



Reporte de Resultados

2º Trimestre 2025



Q2

11 de agosto de 2025



■ Resumen Ejecutivo

En el segundo trimestre de 2025 (2T25), **SMU reportó un aumento de un 8,0% en su EBITDA¹**, alcanzando CLP 50.637 millones y reflejando el foco en rentabilidad de la Compañía, con una **sostenida recuperación de margen bruto** en los últimos trimestres, además de la implementación de iniciativas de eficiencia y productividad que permiten mitigar las presiones en gastos operacionales. Asimismo, la Compañía logró una **expansión de 70 puntos base (pb) en el margen EBITDA, alcanzando 7,5% en el 2T25**, lo que se compara con el 6,8% del segundo trimestre de 2024 (2T24).

Con respecto al primer semestre de 2025 (1S25), el EBITDA alcanzó CLP 104.829 millones (margen EBITDA 7,6%), menor en un 8,0% con respecto a los CLP 114.003 millones (margen EBITDA 8,1%) del primer semestre de 2024 (1S24), lo que se explica por el menor EBITDA del primer trimestre de este año.

Los **ingresos** de SMU del 2T25 alcanzaron CLP 678.275 millones, menor en un 1,9% a los CLP 691.219 millones registrados en el segundo trimestre de 2024, mientras que en el primer semestre de 2025, los ingresos alcanzaron los CLP 1.384.985 millones, una disminución de 1,3% con respecto a los CLP 1.402.784 millones generados en el 1S24. El principal motivo de la disminución en ingresos es la definición estratégica de la Compañía de priorizar la rentabilidad, optimizando su actividad promocional para el segmento minorista, y también optando por eliminar ciertas ventas de volumen de bajo margen para el segmento mayorista. Por lo tanto, la base de comparación del año 2024 incluye una estrategia de ventas que no es comparable con el año 2025. En consecuencia, esta estrategia con foco en rentabilidad ha generado mejores resultados a pesar de las menores ventas, lo que se ve reflejado en el aumento de un 5,5% en la ganancia bruta del segundo trimestre de 2025.

Cabe destacar que las nuevas tiendas que SMU ha abierto desde 2023 a la fecha, en el marco de su plan de crecimiento orgánico, contribuyen a los ingresos, superando el plan de ventas en promedio, pero además han mostrado un desempeño operacional muy superior al esperado, alcanzando indicadores de venta por metro cuadrado y venta por jornada equivalente superior al promedio de su formato en aproximadamente la mitad de las tiendas, a pesar de que llevan menos de tres años operando.

La **ganancia bruta del segundo trimestre de 2025 aumentó en un 5,5%** con respecto al 2T24, alcanzando CLP 219.543 millones. En el primer semestre de 2025, la ganancia bruta alcanzó los CLP 444.281 millones, un aumento de 2,8% con respecto a los CLP 432.038 millones generados en el 1S24. En términos de **margen bruto porcentual, la Compañía anotó una expansión de 230 pb** en el segundo trimestre de 2025, alcanzando 32,4%, lo que se compara con un 30,8% en el 2T24. Asimismo, en el primer semestre alcanzó 32,1%, una expansión de 130 puntos base con respecto al 30,8% del 1S24. Estas mejoras en ganancia bruta y margen bruto reflejan las optimizaciones comerciales mencionadas más arriba, contribuyendo a una mayor rentabilidad de la Compañía.

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



Por otra parte, los **gastos operacionales**² solo aumentaron en un 4,8% en el 2T25, a pesar de aumentos del salario mínimo (+13,7% con respecto al 2T24) y alzas de tarifas eléctricas, además de ajustes por inflación (promedio 4,4% durante 2T25). Esto debido a las iniciativas de eficiencia operacional y productividad que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico, incluyendo la reestructuración organizacional implementada durante el primer trimestre de este año. En tanto, los gastos operacionales del primer semestre aumentaron en un 6,7% con respecto al 1S24.

Con respecto al **resultado no operacional**, durante el segundo trimestre de 2025, SMU informó la cesión de los contratos de leasing y venta de las opciones de compra de un grupo de siete locales, generando un impacto positivo de CLP 13.443 millones antes de impuestos. Al mismo tiempo, la Compañía firmó un contrato de arriendo a largo plazo con el comprador, permitiéndole seguir operando los locales, sin tener un impacto en el negocio, pero realizando una optimización financiera al liberar los activos que estaban en garantía bajo el contrato de leasing cedido. Producto de lo anterior, además de los efectos recurrentes en gastos financieros y pérdidas por unidades de reajuste, el resultado no operacional mejoró en CLP 14.117 millones en el 2T25, y en CLP 3.706 millones en el 1S25.

La **utilidad neta** del segundo trimestre de 2025 alcanzó CLP 14.952 millones, un aumento de CLP 8.343 millones (126,2%) con respecto a los CLP 6.609 millones registrados en 2T24, producto de la mejora de CLP 14.117 millones en el resultado no operacional y mejora de CLP 218 millones en el resultado operacional, parcialmente compensado por el mayor gasto por impuestos (CLP 5.993 millones) En tanto, la utilidad neta del primer semestre de 2025 alcanzó los CLP 19.162 millones, una disminución de CLP 6.560 millones (-25,5%) con respecto al mismo período de 2024, esencialmente explicado por el menor resultado operacional del primer trimestre.

Con respecto a la **situación financiera** de SMU, cabe destacar que durante el segundo trimestre se pagó el vencimiento del bono serie AK por UF 3 millones (aproximadamente CLP 120 mil millones), lo que se ve reflejado en el menor saldo de efectivo y equivalentes al efectivo, y también de otros pasivos financieros. La Compañía no tiene vencimientos de bonos por montos relevantes durante el segundo semestre de 2025 y año 2026 (el monto total a pagar en los próximos 18 meses alcanza aproximadamente CLP 16 mil millones, lo que se compara con pagos por aproximadamente CLP 232 mil millones en los últimos 18 meses), contribuyendo a la flexibilidad de su posición financiera.

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



■ Comentarios de la Administración

En relación con la publicación de los resultados del segundo trimestre y primer semestre de 2025, el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló, “El EBITDA de SMU aumentó en un 8% en el segundo trimestre, a pesar de tener una disminución en las ventas, lo que refleja nuestro foco en rentabilidad y disciplina en gastos. Por tercer trimestre consecutivo, mostramos una importante recuperación en el margen bruto, además de un bajo crecimiento en los gastos operacionales, lo que también nos permitió alcanzar una expansión de 70 puntos base en el margen EBITDA”.

“El principal motivo de la disminución en ingresos es nuestra definición estratégica de priorizar la rentabilidad, y en esa línea, hemos optimizado la actividad promocional para el segmento minorista, pero manteniendo el foco en productos de alta relevancia que ayuden a nuestros clientes a ahorrar, y por otra parte, en el segmento mayorista, hemos optado por eliminar ciertas ventas de volumen de bajo margen. En consecuencia, la base de comparación del año 2024 incluye una estrategia de ventas que no es comparable con la de este año. Esta estrategia con foco en rentabilidad ha generado mejores resultados a pesar de las menores ventas, lo que se ve reflejado en el aumento de un 5,5% en la ganancia bruta del trimestre”.

El Sr. Gálvez continuó, “Otro elemento muy relevante para la rentabilidad es la disciplina en gastos, donde nosotros hemos implementado una serie de iniciativas de eficiencia operacional y productividad que nos han ayudado a mitigar presiones por las alzas del salario mínimo y de las tarifas eléctricas. Gracias a estos esfuerzos, los gastos operacionales crecieron solo 4,8% en el segundo trimestre, poco más que la inflación y menos que en el primer trimestre”.

“Con respecto a la utilidad neta, tuvimos un aumento de 126%, alcanzando \$15 mil millones, incluyendo la ganancia no operacional de la venta de opciones de compra de siete tiendas que contaban con un contrato de leasing, tal como informamos en junio. Esta transacción no afecta el negocio, porque seguiremos operando estos locales bajo contratos de arriendo de largo plazo que firmamos con el comprador. Sin embargo, optimizamos nuestra posición financiera, haciendo mejor uso de los activos que teníamos, y nos focalizamos en nuestro negocio core que nos da mayor rentabilidad”.

“En relación con nuestra estrategia, seguimos avanzando con el plan de crecimiento orgánico, inaugurando cinco locales nuevos—tres de Unimarc y dos de Maxiahorro—en lo que va del tercer trimestre, alcanzando 40 aperturas desde 2023 a la fecha. En promedio estos locales están superando el plan de ventas y con un muy buen desempeño operacional, en términos de indicadores como venta por metro cuadrado, venta por jornada equivalente y margen EBITDA”.

“Otra iniciativa que forma parte de nuestro plan de crecimiento orgánico son las conversiones del formato Mayorista 10. Hasta la fecha llevamos seis, todas al formato Super10, y teníamos pensado terminar de convertir todos los locales Mayorista 10 durante el período 2026-2028, para quedar con tres formatos en Chile: Unimarc, Alvi y Super10. Sin embargo, hemos decidido acelerar las conversiones para completarlas este año, y además, al cruzar las ubicaciones con nuestro modelo inmobiliario, hemos definido que hay oportunidades para convertir algunos locales en Alvi o Unimarc en vez de Super10. Nuestra estrategia multiformato nos da la flexibilidad de elegir el formato que mejor cumpla con las características y necesidades de cada ubicación, y a través de estas conversiones, seguiremos potenciando esa estrategia”, finalizó el Sr. Gálvez.



■ Highlights

Nuevas Aperturas de Tiendas



Una de las iniciativas más relevantes de la estrategia de SMU para el período 2023-2025 es su plan de crecimiento orgánico, el que contempla un total de 58 nuevas aperturas en tres años. En 2023 se concretaron 14 aperturas, y en 2024 se sumaron otras 20. En lo que va de 2025, la Compañía ha inaugurado seis nuevas tiendas: una del formato Alvi en el primer trimestre y cinco en el tercer trimestre hasta la fecha, de las cuales tres corresponden al formato Unimarc y dos al formato Maxi Ahorro en Perú. De esta forma, la Compañía ha consolidado su presencia en algunas comunas, y ha entrado por primera vez en otras comunas donde antes no tenía operaciones. En promedio, las nuevas tiendas han tenido un desempeño por sobre lo esperado.



Pago de Dividendo

Con fecha 4 de junio de 2025, SMU pagó un dividendo provisorio correspondiente al 75% de las utilidades del primer trimestre de 2025, por un monto de \$0,54785 por acción, equivalente a un total de \$3.157.372.241.



Venta Opciones de Compra

Durante el segundo y tercer trimestre de 2025, SMU concretó la cesión de un total de 13 contratos de leasing asociados a locales actualmente en operación, junto con la venta de las respectivas opciones de compra. En paralelo, la Compañía firmó contratos de arriendo de largo plazo que le permiten continuar operando en dichos establecimientos. Además, se ejecutó la opción de compra del Centro de Distribución de Lo Aguirre, el cual fue posteriormente vendido bajo un acuerdo similar de arriendo. Estas operaciones forman parte de una estrategia de optimización financiera de la Compañía para hacer mejor uso de sus activos, y generan un impacto positivo de aproximadamente CLP 9.500 millones en la utilidad neta del segundo trimestre y CLP 30.000 millones en la del tercer trimestre de 2025.



■ Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día miércoles 13 de agosto a las 11:00 am de Santiago/ 11:00 am ET para comentar los resultados del segundo trimestre de 2025.

Para conectar desde tu computadora, únete con el siguiente link:

<https://mm.closir.com/slides?id=479040>

Para conectar desde tu teléfono, marca usando los siguientes números de acceso y **Participant Password: 479040**

USA: +1 718 866 4614
Chile: +56 228 401 484
Peru: +51 1706 0950
Brazil: +55 612 017 1549
Mexico: +52 55 1168 9973
UK: +44 203 984 9844

Posteriormente, una grabación de la llamada estará disponible en la página web de SMU, sección Inversionistas, bajo Información Financiera: <https://www.smu.cl/inversionistas.html>



■ 1. Análisis del Estado de Resultados

A continuación se presentan los resultados consolidados de SMU S.A. y Filiales para los períodos de tres y seis meses terminados al 30 de junio de 2025 y 2024. Todas las cifras están expresadas en pesos chilenos (CLP) y de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”).

Cuadro 1: Estado de Resultados Consolidados

(Millones CLP)	2T25	2T24	Δ%	1S25	1S24	Δ%
Ingresos de Actividades Ordinarias	678.275	691.219	(1,9%)	1.384.985	1.402.784	(1,3%)
Costo de Ventas	(458.732)	(483.116)	(5,0%)	(940.704)	(970.746)	(3,1%)
Ganancia Bruta	219.543	208.104	5,5%	444.281	432.038	2,8%
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>32,4%</i>	<i>30,1%</i>		<i>32,1%</i>	<i>30,8%</i>	
Gastos de Distribución	(10.729)	(11.015)	(2,6%)	(22.870)	(22.147)	3,3%
Margen de Contribución	208.814	197.089	5,9%	421.410	409.891	2,8%
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>30,8%</i>	<i>28,5%</i>		<i>30,4%</i>	<i>29,2%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(158.177)	(150.218)	5,3%	(316.582)	(295.888)	7,0%
EBITDA	50.637	46.871	8,0%	104.829	114.003	(8,0%)
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>7,5%</i>	<i>6,8%</i>		<i>7,6%</i>	<i>8,1%</i>	
Depreciación y Amortización	(30.015)	(26.467)	13,4%	(58.619)	(52.832)	11,0%
Resultado Operacional	20.621	20.403	1,1%	46.210	61.170	(24,5%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	13.795	544	2.437,9%	8.656	459	1.787,8%
Ingresos Financieros	1.023	2.671	(61,7%)	3.194	5.178	(38,3%)
Costos Financieros	(15.054)	(15.172)	(0,8%)	(30.445)	(29.701)	2,5%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	397	(65)	n.a.	324	(162)	n.a.
Diferencias de Cambio	(229)	(290)	(20,9%)	(155)	104	n.a.
Resultados por Unidades de Reajuste	(5.133)	(7.005)	(26,7%)	(12.698)	(10.707)	18,6%
Resultado No Operacional	(5.201)	(19.318)	(73,1%)	(31.124)	(34.831)	(10,6%)
Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto	15.421	1.086	1.320,6%	15.085	26.340	(42,7%)
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	(469)	5.524	n.a.	4.076	(618)	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	14.952	6.609	126,2%	19.162	25.722	(25,5%)
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	14.952	6.609	126,2%	19.162	25.722	(25,5%)
Ganancia (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	0	0	n.a.	0	0	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	14.952	6.609	126,2%	19.162	25.722	(25,5%)

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



1.1 Resultados de Operaciones

1.1.1 Ingresos de Actividades Ordinarias

Los **ingresos de actividades ordinarias** del 2T25 alcanzaron los CLP 678.275 millones, menor en un 1,9% a los CLP 691.219 millones registrados en el segundo trimestre de 2024. Respecto al 1S25, los ingresos fueron CLP 1.384.985 millones, una disminución de 1,3% con respecto a los CLP 1.402.784 millones generados en 1S24.

Cuadro 2: **Ingresos (CLP MMM)**

INGRESOS (CLP MMM)	2T25	2T24	Δ%	1S25	1S24	Δ%
UNIMARC	460	458	0,3%	947	945	0,3%
MAYORISTAS	200	215	-6,8%	401	421	-4,6%
OTROS(*)	4,6	3,7	23,6%	8,6	7,5	15,0%
SUPERMERCADOS CHILE	664	677	-1,8%	1.357	1.373	-1,2%
SUPERMERCADOS PERÚ	14,0	14,6	-4,1%	28,0	29,9	-6,1%
TOTAL SMU	678	691	-1,9%	1.385	1.403	-1,3%

(*) El ítem "Otros" considera todos los ingresos distintos a los generados por los formatos operacionales de la Compañía, incluyendo ingresos inmobiliarios y de servicios financieros.

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

SSS (Δ%)	2T25	2T24	1S25	1S24
UNIMARC	-0,7%	-3,5%	-0,9%	-1,5%
MAYORISTAS	-9,8%	-5,8%	-7,4%	-5,1%
SUPERMERCADOS CHILE	-3,5%	-4,2%	-2,8%	-2,6%
SUPERMERCADOS PERÚ	-10,8%	-11,0%	-12,8%	-10,7%
TOTAL SUPERMERCADOS	-3,5%	-4,1%	-3,0%	-2,5%

Los ingresos del segmento **Supermercados Chile** disminuyeron en 1,8% en el segundo trimestre de 2025 con respecto a 2T24 (-1,2% en 1S25), con un aumento de un 0,3% en el formato Unimarc (+0,3% en 1S25) y una disminución de 6,8% en el segmento mayorista (-4,6% en 1S25), que incluye los formatos de precio Alvi, Mayorista 10 y Super10. En tanto, las **ventas de locales equivalentes (SSS)** disminuyeron en un 3,5% en el segundo trimestre de 2025 (-2,8% en el primer semestre). La caída de las SSS está compensada en parte por las nuevas aperturas, las cuales en promedio han tenido un mejor desempeño con respecto al plan.



El principal motivo de la disminución en ventas es la definición estratégica de la Compañía de priorizar la rentabilidad, optimizando su estrategia promocional para el segmento minorista, y también optando por eliminar ciertas ventas de volumen de bajo margen para el segmento mayorista. Por lo tanto, la base de comparación del año 2024 incluye una estrategia de ventas que no es comparable con el año 2025. En consecuencia, esta estrategia con foco en rentabilidad ha generado mejores resultados a pesar de las menores ventas, lo que se ve reflejado en el aumento de un 5,5% en la ganancia bruta del segundo trimestre de 2025.

Cabe recordar que, a partir de mayo 2024, la Compañía modificó su estructura promocional, poniendo foco en productos básicos de alta sensibilidad en precio para los consumidores, y alargando la duración de las promociones. Este cambio generó un impulso en la venta en los meses de mayo y junio, pero con un impacto negativo en el margen bruto, lo que continuó durante el tercer trimestre de 2024. A partir del cuarto trimestre de 2024, mantuvo la nueva estructura promocional, con foco en productos de alta relevancia para los consumidores y de mayor duración, contribuyendo a una mayor recordación de la campaña para los clientes. Sin embargo, se racionalizó el portafolio de productos incluidos en la actividad promocional y se mejoró la eficiencia comercial, lo que permitió la recuperación del margen bruto, junto con una mayor eficiencia operacional, debido a la mejora de disponibilidad de productos y reducción de la merma.

Cabe destacar que las nuevas tiendas que SMU ha abierto desde 2023 a la fecha, en el marco de su plan de crecimiento orgánico, contribuyen a los ingresos, superando el plan de ventas en promedio, pero además han mostrado un desempeño operacional muy superior al esperado, alcanzando indicadores de venta por metro cuadrado y venta por jornada equivalente superior al promedio de su formato en aproximadamente la mitad de las tiendas, a pesar de que llevan menos de tres años operando.

Los ingresos de **Supermercados Perú** disminuyeron en un 4,1% en el trimestre, medido en pesos chilenos (-7,5% en moneda local) y en un 6,1% en el semestre (-9,2% en moneda local). Las SSS disminuyeron en 9,8% en 2T25 y 7,4% en 1S25. La menor venta refleja, en parte, el complejo escenario económico que afecta al consumo, además de aperturas de la competencia, especialmente en la zona norte del país. La Compañía está llevando a cabo un plan de optimización de gastos e inversiones para compensar las menores ventas y así mantener la rentabilidad de las tiendas existentes y las que abrirán en los próximos años.



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

VENTAS POR M ² (CLP M/M ²)	2T25	2T24	△%	1S25	1S24	△%
SUPERMERCADOS CHILE	447	460	-2,8%	456	467	-2,2%
SUPERMERCADOS PERÚ	256	268	-4,7%	248	262	-5,3%
TOTAL SUPERMERCADOS	440	453	-2,8%	449	459	-2,3%

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 439.922 para el segundo trimestre de 2025, un 2,8% menor que en el segundo trimestre de 2024, mientras que en el primer semestre de 2025 alcanzaron CLP 448.792, menor en un 2,3% vs. 1S24. En Chile se registró una disminución de 2,8% en 2T25 (-2,2% en 1S25), explicado principalmente por la menor venta registrada en el período, además de la adición de nuevos locales que aún no alcanzan la madurez en materia de ventas. Con respecto a Perú, se registró una disminución de 4,7% en 2T25 y de 5,3% en 1S25, en línea con la disminución en ventas.

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

N° LOCALES	2T25	2T24	SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M ²)	2T25	2T24
UNIMARC	295	292	UNIMARC	352	354
MAYORISTAS	105	99	MAYORISTAS	136	128
SUPERMERCADOS CHILE	400	391	SUPERMERCADOS CHILE	488	482
SUPERMERCADOS PERÚ	31	29	SUPERMERCADOS PERÚ	17	18
TOTAL SUPERMERCADOS	431	420	TOTAL SUPERMERCADOS	505	500

Cuadro 6: Evolución de Aperturas y Cierres de Locales

APERTURAS Y CIERRES	2T24		3T24		4T24		1T25		2T25	
	APER.	CIER.								
UNIMARC	2	0	5	1	1	1	0	1	0	0
MAYORISTAS	0	0	3	0	2	0	1	0	0	0
SUPERMERCADOS CHILE	2	0	8	1	3	1	1	1	0	0
SUPERMERCADOS PERÚ	1	1	1	0	3	0	0	2	0	0
TOTAL	3	1	9	1	6	1	1	3	0	0

Al cierre del segundo trimestre de 2025, SMU cuenta con 400 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, 9 más que los 391 locales al cierre del 2T24, y un total de 487.573 metros cuadrados. En Perú, se totalizan 31 locales (17.389 metros cuadrados). En total, la Compañía cuenta con **431 tiendas** y **504.962 metros cuadrados** entre Chile y Perú.



1.1.2 Gastos Operacionales

Los **gastos operacionales** (gastos de distribución más los gastos de administración y ventas, excluyendo depreciación y amortización) totalizaron CLP 168.906 millones en 2T25, un aumento de 4,8% con respecto a los CLP 161.223 millones registrados en 2T24. Como proporción de la venta, los gastos operacionales fueron un 24,9% en 2T25, un aumento de 160 pb con respecto al 23,3% registrado en 2T24. Cabe destacar que la expansión en gastos fue solo levemente superior a la inflación, a pesar de presiones adicionales en el salario mínimo (+13,7% vs. 2T24) y alzas de tarifas eléctricas, además del aumento en el número de locales, reflejando las iniciativas de eficiencia operacional y productividad que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico, incluyendo la reestructuración organizacional implementada durante el primer trimestre de este año. Con respecto al primer semestre de 2025, los gastos operacionales fueron CLP 339.452 millones (24,5% de la venta), mayores en un 6,7% con respecto a los CLP 318.035 millones (22,7% de la venta) registrados en 1S24.

Los **gastos de distribución** del segundo trimestre de 2025 alcanzaron CLP 10.729 millones (1,6% de la venta), una disminución del 2,6% respecto a los CLP 11.015 millones (1,6% de la venta) del mismo período del año anterior, reflejando el menor precio del petróleo, lo que influye en el polinomio de las tarifas de transporte, parcialmente compensado por aumentos en la centralización, que contribuye a una mejor gestión de inventarios y disponibilidad de productos. Con respecto al primer semestre de 2025, los gastos de distribución alcanzaron CLP 22.870 millones (1,7% de la venta), un aumento de 3,3% con respecto a los CLP 22.147 millones (1,6% de la venta) del 1S24, debido a la mayor inflación y centralización, parcialmente compensado por el menor precio del petróleo.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) del segundo trimestre de 2025 totalizaron CLP 158.177 millones (23,3% de la venta), un aumento del 5,3% con respecto a los CLP 150.218 millones (21,7% de la venta) del 2T24. En tanto, los gastos de administración del primer semestre de 2025 alcanzaron los CLP 316.582 millones (22,9% de la venta), un aumento de 7,0% respecto a los CLP 295.888 millones (21,1% de la venta) registrados en el 1S24.

Las principales variaciones del trimestre fueron:

- a. Aumento de CLP 4.360 millones (+14,3% a/a) en servicios, principalmente explicado por alzas en las tarifas de servicios de electricidad, seguridad y aseo, las cuales están fuertemente ligadas a alzas de inflación y salario mínimo.
- b. Aumento de CLP 3.421 millones (+4,5% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (+13,7%), ajustes de inflación y aperturas de locales, parcialmente compensado por una menor dotación promedio.



Las principales variaciones del semestre fueron:

- a. Aumento de CLP 10.599 millones (+7,3% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (12,4%), ajustes de inflación (4,6%) y aperturas de locales, parcialmente compensado por una menor dotación promedio.
- b. Aumento de CLP 10.007 millones (+16,6% a/a) en servicios, principalmente explicado por alzas en las tarifas de servicios de electricidad, seguridad y aseo, las cuales están fuertemente ligadas a alzas de inflación y salario mínimo.

Cuadro 7: *Dotación Promedio*

DOTACIÓN PROMEDIO	2T25	2T24	Δ%	1S25	1S24	Δ%
LOCALES CHILE	20.149	20.440	-1,4%	20.511	20.731	-1,1%
CORPORATIVO CHILE	2.082	2.062	1,0%	2.087	2.053	1,6%
SUPERMERCADOS CHILE	22.231	22.502	-1,2%	22.598	22.784	-0,8%
LOCALES PERÚ	500	556	-10,0%	537	566	-5,1%
CORPORATIVO PERÚ	141	133	5,7%	140	133	4,9%
SUPERMERCADOS PERÚ	641	689	-7,0%	677	699	-3,2%
TOTAL SUPERMERCADOS	22.872	23.191	-1,4%	23.274	23.483	-0,9%



1.1.3 Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

La **ganancia bruta** del segundo trimestre de 2025 alcanzó los CLP 219.543 millones, un aumento de 5,5% con respecto a los CLP 208.104 millones totalizados en 2T24. En el primer semestre, la ganancia bruta alcanzó los CLP 444.281 millones, un aumento de 2,8% con respecto a los CLP 432.038 millones generados en el primer semestre de 2024. En términos de **margen bruto** porcentual, este alcanzó 32,4% en 2T25, un aumento de 230 pb comparado con el 30,1% registrado en 2T24, mientras que en el 1S25 alcanzó 32,1%, una expansión de 130 puntos base con respecto al 30,8% del 1S24. De esta forma, la Compañía ha logrado mantener la recuperación en margen bruto que alcanzó en el cuarto trimestre, luego del cambio en su estructura promocional que implementó durante 2024 y lo que lleva del 2025, lo que ha permitido mejorar la rentabilidad en los últimos tres trimestres.

El **margen de contribución** del segundo trimestre de 2025 alcanzó CLP 208.814 millones (30,8% de los ingresos), un aumento de 5,9% con respecto a los 197.089 millones (28,5% de los ingresos) obtenidos en 2T24. En cuanto al primer semestre de 2025, el margen de contribución alcanzó CLP 421.410 millones (30,4% de los ingresos), un aumento de 2,8% con respecto a los CLP 409.891 millones (29,2% de los ingresos) de 1S24.

El **EBITDA** del segundo trimestre de 2025 alcanzó CLP 50.637 millones, mayor en un 8,0% a los CLP 46.871 millones del 2T24, reflejando el foco en rentabilidad de la Compañía. Asimismo, la Compañía logró una expansión de 70 pb en el **margen EBITDA**, alcanzando 7,5% en el 2T25, lo que se compara con el 6,8% del segundo trimestre de 2024. Respecto al primer semestre de 2025, el EBITDA alcanzó CLP 104.829 millones (margen EBITDA 7,6%), menor en un 8,0% con respecto a los CLP 114.003 millones (margen EBITDA 8,1%), lo que se explica por el menor EBITDA del primer trimestre de este año.

El **EBITDA ajustado por arriendo de locales** del segundo trimestre de 2025 (EBITDA considerando todos los gastos de arriendo, incluyendo aquellos que no se incluyen en los gastos de administración, producto de la NIIF 16) registró CLP 26.320 millones, mayor en 9,0% a los CLP 24.153 millones del 2T24, debido a la expansión en el EBITDA, parcialmente contrarrestado por el mayor pago de arriendos. Respecto al primer semestre de 2025, registró 56.495 millones, menor en 17,4% con respecto a los CLP 68.365 millones del 1S24, lo que se explica por el menor EBITDA, además del mayor pago de arriendos, producto de la inflación y de las nuevas aperturas.

El **resultado operacional** del segundo trimestre de 2025 alcanzó CLP 20.621 millones, un aumento de un 1,1% con respecto a los CLP 20.403 millones del 2T24, debido al mayor EBITDA, parcialmente compensado por el aumento de 13,4% en la depreciación y amortización, reflejando los mayores niveles de inversión de la Compañía en los últimos años como parte de sus planes estratégicos. Asimismo, en el 1S25 alcanzó CLP 46.210 millones, una disminución del 24,5% respecto a los CLP 61.170 millones del 1S24, debido al menor EBITDA y aumento de 11,0% en la depreciación y amortización.



1.2 Resultado No Operacional³

El **resultado no operacional** de SMU para el segundo trimestre de 2025 totalizó una pérdida de CLP -5.201 millones, lo que representa una mejora de CLP 14.117 millones frente a la pérdida de CLP -19.318 millones registrada en el 2T24. Esta variación se explica principalmente por el aumento de CLP 13.251 millones en la línea de **otras ganancias (pérdidas)**, debido esencialmente a la ganancia por venta de opciones de compra de locales en leasing por CLP 13.443 millones. Tal como se informó durante el trimestre, este impacto se produce por la cesión de los contratos de leasing y venta de las opciones de compra de un grupo de siete locales, y al mismo tiempo, la Compañía firmó contratos de arriendo a largo plazo con el comprador, permitiéndole seguir operando los locales, sin tener un impacto en el negocio, pero realizando una optimización financiera al liberar los activos que estaban en garantía bajo el contrato de leasing cedido.

Adicionalmente, en el mes de abril se pagó el vencimiento del bono serie AK por UF 3.000.000, generando impactos en los **resultados por unidades de reajuste** (menor pérdida por CLP 1.872 millones, producto del menor stock de deuda en UF en los meses de mayo y junio 2025); **ingresos financieros** (disminución de CLP 1.648 millones, producto del menor nivel de efectivo disponible para invertir); y **costos financieros** (disminución de CLP 119 millones, debido a la menor deuda financiera).

En el primer semestre de 2025, el resultado no operacional totalizó una pérdida de CLP -31.124 millones, una variación positiva de CLP 3.706 millones en comparación con la pérdida de CLP -34.831 millones registrada en el 1S24. Las principales variaciones del período fueron:

- a. Un aumento de CLP 8.656 millones en el rubro **otras ganancias y pérdidas**, explicado por (i) la ganancia en la venta de opciones de compra antes descrita, por CLP 13.443 millones; y (ii) una ganancia de CLP 3.685 millones por la venta de dos locales propios en el primer trimestre, los cuales quedaron con contratos de arriendo de largo plazo; parcialmente compensado por (iii) una pérdida de CLP 8.973 millones asociada al plan de optimización de estructura organizacional implementado durante los meses de enero y febrero de 2025. Los ahorros asociados a la reestructuración permitirán recuperar el costo durante el año 2025, y además generarán ahorros en los períodos futuros
- b. Un aumento de CLP 1.991 millones en la **pérdida por resultados por unidades de reajuste**, principalmente explicado por el mayor stock de deuda financiera denominada en UF entre los meses de enero y abril 2025, por las colocaciones de bonos realizadas en 2024 para refinanciar los vencimientos del primer semestre de 2025, parcialmente compensado por el menor stock de deuda en los meses de mayo y junio.
- c. Un aumento de CLP 2.728 millones en los **gastos financieros netos**, reflejando el mayor gasto financiero en los primeros cuatro meses del año, y el menor ingreso financiero por las razones antes expuestas.

³ Resultado No Operacional = Ingresos y Costos Financieros + Participación en las Ganancias/Pérdidas de Asociadas + Diferencias de Cambio + Resultado por Unidades de Reajustes + Otros Ingresos y Gastos



1.3 Impuesto a las Ganancias y Resultado Neto

El **resultado antes de impuestos** del segundo trimestre de 2025 alcanzó CLP 15.421 millones, lo que representa un aumento de CLP 14.335 millones (1.320,6%) en comparación con el mismo período del año anterior, producto de la mejora de CLP 14.117 millones en el resultado no operacional y de CLP 218 millones en el resultado operacional. Con respecto al 1S25, el resultado antes de impuestos fue de CLP 15.085 millones, una disminución de CLP 11.255 millones (-42,7%) con respecto al 1S24, explicado por la disminución de CLP 14.961 millones en el resultado operacional, parcialmente compensado por la mejora de CLP 3.706 millones en el resultado no operacional.

El **gasto por impuesto a las ganancias** del 2T25 alcanzó CLP -469 millones, una variación negativa de CLP -5.993 millones con respecto al ingreso por CLP 5.524 millones del 2T24, principalmente debido al mejor resultado antes de impuestos. En tanto, el ingreso por impuestos a las ganancias para 1S25 alcanzó CLP 4.076 millones, una variación positiva de CLP 4.694 millones con respecto al gasto de CLP -618 millones registrado en 1S24, debido al menor resultado antes de impuestos, además de la mayor corrección monetaria sobre pérdidas tributarias acumuladas y otras partidas tributarias, debido a la mayor inflación en 1S25 vs. 1S24.

En consecuencia, la **utilidad neta** en segundo trimestre de 2025 alcanzó CLP 14.952 millones, un aumento de CLP 8.343 millones (126,2%) con respecto a los CLP 6.609 millones registrados en 2T24, mientras que en el primer semestre, alcanzó los CLP 19.162 millones, menor en CLP 6.560 millones (-25,5%) con respecto a los CLP 25.722 millones del 1S24.



■ 2. Análisis del Estado de Situación Financiera

Cuadro 8: Estado de Situación Financiera al 30 de junio de 2025 y 31 de diciembre de 2024

(Millones CLP)	Junio 2025	Diciembre 2024	Δ \$	Δ %
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	64.908	154.890	(89.982)	(58,1%)
Otros Activos Financieros Corrientes	3.350	3.168	182	5,7%
Otros Activos No Financieros Corrientes	31.824	43.167	(11.344)	(26,3%)
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	71.522	96.566	(25.044)	(25,9%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	1.076	1.656	(580)	(35,0%)
Inventarios	227.179	236.300	(9.121)	(3,9%)
Activos por Impuestos Corrientes	3.225	4.976	(1.750)	(35,2%)
Total Activos Corrientes	403.083	540.723	(137.640)	(25,5%)
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros No Corrientes	405	383	21	5,6%
Otros Activos No Financieros No Corrientes	6.152	3.120	3.032	97,2%
Cuentas por Cobrar No Corrientes	7.267	3.472	3.795	109,3%
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	9.481	7.148	2.333	32,6%
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	75.851	74.528	1.324	1,8%
Plusvalía	476.105	476.155	(50)	(0,0%)
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	941.566	931.196	10.370	1,1%
Activos por Impuestos Diferidos	473.374	469.199	4.174	0,9%
Total Activos No Corrientes	1.990.201	1.965.202	24.999	1,3%
TOTAL ACTIVOS	2.393.284	2.505.924	(112.640)	(4,5%)
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	117.952	233.701	(115.749)	(49,5%)
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	396.879	405.666	(8.786)	(2,2%)
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	295	484	(189)	(39,0%)
Otras Provisiones Corrientes	4.008	4.042	(34)	(0,9%)
Pasivos por Impuestos Corrientes	1.220	1.251	(31)	(2,5%)
Beneficios a los Empleados	27.009	25.080	1.929	7,7%
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	1.781	13.234	(11.453)	(86,5%)
Total Pasivos Corrientes	549.144	683.459	(134.314)	(19,7%)
PASIVOS NO CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	1.017.309	996.226	21.083	2,1%
Cuentas por Pagar No Corrientes	9.438	9.725	(287)	(3,0%)
Beneficios a los Empleados	913	4.338	(3.425)	(78,9%)
Total Pasivos No Corrientes	1.027.687	1.010.289	17.398	1,7%
TOTAL PASIVOS	1.576.831	1.693.747	(116.916)	(6,9%)
PATRIMONIO				
Capital Emitido	522.909	522.909	-	0,0%
Utilidad (Pérdida) Acumulada	141.531	137.197	4.335	3,2%
Otras Reservas	152.013	152.072	(59)	(0,0%)
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	816.453	812.177	4.276	0,5%
Total Patrimonio	816.453	812.177	4.276	0,5%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	2.393.284	2.505.924	(112.640)	(4,5%)



2.1 Activos

Al 30 de junio de 2025, los **activos totales** de SMU disminuyeron en CLP 112.640 millones (-4,5%) con respecto al 31 de diciembre de 2024, totalizando CLP 2.393.284 millones.

Los **activos corrientes** al 30 de junio de 2025 disminuyeron en CLP 137.640 millones (-25,5%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 403.083 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Disminución de CLP 89.982 millones en efectivo y equivalentes al efectivo, principalmente explicado por el pago de los bonos serie T y AK en marzo y abril, respectivamente, por CLP 145.218 millones, además de otros movimientos explicados en la sección 3 del presente documento.
- b. Disminución de CLP 25.044 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, debido principalmente a menores cuentas por cobrar a Transbank por la estacionalidad del negocio, parcialmente compensado por un incremento de CLP 7.514 millones por la venta de opciones de compra de locales con leasing durante el trimestre.
- c. Disminución de CLP 11.344 millones en otros activos no financieros corrientes, debido principalmente a una disminución de CLP 12.817 millones en el IVA crédito fiscal y una disminución de CLP 2.986 millones en el anticipo a proveedores extranjeros, parcialmente compensado por un incremento de CLP 2.743 millones en la cuenta seguros pagados por anticipado y un aumento de CLP 1.867 millones en la cuenta otros gastos pagados por anticipado.
- d. Disminución de CLP 9.121 millones en inventarios, principalmente explicado por la estacionalidad del negocio.

Los **activos no corrientes** al 30 de junio de 2025 aumentaron en CLP 24.999 millones (1,3%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.990.201 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Aumento de CLP 10.370 millones en propiedades, plantas y equipos neto, explicado principalmente por las adiciones del período (CLP 90.695 millones), parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 55.082 millones). Las adiciones del período incluyen tanto proyectos de capex, como la habilitación de nuevas tiendas, así como también contratos de arriendo nuevos y renovados, reconocidos como derechos de uso. Adicionalmente, hubo ventas, retiros y bajas de activos por CLP 25.128 millones durante el período.
- b. Aumento de CLP 4.174 millones en activos por impuestos diferidos, netos, explicado por un aumento de CLP 7.303 millones en los activos por impuestos diferidos, parcialmente compensado por un aumento de CLP 3.156 millones en los pasivos por impuestos diferidos.
- c. Aumento de CLP 3.795 millones en cuentas por cobrar no corrientes, principalmente explicado por un aumento de CLP 5.449 millones en los deudores servicios financieros.
- d. Aumento de CLP 3.032 millones en otros activos no financieros no corrientes, explicado principalmente por un aumento de CLP 3.010 millones en seguros pagados por anticipado.



2.2 Pasivos

Al 30 de junio de 2025, los **pasivos totales** de SMU disminuyeron en CLP 116.916 millones (-6,9%) con respecto al 31 de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.576.831 millones.

Los **pasivos corrientes** al 30 de junio de 2025 disminuyeron en CLP 134.314 millones (-19,7%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 549.144 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- a. Disminución de CLP 115.749 millones en otros pasivos financieros corrientes, principalmente explicado por una disminución en las obligaciones con el público por CLP 133.223 millones, asociada a los vencimientos pagados durante el primer semestre, parcialmente compensado por un aumento de CLP 20.264 millones en los préstamos bancarios.
- b. Disminución de CLP 11.453 millones en otros pasivos no financieros corrientes, principalmente explicado por una disminución de CLP 11.554 millones en el IVA débito fiscal.
- c. Disminución de CLP 8.786 millones en cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes, explicado principalmente por una disminución de CLP 8.597 millones en cuentas por pagar a proveedores, relacionado con la fecha de corte de fin de mes.

Los **pasivos no corrientes** al 30 de junio de 2025 aumentaron en CLP 17.398 millones (1,7%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.027.687 millones. La principal variación en el período fue un aumento de CLP 21.083 millones en otros pasivos financieros no corrientes, explicado por (i) aumento de CLP 22.350 millones en obligaciones por derechos de uso, asociado a los nuevos contratos de arriendo firmados por los locales vendidos durante el período, además de la adición de otros contratos de arriendo nuevos firmados durante el período y (ii) aumento de CLP 4.692 millones en obligaciones con el público, producto de la variación en la UF durante el período; parcialmente compensado por una disminución de CLP 5.959 millones en obligaciones por derechos de uso con opción de compra, principalmente asociada a la baja de los contratos de leasing de los locales vendidos durante el período.

2.3 Patrimonio

El **patrimonio** presenta un aumento de CLP 4.276 millones (0,5%), explicado principalmente por las utilidades del período (CLP 19.162 millones), parcialmente compensado por dividendos pagados durante el período (CLP 14.827 millones).



■ 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo

Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los períodos de 6 meses terminados el 30 de junio de 2025 y 2024

(Millones CLP)	Junio 2025	Junio 2024	Δ\$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	126.022	127.602	(1.579)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	(10.047)	(47.570)	37.523
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(205.957)	(56.676)	(149.282)
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo	(89.982)	23.356	(113.338)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	154.890	105.218	49.672
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	64.908	128.574	(63.666)

Durante el primer semestre de 2025, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 126.022 millones similar a los CLP 127.602 millones obtenidos en el primer semestre de 2024. Sin embargo, el flujo operacional del 1S24 incluyen el impacto no recurrente del recupero de seguros relacionados a los actos vandálicos de octubre de 2019 (CLP 51.815 millones). Al excluir este impacto, el flujo mejora CLP 50.236 millones en 1S25 con respecto al 1S24. Las principales variaciones fueron menores pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios (CLP 79.211 millones), parcialmente compensado por menores cobros procedentes de ventas de bienes y prestación de servicios (CLP 26.107 millones).

El flujo utilizado en **actividades de inversión** alcanzó un monto neto de CLP -10.047 millones en 1S25, una variación positiva de CLP 37.523 millones con respecto al flujo neto de CLP -47.570 millones de 1S24. El principal uso de efectivo corresponde al **CAPEX**, que incluye tanto la adquisición de propiedades, planta y equipo como de activos intangibles, totalizando CLP 38.181 millones en el 1S25 (CLP 44.708 millones en el 1S24). Adicionalmente, hay un ingreso de efectivo en 1S25 de CLP 27.361 millones, correspondiente a la venta de locales propios y de la opción de compra de locales con leasing financiero.

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó un monto neto de CLP -205.957 millones en el primer semestre de 2025, una variación negativa de CLP 149.282 millones con respecto al 1S24. Los principales desembolsos fueron: (i) reembolsos de préstamos por CLP 161.331 millones, correspondiente a los bonos serie T y AK y deuda bancaria; (ii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 33.670 millones; (iii) pagos de intereses por CLP 31.888 millones; (iv) pagos de dividendos por CLP 14.827 millones; parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos a corto plazo por CLP 35.758 millones. En tanto, en el primer semestre de 2024, las actividades de financiación generaron un flujo neto de CLP -56.676 millones, explicado por (i) reembolsos de préstamos por CLP 48.452 millones; (ii) pagos de dividendos por CLP 41.749 millones; (iii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 30.437 millones; y (iv) pagos de intereses por CLP 28.750 millones; parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos a largo plazo por CLP 92.712 millones, por la colocación de los bonos series AR (UF 1.000.000) y AQ (UF 1.500.000).



■ 4. Indicadores Financieros

Cuadro 10: Indicadores Financieros

			Jun. 2025	Dic. 2024
LIQUIDEZ				
Índice de Liquidez	veces	<i>Activo corriente / Pasivo corriente</i>	0,73	0,79
Razón Ácida	veces	<i>(Activo corriente menos inventario) / Pasivo corriente</i>	0,32	0,45
ENDEUDAMIENTO				
Pasivo Exigible / Activos Totales	veces	<i>Total pasivos / Total activos</i>	0,66	0,68
Pasivo Exigible / Patrimonio	veces	<i>Total pasivos / Patrimonio</i>	1,93	2,09
Deuda Financiera Neta / Patrimonio	veces	<i>(Otros pasivos financieros corrientes - Obligaciones por derechos de uso corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Obligaciones por derechos de uso no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / Patrimonio</i>	0,59	0,63
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	<i>Total pasivos corrientes / Total pasivos</i>	34,83	40,35
Pasivo Financiero Neto / EBITDA	veces	<i>(Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA de los últimos 12 meses</i>	4,80	4,63
ACTIVIDAD				
Rotación de Inventarios	días	<i>Inventario promedio del período / Costo de ventas diario del período</i>	44,34	40,90
Rotación de Cuentas por Cobrar	días	<i>Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes promedio del período / (Ingreso por actividades ordinarias diario del período multiplicado *1,19)</i>	9,18	12,49
Rotación de Cuentas por Pagar	días	<i>Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes promedio del período / (Costo de ventas diario del período * 1,19)</i>	64,52	63,01
EFICIENCIA (Anualizado)				
Cobertura de Gastos Financieros (Últimos 12 meses)	veces	<i>EBITDA de los últimos 12 meses / (gastos financieros de los últimos 12 meses - ingresos financieros de los últimos 12 meses)</i>	4,13	4,52
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%		31,29	30,68
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM		222.779	231.953
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%		7,76	8,03
RENTABILIDAD (Anualizado)				
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	<i>Utilidad últimos 12 meses / Activos totales</i>	1,76	1,95
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	<i>Utilidad últimos 12 meses / (Activos totales - plusvalía)</i>	2,20	2,40
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	<i>Utilidad últimos 12 meses / Patrimonio</i>	5,17	6,00
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	<i>Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + plusvalía + propiedad, planta y equipos)</i>	6,05	6,80
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	<i>Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + propiedad, planta y equipos)</i>	8,23	9,21
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales				
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	CLP MM	<i>EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración</i>	126.707	138.576
Cobertura de Gastos Financieros Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	veces	<i>EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses / (gastos financieros de los últimos 12 meses - intereses por obligaciones por derechos de uso de los últimos 12 meses - ingresos financieros de los últimos 12 meses)</i>	6,92	8,85
Deuda Financiera Neta/EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales	veces	<i>(Otros pasivos financieros corrientes - Obligaciones por derechos de uso corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Obligaciones por derechos de uso no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses</i>	3,81	3,70



El menor índice de **liquidez** y razón ácida se explican por la disminución de activos corrientes, en mayor medida que la de pasivos corrientes, y la disminución de activos corrientes se explica por cuentas diferentes al inventario, especialmente efectivo y equivalentes al efectivo, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, la disminución en el ratio de deuda financiera neta/patrimonio se debe al aumento del patrimonio, el cual compensó el alza en la deuda financiera neta, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento, mientras que el aumento en el ratio de pasivo financiero neto/EBITDA se debe al aumento en los pasivos financieros netos y el menor EBITDA de los últimos 12 meses, por las razones que se describen en las secciones 1 y 2 del presente documento.

En cuanto a los indicadores de **actividad**, las principales variaciones se observan en la rotación de inventario, explicado por el aumento del inventario promedio, junto con el menor costo de venta diario; y en la rotación de cuentas por cobrar, debido a una disminución en las cuentas por cobrar promedio, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **eficiencia**, la menor cobertura de gastos financieros se debe principalmente al menor EBITDA anualizado y mayor gasto financiero neto anualizado, tal como se describe en la sección 1 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **rentabilidad**, los menores ROA, ROE y ROIC se explican principalmente por la menor utilidad y el menor resultado operacional, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento.

■ 5. Gestión de Riesgos

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 30 de junio de 2025, se encuentra una descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía, así como de las medidas utilizadas para mitigar dichos riesgos.



■ 6. Hechos Relevantes del Período

1. El 3 de marzo de 2025 la sociedad informó en su página web que, como consecuencia de las iniciativas de eficiencia operacional en el marco del plan estratégico de la Compañía que considera la incorporación de herramientas tecnológicas y rediseños de procesos en oficina central y en tiendas, la Compañía elaboró un plan de optimización de su estructura organizacional. Este plan se implementó durante los meses de enero y febrero del presente año 2025, y su costo fue de aproximadamente \$8.900 millones, cuya contabilización se verá reflejada en los estados financieros del primer trimestre del año 2025. Los ahorros asociados a la reestructuración permitirán recuperar el costo durante el año 2025, y además generarán ahorros en los períodos futuros. Las iniciativas estratégicas implementadas permiten incrementar la productividad, mitigando el alza de los gastos operacionales, y al mismo tiempo, contribuyendo a mejorar la experiencia de los clientes.
2. Con fecha 31 de marzo de 2025, mediante hecho esencial, se comunicó que el Directorio de SMU S.A. acordó:
 - a. Citar a Junta Ordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta Ordinaria”) de la Sociedad para el día 24 de abril de 2025, a las 10:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, con el fin de someter a consideración de la Junta Ordinaria todos los asuntos de su competencia, incluyendo las siguientes materias:
 - i. Pronunciamiento sobre la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2024;
 - ii. Pronunciamiento sobre el Informe de los Auditores Externos correspondiente al ejercicio 2024;
 - iii. Pronunciamiento sobre la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2025 e informar gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2024;
 - iv. Informar sobre las actividades y gastos del Comité de Directores del ejercicio 2024 y determinación de su remuneración y presupuesto para el ejercicio 2025;
 - v. Dar a conocer la información prevista en el Título XVI de la Ley 18.046;
 - vi. Designación de la Empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2025;
 - vii. Designación de los Clasificadores Privados de Riesgo para el ejercicio 2025;
 - viii. Pago de dividendo y distribución de utilidades del ejercicio 2024;
 - ix. Designación del periódico donde se realizarán las publicaciones de la Sociedad hasta la próxima junta ordinaria de accionistas; y
 - x. Otras materias de interés social y de competencia de la Junta Ordinaria.



- b. Proponer a la Junta Ordinaria de Accionistas, repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2024, un dividendo de \$2,02487 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$2,48724 por acción; \$0,86011 por acción; y \$0,97184 por acción, pagados a partir del 5 de junio 2024, 5 de septiembre 2024 y 4 de diciembre 2024, respectivamente. Todos ellos equivalente al 75% de las utilidades del año lo que representa un monto total de \$36.562.122.735. El saldo pendiente de distribuir asciende a \$2,02487 por acción, equivalente a un monto total de \$11.669.742.320. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 07 de mayo de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.
3. Con fecha 13 de abril de 2025, la Compañía anunció su plan de inversiones para el período 2025-2029, por un monto total aproximado de USD 600 millones. Este contempla iniciativas de crecimiento orgánico, eficiencia y continuidad operacional. Aproximadamente un 60% de la inversión se destinaría a crecimiento orgánico—incluyendo la apertura de 115 nuevas tiendas, 80 en Chile y 35 en Perú, y más de 200 remodelaciones y reconversiones—, entre un 15% y 20% a eficiencia y productividad, mediante herramientas tecnológicas que mejoren los procesos en tiendas, logística y back office, y entre un 20% y 25% a continuidad operacional, incluyendo renovación de equipos en tiendas y centros de distribución. El plan será financiado con recursos propios y no considera aumento de deuda.
4. Con fecha 24 de abril de 2025, mediante hecho esencial, se comunicó que en Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el mismo día, se acordó:
- i. Aprobar la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2024.
 - ii. Aprobar el Informe de los Auditores Externos correspondiente al ejercicio 2024.
 - iii. Aprobar la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2025. Se informó además de los gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2024.
 - iv. Aprobar las remuneraciones del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2025 junto con informar sobre las actividades y gasto de dicho Comité durante el ejercicio 2024.
 - v. Aprobar el informe sobre las operaciones del título XVI de la Ley 18.046.
 - vi. Designar a EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías Limitada (EY) como empresa de auditoría externa para el ejercicio 2025; y a Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada e ICR Compañía Clasificadora de Riesgo Limitada, como clasificadoras de riesgo para el ejercicio 2025.
 - vii. Designar al diario La Tercera en su segmento el Pulso como periódico en el cual deberán realizarse las publicaciones sociales.
 - viii. Repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2024, un dividendo de \$2,02487 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$2,48724 por acción; \$0,86011 por acción; y \$0,97184 por acción, pagados a partir del 5 de junio 2024, 5 de septiembre 2024 y 4 de diciembre 2024, respectivamente. Todos ellos equivalente al 75% de las utilidades del año lo que



representa un monto total de \$36.562.122.735. El saldo pendiente de distribuir asciende a \$2,02487 por acción, equivalente a un monto total de \$11.669.742.320, a ser pagado a contar del día 07 de mayo de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.

5. Con fecha 12 de mayo de 2025, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$3.157.372.241, lo que corresponde a un dividendo de \$0,54785 por acción. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del primer trimestre del presente ejercicio. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 4 de junio de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
6. Con fecha 30 de mayo de 2025, mediante hecho esencial, se informó que Southern Cross Group vendió su participación de 11,25% en las acciones de SMU S.A. De acuerdo con lo informado por la Bolsa de Comercio de Santiago, la subasta se adjudicó a un precio de CLP 180 por acción, registrando una demanda equivalente a 2,5 veces el número de acciones ofertado, con una relevante participación de inversionistas institucionales nacionales y extranjeros, incluyendo fondos de pensiones y fondos mutuos.

Como resultado de esta operación, la composición accionaria de la Compañía quedó distribuida de la siguiente forma: CorpGroup (accionista controlador) con un 44,8%; fondos de pensiones con un 22,5%; inversionistas extranjeros con un 12,0%; y otros accionistas con un 20,7%. Asimismo, presentó su renuncia el director señor Raúl Sotomayor Valenzuela, quien había sido nominado por Southern Cross Group.

7. Con fecha 12 de junio de 2025, la Compañía informó que concretó la cesión de siete contratos de leasing, junto con la venta de las respectivas opciones de compra asociadas a locales actualmente en operación. En paralelo, la Compañía suscribió con el comprador contratos de arrendamiento de largo plazo que le permitirán continuar operando en dichos establecimientos. Esta operación forma parte de una estrategia de optimización financiera y tendrá un impacto positivo estimado en la utilidad neta del segundo trimestre por aproximadamente CLP 9.500 millones.



■ 7. Hechos Posteriores

1. Con fecha 10 de julio de 2025, SMU informó que ha concretado la cesión de seis contratos de leasing, junto con la venta de las respectivas opciones de compra asociadas a locales actualmente en operación. Adicionalmente, la Compañía suscribió con el comprador contratos de arrendamiento de largo plazo que le permitirán continuar operando en dichos establecimientos. Esta operación, al igual que las similares materializadas durante el primer semestre del año, forma parte de una estrategia de optimización financiera y tendrá un impacto positivo estimado en la utilidad neta del tercer trimestre por aproximadamente CLP 9.000 millones.
2. Con fecha 17 de julio de 2025, mediante hecho esencial, la sociedad informó que se ha concretado el prepago y ejecución de la opción de compra del contrato de leasing que la Compañía mantenía sobre su Centro de Distribución de Lo Aguirre, adquiriendo así la propiedad del mismo. Posteriormente, la Compañía materializó la venta del Centro y, junto con ello, suscribió con el comprador un contrato de arrendamiento de largo plazo que le permitirá seguir operando dichas instalaciones. Esta operación forma parte de una estrategia de optimización financiera y se estima que tendrá un impacto positivo en la utilidad neta del tercer trimestre por aproximadamente CLP 21.000 millones.



Acerca de SMU

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

Advertencia Acerca de Proyecciones Estimadas

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

Información de Contacto

Inversionistas, favor contactarse con:

Carolyn McKenzie: cmckenzie@smu.cl

Juan José Santomingo: jsantomingo@smu.cl

Medios de comunicación, favor contactarse con:

Andrea Osorio: aosorioy@smu.cl

Arturo Baeza: abaeza@smu.cl

Juan Pablo Besa: jbesa@smu.cl