Interna.

- d) En cumplimiento con el Decreto No 124/011, Ta-Ta S.A. cumple con las Normas Internacionales de Información Financiera emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (International Accounting Standards Board – IASB).
- e) El plan de negocios de Ta-Ta S.A., con objetivos, presupuestos y flujos financieros anuales es elaborado por el equipo gerencial, para su posterior aprobación por parte del Directorio.
- f) Ta-Ta S.A. cuenta con un Código de Ética y Buenas Prácticas.
- g) Ernst & Young Uy S.R.L es el auditor externo de Ta-Ta S.A.
- h) Fix SCR Uruguay Calificadora de Riesgo S.A., afiliada de Fitch Ratings se desempeñará como calificadora de riesgo para Ta-Ta S.A.

2.6 Nómima de integrantes del Conjunto Económico

Grupo de Narváez – Holding Empresario
www.grupodenarvaez.com.ar

Tía Ecuador – Cadena de Supermercados
www.tia.com.ec

Tata Uruguay – Cadena de Supermercados
www.tata.com.uy

Walmart Argentina – Cadena de Supermercados
www.walmart.com.ar

BAS – Cadena de Tiendas de Venta de Indumentaria
www.bas.com.uy

San Roque – Cadena de Farmacias y Perfumerías
www.sanroque.com.uy

Woow – Plataforma de Venta Online
www.woow.com.uy

Rapsodia – Cadena de Tiendas de Ropa Femenina
www.rapsodia.com.ar

Caro Cuore – Cadena de Tiendas de Ropa Interior Femenina
www.carocuore.com.ar

Baby Cottons – Cadena de Tiendas de Ropa para Bebés
www.babycottons.com.ar

El Cronista Comercial – Diario de Negocios
www.cronista.com

Plaza TIA – Shopping Center
www.plazatia.com.ec

Multiahorro Hogar – cadena de electro
www.multiahorro.com.uy

3. EVALUACIÓN DE LOS PRINCIPALES RIESGOS DE LA EMISIÓN

A continuación, se describen algunos factores que pueden ser materiales para evaluar los riesgos de invertir en las Obligaciones Negociables emitidas según este Prospecto. El Emisor entiende que estos son los principales riesgos, pero pueden surgir nuevos factores que impacten en la capacidad del Emisor de cumplir con la Emisión, por lo que esta descripción puede no ser completa.

Antes de invertir en las Obligaciones Negociables, los inversores deberán analizar la inversión, a la luz de los siguientes factores de riesgos:

- **Riesgos de Cambios Macroeconómicos Adversos:** Los resultados de las operaciones y la situación patrimonial de Ta-Ta dependen de condiciones políticas, regulatorias, económicas y sociales prevalecientes en los mercados donde desarrolla sus actividades. Entre dichas condiciones se incluyen el crecimiento, las tasas de inflación, los tipos de cambio, las tasas de interés, las políticas gubernamentales, las condiciones sociales y laborales y otros sucesos locales, regionales e internacionales que pueden afectar directa o indirectamente a la compañía.
 - **Riesgos de una aceleración de la inflación:** Dado que los ingresos de Ta-Ta están denominados en pesos, un mayor aumento de la inflación que no vaya acompañado de un incremento de precios reduciría ingresos en términos reales y afectaría adversamente los resultados de las operaciones. Además, mayores índices de inflación conllevan una reducción del poder adquisitivo, incrementando así la probabilidad de un menor nivel de demanda.

Parte de las deudas financieras de la Compañía están denominadas en Unidades Indexadas (unidad de valor que se va reajustando de acuerdo a la inflación medida por el índice de precios del consumo). Por ende, todo aumento significativo de la inflación daría lugar a un aumento de la deuda de la Compañía, lo cual podría repercutir negativamente en su situación financiera.

- **Riesgos de tipo de cambio:** El riesgo de tipo de cambio se encuentra determinado por la exposición de la Compañía a la variación de la moneda extranjera en parte de su deuda financiera.
- **Riesgos de Mercado:** La rentabilidad de la empresa podría verse afectada por variaciones de precios respecto de sus valores actuales que podrían impactar adversamente su negocio. Asimismo, la demanda por los productos que la empresa comercializa pueden resentirse por una retracción en la demanda.

La industria de comercio minorista donde se desempeña la Compañía es competitiva, por lo tanto, ante la incorporación de nuevos participantes y competidores, puede perder una porción de participación de mercado.

- **Riesgo Crediticio:** Los principales activos financieros de la empresa se encuentran en créditos por ventas, los cuales corresponden principalmente a organizaciones de crédito que financian las ventas con tarjetas de crédito. Las ventas en dicha modalidad se ubican en el entorno del 50% de las ventas totales de la empresa. Todas las ventas relacionadas con tarjetas son pre-aprobadas según los parámetros de la normativa internacional.
- **Riesgo Regulatorio:** El sector de la alimentación es considerado un sector regulado. La empresa podrá verse afectada por futuros cambios en la normativa vigente que afecten negativamente su negocio.
- **Riesgo de management:** El Emisor puede estar expuesto a mala gestión por parte del management. Cualquier cambio en la estructura gerencial de la empresa puede afectar los negocios del Emisor y su rentabilidad.
- **Entorno laboral:** La actividad de la compañía es intensiva en mano de obra, por tanto, conflictos, huelgas o similares en la compañía, el sector o sectores conexos a la actividad de la compañía podrían afectar negativamente el negocio. Potenciales subas abruptas de salarios y otros costos relacionados también podrían tener potencialmente un efecto negativo en el negocio de Ta-Ta.

- **Riesgo cambio de control:** El accionista del Emisor podrá enajenar o gravar parte o todas sus acciones no existiendo limitantes ni autorizaciones de parte de los Obligacionistas.
- **Podría no desarrollarse un mercado activo de negociación de las Obligaciones Negociables.** No pueden brindarse garantías de que se desarrollará un mercado activo de negociación de las Obligaciones Negociables y de desarrollarse que el mismo se mantendrá. Si no se desarrolla un mercado de negociación activo de las Obligaciones Negociables o si el mismo no se mantiene, el precio de mercado y liquidez de las Obligaciones Negociables podrían verse afectados de modo adverso.
- **Marca.** La marca es un valor clave para el negocio del Emisor. Cualquier deterioro en la percepción de la marca, derivado del desarrollo de productos de marca propia, eventuales problemas que puedan surgir en los locales, asesoramiento, entre otras, podrá repercutir negativamente en la compañía.

4. INFORMACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA Y CONTABLE

4.1 Resumen Estados Financieros y Principales Ratios

Ta-Ta S.A. Consolidado

<i>Cifras en Millones UYU</i>	2018	2019	2020
Estado de Situación Financiera			
Activo Total	11.943	12.922	13.279
Activo Corriente	3.323	3.855	4.040
Activo No Corriente	8.620	9.067	9.239
Pasivo Total	9.616	10.925	11.660
Pasivo No Financiero	5.345	6.253	6.895
Pasivo Financiero	4.271	4.672	4.765
Patrimonio Neto	2.327	1.997	1.619
Estados de Resultados			
Ingresos Netos	17.259	18.610	20.174
Resultado Bruto	5.773	6.056	6.374
EBITDA	1.232	1.117	1.259
Resultado Neto	24	-311	-377
Ratios de Endeudamiento:			
Deuda Financiera/EBITDA	3,47	4,18	3,78
Deuda Financiera Neta/EBITDA 1/	2,91	3,62	3,23
EBITDA/Servicios de Intereses	5,61	3,73	3,60
Deuda Financiera/Total Activo	0,36	0,36	0,36
Ratios de Liquidez:			
Razón Corriente: Activo Corriente/Pasivo Corriente	0,55	0,55	0,58
Prueba Ácida Menor: (Activo Corriente - Bienes de Cambio)/Pasivo Corriente	0,20	0,22	0,24
Prueba Ácida Mayor: Caja/Pasivo Corriente	0,04	0,07	0,04
Liquidez de Activo Corriente: Caja/ Activo Corriente	0,06	0,13	0,08
Ratios de Rentabilidad:			
Márgen Operativo: EBITDA/ Ventas	7,1%	6,0%	6,2%
Márgen Neto: Resultado Neto/ Ventas	0,1%	-1,7%	-1,9%
ROE: Resultado Neto/ Patrimonio Neto	1,0%	-15,6%	-23,3%
ROA: Resultado Neto / Activo Total	0,2%	-2,4%	-2,8%

1/Deuda Financiera Neta de Créditos con Administradoras de Créditos

Ta-Ta S.A. Individual

<i>Cifras en Millones UYU</i>	2018	2019	2020
Estado de Situación Financiera			
Activo Total	11.776	12.811	12.966
Activo Corriente	3.183	3.772	3.724
Activo No Corriente	8.593	9.038	9.242
Pasivo Total	9.443	10.799	11.325
Pasivo No Financiero	5.249	6.167	6.664
Pasivo Financiero	4.194	4.632	4.661
Patrimonio Neto	2.333	2.012	1.641
Estados de Resultados			
Ingresos Netos	17.223	18.390	19.537
Resultado Bruto	5.762	6.026	6.206
EBITDA	1.237	1.230	1.327
Resultado Neto	25	-302	-371
Ratios de Endeudamiento:			
Deuda Financiera/EBITDA	3,39	3,76	3,51
Deuda Financiera Neta/EBITDA 1/	2,89	3,29	3,01
EBITDA/Servicios de intereses	5,66	4,23	3,85
Deuda Financiera/Total Activo	0,36	0,36	0,36
Ratios de Liquidez:			
Razón Corriente: Activo Corriente/Pasivo Corriente	0,54	0,55	0,56
Prueba Ácida Menor: (Activo Corriente - Bienes de Cambio)/Pasivo Corriente	0,19	0,21	0,22
Prueba Ácida Mayor: Caja/Pasivo Corriente	0,04	0,07	0,04
Liquidez de Activo Corriente: Caja/ Activo Corriente	0,07	0,13	0,07
Ratios de Rentabilidad:			
Márgen Operativo: EBITDA/ Ventas	7,2%	6,7%	6,8%
Márgen Neto: Resultado Neto/ Ventas	0,1%	-1,6%	-1,9%
ROE: Resultado Neto/ Patrimonio Neto	1,1%	-15,0%	-22,6%
ROA: Resultado Neto / Activo Total	0,2%	-2,4%	-2,9%

1/Deuda Financiera Neta de Créditos con Administradoras de Créditos

Frontoy S.A. 1/

<i>Cifras en Millones UYU</i>	2019	2020
Estado de Situación Financiera		
Activo Total	141	217
Activo Corriente	135	199
Activo No Corriente	7	17
Pasivo Total	140	227
Pasivo No Financiero	111	211
Pasivo Financiero	29	16
Patrimonio Neto	1	-10
Estados de Resultados		
Ingresos Netos	626	707
Resultado Bruto	83	122
EBITDA	-20	-12
Resultado Neto	-21	-11
Ratios de Endeudamiento:		
Deuda Financiera/EBITDA	-1,47	-1,37
Deuda Financiera Neta/EBITDA 2/	-1,47	-1,37
EBITDA/Servicios de intereses	-9,19	-4,61
Deuda Financiera/Total Activo	0,20	0,07
Ratios de Liquidez:		
Razón Corriente: Activo Corriente/Pasivo Corriente	0,96	0,88
Prueba Ácida Menor: (Activo Corriente - Bienes de Cambio)/Pasivo Corriente	0,49	0,52
Prueba Ácida Mayor: Caja/Pasivo Corriente	0,07	0,14
Liquidez de Activo Corriente: Caja/ Activo Corriente	0,08	0,16
Ratios de Rentabilidad:		
Márgen Operativo: EBITDA/ Ventas	-3,2%	-1,7%
Márgen Neto: Resultado Neto/ Ventas	-3,4%	-1,6%
ROE: Resultado Neto/ Patrimonio Neto	-2095,8%	110,2%
ROA: Resultado Neto / Activo Total	-15,1%	-5,1%

1/ La fecha de cierre de balance de Frontoy es en octubre

2/ Deuda Financiera Neta de Créditos con Administradoras de Créditos

Baranur S.A.

<i>Cifras en Millones UYU</i>	2019 (8 meses)	2020
Estado de Situación Financiera		
Activo Total	128	110
Activo Corriente	100	91
Activo No Corriente	29	19
Pasivo Total	320	391
Pasivo No Financiero	280	373
Pasivo Financiero	40	18
Patrimonio Neto	-191	-280
Estados de Resultados		
Ingresos Netos	198	161
Resultado Bruto	33	44
EBITDA	-48	-54
Resultado Neto	-73	-89
Ratios de Endeudamiento:		
Deuda Financiera/EBITDA	-0,84	-0,34
Deuda Financiera Neta/EBITDA 1/	0,15	0,08
EBITDA/Servicios de intereses	-13,94	-13,20
Deuda Financiera/Total Activo	0,31	0,16
Ratios de Liquidez:		
Razón Corriente: Activo Corriente/Pasivo Corriente	0,31	0,23
Prueba Ácida Menor: (Activo Corriente - Bienes de Cambio)/Pasivo Corriente	0,28	0,22
Prueba Ácida Mayor: Caja/Pasivo Corriente	0,01	0,004
Liquidez de Activo Corriente: Caja/ Activo Corriente	0,04	0,02
Ratios de Rentabilidad:		
Márgen Operativo: EBITDA/ Ventas	-24,1%	-33,2%
Márgen Neto: Resultado Neto/ Ventas	-36,7%	-55,1%
ROE: Resultado Neto/ Patrimonio Neto	38,0%	31,7%
ROA: Resultado Neto / Activo Total	-56,7%	-80,5%

1/Deuda Financiera Neta de Créditos con Administradoras de Créditos

4.2 Proyecciones Financieras⁴

Supuestos

A continuación, se describen los principales supuestos de las proyecciones por Unidad de Negocio.

a. Ta-Ta Supermercados

- **Ventas Netas:** Para los locales existentes se proyecta en 2021 un aumento de la venta similar a la inflación y para adelante se asume un crecimiento en términos reales del orden del 1%. Adicionalmente, se proyecta la apertura de locales y se asume una venta en base al promedio de los formatos de locales a abrir (con una curva de maduración de la venta).
- **Margen Bruto:** Se asume una mejora del margen bruto de 0,6% en dos años respecto al valor de 2020, basado en el desarrollo de marcas propias, desarrollo de las categorías y acciones de marketing. A partir de 2022 el margen bruto se mantiene estable.
- **Gastos:** En el agregado, se mantienen como porcentaje de la venta en el valor de 2020.

b. Multi Ahorro Hogar

- **Ventas Netas:** Para los locales existentes se estima un incremento de los ingresos de dos dígitos en 2021 como consecuencia de que en la comparación interanual contra 2020, compara contra meses en los que los locales estuvieron cerrados o muy afectados por la caída de tráfico en los Shoppings. A partir de 2022, se prevé un aumento en términos reales moderado, yendo hacia una suba real de 1,5% hacia el final de período de proyección. No se prevén apertura de locales.
- **Margen Bruto:** Se mantiene relativamente estable en los valores de 2020.
- **Gastos:** Se mantienen relativamente estables en los valores de 2020 como porcentaje de la venta.

c. BAS

- **Ventas Netas:** Para los locales existentes se estima un incremento de los ingresos de dos dígitos en 2021 como consecuencia de que en la comparación interanual contra 2020, compara contra meses en los que los locales estuvieron cerrados o muy afectados por la caída de tráfico en los Shoppings. A partir de 2022, se prevé un aumento en términos reales moderado, yendo hacia una suba real de 1% hacia el final de período de proyección. Adicionalmente, se proyecta la apertura de locales y se asume una venta en base a locales similares existentes.
- **Margen Bruto:** Se asume una recuperación del margen bruto en 2021 hacia guarismos históricos, dado que en 2020 el margen cayó como consecuencia de las liquidaciones realizadas luego de la reapertura de los locales como consecuencia de la emergencia sanitaria. A partir de 2022 se mantiene estable en los valores de 2021.
- **Gastos:** Se mantienen relativamente estables como porcentaje de la venta en los valores de 2019.

d. Frontoy

- **Ventas Netas:** Crecimiento de las ventas apalancándose en las condiciones vigentes de Ta-Ta S.A. para la incorporación de mayor surtido de productos, y extensión del área de cobertura comercial, aprovechando la logística y red de distribución actual de Ta-Ta S.A. Como se describió en la sección 2.1. en los almacenes y autoservicios se realiza la mayor parte del consumo de los uruguayos, por lo que hay potencial de crecer en el mercado mayorista para abastecer a dichos canales de venta.
- **Margen Bruto:** Se supone una mejora del margen bruto basado en que el aumento de los volúmenes vendidos permitirá generar mejores condiciones de compra.

⁴ Estas proyecciones se realizan a simples efectos indicativos, sin que signifiquen una asunción de responsabilidad de parte del Emisor, los Fiaidores u otros terceros, por el cumplimiento de las mismas. El inversor deberá realizar su propio análisis y proyecciones de los flujos de fondos cedidos al fideicomiso.

- **Gastos:** Si bien los gastos crecerían de manera importante (dos dígitos en los primeros cinco años), los mismos aumentarían por debajo de la venta, logrando un leverage operativo.

e. 3iDigital

- **Venta Neta:** El eCommerce es donde estará el mayor crecimiento de los próximos años y donde el Grupo pondrá foco. Se prevé un desarrollo importante del eCommerce de las distintas Unidades de Negocios, así como también el desarrollo de nuevos productos y servicios. De esta forma, se proyecta que el eCommerce pase de representar el 1% de la venta del Grupo Ta-Ta en 2020 a alcanzar un guarismo de dos dígitos hacia el final del período de proyección.
- **Margen Bruto:** el crecimiento del eCommerce y la incorporación de nuevos productos y servicios permitirán una mejora del margen a lo largo del período de proyección.
- **Gastos:** Si bien los gastos crecerían de manera importante debido a la infraestructura necesaria para operar, los mismos aumentarían por debajo de la venta logrando un leverage operativo.

Otros supuestos:

- **Proyecciones Macroeconómicas:** Se asume una inflación de 8% para 2021, reduciéndose gradualmente en los siguientes años hacia valores del orden del 6%. La devaluación esperada es similar a la inflación en el horizonte de proyección.
- **Deuda Financiera:** Las proyecciones contemplan la emisión de las Obligaciones Negociables en las condiciones planteadas y además prevé un financiamiento adicional, cumpliendo con los Covenants establecidos en el presente Prospecto.
- **Inversiones:** Se prevé un capex del orden de US\$ 100 millones para los primeros 5 años en el marco del plan de expansión que tiene la empresa. Está inversión contempla la apertura de locales y una importante inversión en tecnología y logística para apalancar el crecimiento futuro de todas las unidades de negocio (y en particular del eCommerce). Adicionalmente, se incluyen inversiones por mantenimiento.
- **Capital de Trabajo:** Se proyectan las distintas cuentas de capital de trabajo en función a la evolución esperada de los ratios asociados a las distintas cuentas que lo componen, teniendo en cuenta la evolución histórica y el impacto de las inversiones en algunas de ellas (ejemplo reducción de días de stock por mejoras logísticas).
- **Oficina Central:** la estructura gerencial ya contempla en su mayoría el crecimiento proyectado de la empresa para los próximos años, por lo que el incremento de las Ventas Netas generaría un apalancamiento de los gastos de oficina central y áreas de soporte, de manera de mejorar el margen operativo y de Ebitda.

Proyecciones⁵

<i>Cifras en Millones UYU</i>	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas Netas	24.166	28.670	34.135	40.771	46.126	50.686	54.863
Costo de Ventas	-15.925	-18.778	-22.320	-26.629	-30.149	-33.038	-35.681
Resultado Bruto	8.241	9.892	11.815	14.143	15.978	17.647	19.182
Margen Bruto	34,1%	34,5%	34,6%	34,7%	34,6%	34,8%	35,0%
Gastos Operativos	-6.772	-7.936	-9.288	-10.902	-12.087	-13.252	-14.346
Otros Ingresos	16	19	22	26	28	31	33
EBITDA	1.485	1.974	2.548	3.266	3.920	4.426	4.869
Margen EBITDA	6,1%	6,9%	7,5%	8,0%	8,5%	8,7%	8,9%
Amortizaciones	-697	-788	-901	-999	-1.069	-1.140	-1.210
Resultados Financieros	-796	-862	-943	-942	-915	-897	-873
Resultados Antes de Impuestos	-8	323	704	1.325	1.935	2.390	2.786
Impuesto al Renta	-16	-81	-176	-331	-484	-597	-697
Resultado Neto	-24	243	528	994	1.452	1.792	2.090
Margen Neto	-0,1%	0,8%	1,5%	2,4%	3,1%	3,5%	3,8%

⁵ La información corresponde al Consolidado.

<i>Cifras en Millones UYU</i>	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Activo corriente							
Disponibilidades	489	1.458	1.581	1.675	2.024	2.309	2.521
Otros activos financieros	163	163	163	163	163	163	163
Créditos por ventas	1.090	1.394	1.753	2.203	2.626	3.004	3.363
Otros créditos	210	277	351	445	534	618	697
Bienes de cambio	2.709	3.026	3.553	4.185	4.666	5.066	5.425
Total del activo corriente	4.660	6.317	7.401	8.672	10.013	11.159	12.169
Activo no corriente							
Bienes de uso	5.257	5.725	6.635	7.019	7.001	6.982	6.962
Intangibles	521	577	573	537	508	476	442
Valor llave	2.093	2.093	2.093	2.093	2.093	2.093	2.093
Inversiones en subsidiarias	1	1	1	1	1	1	1
Activo por derechos de uso	1.465	1.487	1.511	1.537	1.562	1.589	1.617
Impuesto diferido Activo	23	23	23	23	23	23	23
Total del activo no corriente	9.361	9.906	10.836	11.210	11.188	11.165	11.138
Total del activo	14.022	16.224	18.237	19.882	21.202	22.324	23.307
Pasivo corriente							
Deudas comerciales	4.353	5.065	6.086	7.231	8.224	9.073	9.852
Deudas financieras	290	408	541	575	609	644	677
Pasivo por arrendamiento	139	141	144	146	149	152	154
Deudas diversas	1.583	1.930	2.339	2.736	2.972	3.120	3.161
Total del pasivo corriente	6.365	7.545	9.110	10.688	11.955	12.988	13.845
Pasivo no corriente							
Deudas financieras no corrientes	4.884	5.644	5.582	5.464	5.278	5.035	4.735
Pasivo por arrendamiento no corriente	1.252	1.272	1.294	1.317	1.340	1.364	1.389
Total del no pasivo corriente	6.136	6.916	6.876	6.780	6.618	6.399	6.124
Total del pasivo	12.501	14.461	15.986	17.468	18.572	19.387	19.969
Patrimonio							
Capital	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Ganancias Retenidas + Ajustes al Patrimonio	-178	-178	-178	-178	-178	-178	-178
Reservas	1.332	1.332	1.332	1.332	1.332	1.332	1.332
Resultados de ejercicios anteriores	-610	-633	-430	-734	-976	-1.009	-906
Resultado del Ejercicio	-24	243	528	994	1.452	1.792	2.090
Total del patrimonio	1.520	1.763	2.251	2.414	2.629	2.937	3.337
Total de pasivo y patrimonio	14.022	16.224	18.237	19.882	21.202	22.324	23.307

<i>Cifras en Millones UYU</i>	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Actividades Operativas							
EBITDA	1.485	1.974	2.548	3.266	3.920	4.426	4.869
Variación Capital de Trabajo	174	280	385	272	147	47	-60
Impuesto al Renta	-16	-81	-176	-331	-484	-597	-697
Flujo de Fondos Operativo	1.644	2.174	2.758	3.207	3.582	3.876	4.112
Actividades de Inversión							
Inversiones	-883	-1.028	-1.479	-969	-607	-641	-678
Flujo Proveniente de Actividades de Inversión	-883	-1.028	-1.479	-969	-607	-641	-678
Actividades de Financiamiento							
Intereses Financieros	-345	-258	-279	-278	-273	-265	-255
Amortización Deuda	66	477	-368	-498	-529	-561	-593
Pago Arrendamiento	-246	-284	-328	-378	-414	-448	-478
Otros Resultados Financieros	-91	-112	-141	-158	-174	-191	-209
Dividendos / Aportes	0	0	-39	-832	-1.236	-1.485	-1.689
Flujo Proveniente de Actividades de Financiamiento	-615	-176	-1.155	-2.144	-2.626	-2.950	-3.223
Flujo de Fondos del Ejercicio	145	969	124	94	349	285	211
Saldo Inicial Caja	343	489	1.458	1.581	1.675	2.024	2.309
Saldo Final Caja	489	1.458	1.581	1.675	2.024	2.309	2.521

5. ANEXOS

Anexo 1 Modelo de Documento de Emisión

Anexo 2 Contrato de Fideicomiso de Garantía

Anexo 3 Contrato de Agente de Pago

Anexo 4 Contrato de Entidad Registrante

Anexo 5 Contrato de Entidad Representante

Anexo 6 Fianza Solidaria

Anexo 7 Informe de Calificación de Riesgo

Anexo 8 Contingencias Legales

Anexo 9 Resolución de la Sociedad resolviendo la emisión

Anexo 10 Código de Ética

Anexo 11 Estados Contables del Emisor

Anexo 12 Informe Nielsen