Presentación Corporativa **SMU S.A.**

Septiembre 2023



DISCLAIMER

Esta presentación contiene 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. Cifras asociadas a fechas futuras, así como las palabras "meta", "objetivo", "creer", "buscar", "esperar", "estimar", "proyectar", "planificar", "debería", "anticipar" y otras palabras similares, buscan expresar proyecciones estimadas. Estas proyecciones estimadas incluyen información acerca de los resultados posibles o esperados de nuestras operaciones, estrategias de negocio, planes de financiamiento, posición financiera, condiciones del mercado, potenciales oportunidades de crecimiento y los efectos del marco regulatorio y la competencia en el futuro.

Es de la esencia de las proyecciones estimadas, que estas involucren numerosos riesgos e incertidumbres, tanto generales como específicas, incluyendo el riesgo inherente que tienen las proyecciones o expectativas, que son básicamente que éstas finalmente no se lleven a cabo. En virtud de los riesgos e incertidumbres antes descritos, los eventos y/o circunstancias a futuro y que se presentan en esta presentación, pueden ocurrir o no y en ningún caso son garantías de desempeño de SMU en el futuro. Por lo tanto, advertimos a los lectores que no deben basar exclusivamente sus decisiones u opiniones en estas declaraciones. Las proyecciones estimadas son válidas solamente en la fecha en que se realizan, y SMU no asume ninguna obligación para actualizar o modificar cualquiera de las proyecciones estimadas contenidas en esta presentación, ya sea por existir nueva información o tratarse de hechos posteriores u otros factores nuevos...



CONTENIDOS

1. Resumen

- 2. Estrategia de la Compañía
- 3. Información Financiera



SMU Hoy En una mirada

Supermercadista con posición de liderazgo en Chile, múltiples formatos y una amplia cobertura del mercado en una industria defensiva



SMU Hoy Nuestros Formatos

Múltiples formatos brindan cobertura de todos los segmentos socioeconómicos y hábitos de compra.







UNIMARC

MAYORISTA 10/ SUPER10

ALVI

Alvi.cl

UNIMARC

ECONÓMICO/SOFT DISCOUNT

MAYORISTA

SOFT DISCOUNT / MAYORISTA

FOCO EN PROXIMIDAD Y REPOSICIÓN

SUPERMERCADO TRADICIONAL

FOCO EN PRECIO Y ABASTECIMIENTO

FOCO EN PRECIO Y ABASTECIMIENTO

67% DE INGRESOS

17% DE INGRESOS

2% DE INGRESOS

289 LOCALES

62 LOCALES

33 LOCALES 30 LOCALES

PROMEDIO 1.200 M²

PROMEDIO 1.300 M²

PROMEDIO 1.300 M²

CLUB MAYORISTA, FOCO EN REPOSICIÓN

14% DE INGRESOS

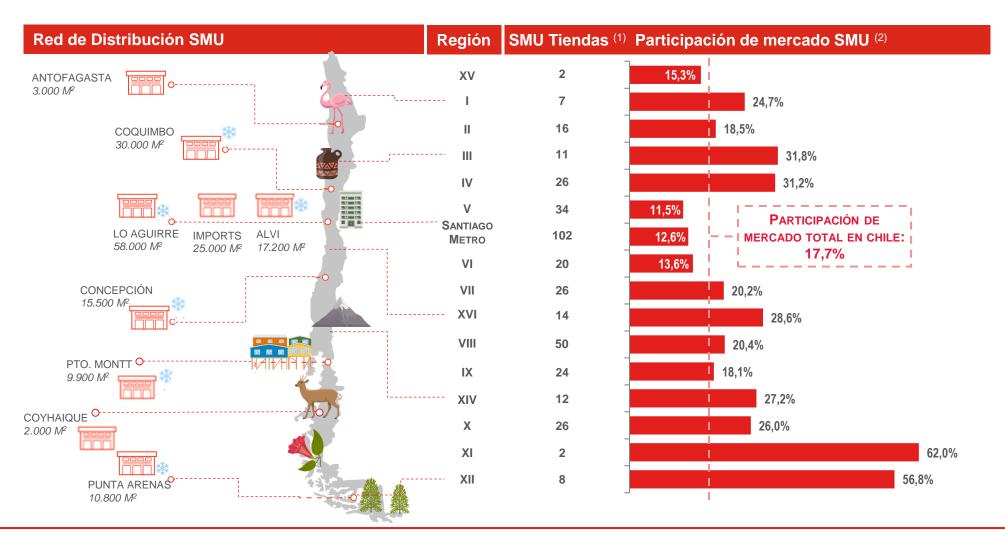
PROMEDIO 700 M²





SMU Hoy Cobertura Geográfica

100% de cobertura de Chile con liderazgo en múltiples regiones, soportada por una plataforma operacional integrada.



^{1.} Número de tiendas Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10 al 31.12.2022.





^{2.} Participación de mercado = ventas de SMU Chile año 2022 sobre las ventas totales de supermercados en Chile en 2022 según el INE.

SMU Hoy Nuestros Clientes

Programas de fidelización nos permiten conocer mejor a nuestros más de 10 millones de clientes y responder a sus cambiantes necesidades y preferencias















Estrategia SMU **Nuestra Historia**

Trayectoria probada de ejecución de estrategia, con planes de acción para crecimiento y rentabilidad en el futuro

Crecimiento + Integración 2007-2013



Ubicaciones Premium

Expansión a Nuevos Formatos

Cobertura Nacional

Crecimiento Orgánico e Inorgánico

Optimización + Eficiencia 2014-2016



Fortalecimiento Comercial

Eficiencia Operacional

Fortalecimiento Financiero

Crecimiento + Rentabilidad 2017-2019



Crecimiento Omnicanal

2020-2022

- 19 tiendas nuevas + 43 remodelaciones
- Lanzamientos Soft Discount + Unimarc.cl



Experiencia del Cliente

- Desarrollo marcas propias: 14 marcas especializadas; 1.500 SKUs
- Analítica avanzada para meiorar promociones y surtido



Eficiencia y Productividad

- Disponibilidad de productos (modelo operativo eficiente; nueva herramienta de planificación de demanda)
- Eficiencia logística (voice picking, TMS)



Organización Comprometida v Sostenible

- Apoyo PYMEs regionales
- No desperdicio de alimentos
- Medición y gestión huella carbono

RESULTADO NETO

2013 **CLP (531)** MMM

2016 **CLP 12 MMM**

2019 **CLP 35 MMM**

Sostenibilidad

Experiencia del Cliente

Eficiencia Operacional

Desarrollo Tecnológico

Fortalecimiento Financiero

Excelencia Organizacional

2022 (1) **CLP 111 MMM**



(3)

CONTENIDOS

1. Resumen

2. Estrategia de la Compañía

3. Información Financiera



Estrategia SMU Plan 2023-2025

Alcanzar el **crecimiento rentable y sostenible** a través de la consolidación de nuestra **estrategia multiformato**, satisfaciendo las **necesidades de nuestros clientes** y generando **valor compartido** para todos nuestros grupos de interés.











Crecimiento Omnicanal – Crecimiento Orgánico apalancado en la estrategia multiformato y potenciando gran cobertura geográfica.

Nuevas Aperturas

 Total de 58 nuevas aperturas planeadas para 2023-2025











27

9

15

Tiendas Montserrat

- Nuevas aperturas incluyen tiendas anteriormente operadas por la cadena Montserrat
- Inversión con un retorno más alto que una tienda completamente nueva
 - Crecimiento en las regiones Metropolitana y Valparaíso
 - A través de la estrategia multiformato podemos convertir 21 ubicaciones en 23 tiendas, combinadas en Unimarc/Alvi

Conversiones y Remodelaciones

Convertir 14 M10 tiendas en S10



Remodelar 78 tiendas Unimarc & Alvi



75



3









Crecimiento Omnicanal – Consolidar la oferta de e-commerce, mejorando la experiencia de compra y la rentabilidad





Mejorar Experiencia Cliente

- Mejorar precisión, completitud, y ontime de entregas (Micro Fulfillment Center).
- Ofrecer más opciones de entrega (Click & Collect) y ampliar el surtido de productos
- Continuar con las mejoras UX/UI de la plataforma

Foco en **Rentabilidad**

- Capturar nuevos clientes y aumentar la recurrencia de los existentes.
- Oportunidades de monetización.
- Optimizar costos de preparación y despachos de pedidos.
- Profundizar alianzas a largo plazo.









Experiencia del Cliente – Satisfacer las necesidades del cliente mediante la personalización y la mejora del surtido de productos.

Fidelidad de Clientes

 Expandir personalización para aumentar ventas incrementales.





unidata dunhumby

 Agregar valor para clientes y proveedores, mediante negocios de retail media.



Marcas Propias

- Nuevas marcas y productos que satisfacen las necesidades de los clientes, incluyendo:
 - Salud y Bienestar
 - Indulgencia, date un gusto.
- Promover el uso de empaques amigables con el medioambiente.





Productos Frescos

 Expandir la metodología 360° a categorías adicionales de productos frescos que son muy relevantes para la experiencia del cliente.









Eficiencia & Productividad: Optimización e innovación para mejorar la experiencia del cliente mientras se controlan los gastos operacionales

Eficiencia en Sala

- Expandir el modelo operativo, con una reposición más eficiente y una distribución más frecuente
- Implementar equipamiento de autoservicio (check-outs y balanzas) en más tiendas
- Extender el nuevo sistema de tesorería digital, ahorrando tiempo en los procesos de tesorería manual y reduciendo la frecuencia de servicios de transporte de valores

Eficiencia Logística

- Expandir red de distribución para apoyar el crecimiento orgánico y la estrategia multiformato
 - +40% M2 en Chile
 - +120% M2 en Perú
- Expandir el uso de tecnologías que conllevan a la productividad y disponibilidad
 - Planificación de demanda
 - Voice Picking
 - Nuevo centro de distribución automático y multiformato

Eficiencia Energética

- Aumentar la energía proveniente de fuentes renovables
- Expandir el uso de sensores loT para mejorar la gestión de la energía, enfocándose en tiendas de alto consumo
- Implementar y certificar sistemas de control de energía
- Vehículos eléctricos en la cadena de suministros









Organización comprometida y sostenible: Continuar impulsando iniciativas que promuevan prácticas sostenibles a través de nuestras operaciones, cubriendo los diferentes pilares de nuestro modelo de sostenibilidad.

Diversidad e Inclusión

- Fortalecer alianzas con organizaciones que promuevan diversidad e inclusión, como Teletón, Fundación Las Rosas, Fundación Descúbreme, y otras
- En 2022, certificamos nuestro sistema de gestión de equidad de género para la oficina central de SMU Chile.
- Objetivo 2025: Extender el proceso al resto de las operaciones en Chile.



Valor Compartido

- Programa 100% Nuestro:
 Fortalecer el Desarrollo de proveedores locales pequeños a través de ruedas de negocio y capacitaciones
- Objetivo 2025: Aumentar el número de proveedores 100% Nuestro en un 35%.



Medio Ambiente

- Reducir Desperdicio de Alimentos: Estrategia incluye surtido adecuado; precisión en planificación de demanda; reducciones de precios (Pronto Consumo); y donaciones
- Gestión Huella de Carbono: Medir y certificar la huella, y reducir la intensidad del carbono a través de la eficiencia energética y otras iniciativas







Estrategia SMU Plan 2023-2025

Hemos fijado objetivos ambiciosos para el 2025





del Cliente





Organización
Comprometida
& Sostenible

+58 Nuevos Locales

Marcas Propias: +1.000 PLUs

Venta CAGR 23-25 **+35%**

+40% m2 Red Logística **1^{er} CD** Robotizado

Valor Compartido:
+35% proveedores
100% Nuestro

14 Conversiones a S10

78 Remodelaciones

Marcas Propias:

50% Empaques Reciclables

40% Energía Renovable Electromovilidad en **10%** de despachos a tiendas

-8% Reducción en intensidad de carbono

5% Part. e-Commerce

Implementar **Metodología 360°** en más categorías perecibles

66% Centralización

Expandir Cobertura:
Debida diligencia DDHHCertificación Equidad Género

TARGETS FINANCIEROS 2025

EBITDA CLP 350 MMM (CLP 266 MMM en 2022)

Pasivos Financieros Netos / EBITDA 2,0x – 2,5x (3,4x en 2022)

Total CAPEX 2023-2025 CLP 265 MMM



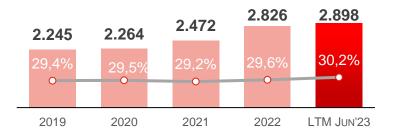
CONTENIDOS

- 1. Resumen
- 2. Estrategia de la Compañía
- 3. Información Financiera

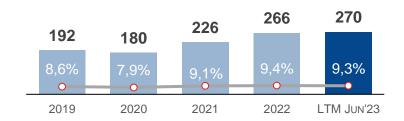


Crecimiento consistente en ingresos, ganancia bruta, EBITDA, margen EBITDA y utilidades.

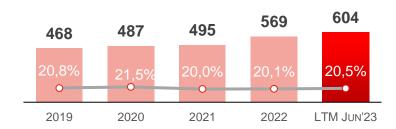
Ingresos y Margen Bruto (1) (CLP MMM; %)



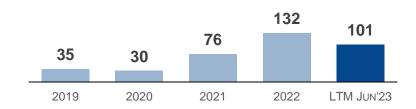
EBITDA y Margen EBITDA (1,3) (CLP MMM; %)



Gastos Operacionales y Margen OPEX (1,2) (CLP MMM; %)



Utilidad Neta (4) (CLP MMM)





⁽¹⁾ Ingresos, gastos operacionales, y EBITDA excluyen OK Market en todos los períodos.

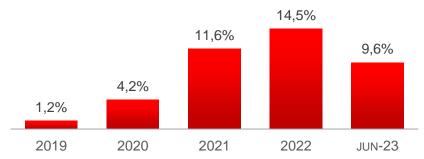
⁽²⁾ Gastos Operacionales: Suma de gastos administrativos y de distribución, excluyendo depreciación y amortización.

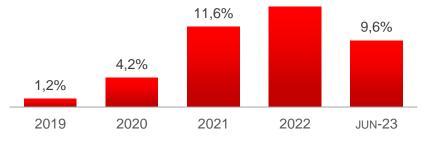
³⁾ EBITDA = Margen bruto – gastos administrativos – costos de distribución + depreciación + amortización

⁽⁴⁾ Utilidad neta de 2022 incluye impacto no recurrente por venta OK Market (CLP 20,5 MMM)

... impulsando un incremento significativo en rentabilidad

Rentabilidad por dividendo (1)



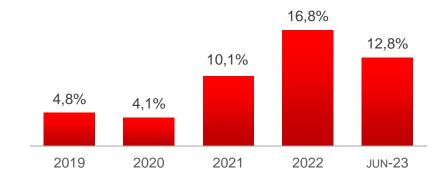




01-11-2022

01-03-2023

Rentabilidad sobre patrimonio (2)



Política de dividendos: 75% de la utilidad neta

\$60

01-07-2022





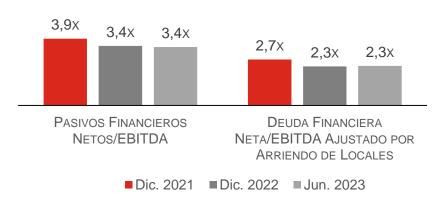
01-07-2023

⁽¹⁾ Rentabilidad por dividendo = Dividendos papados durante los últimos doce meses / precio de la acción al final del período.

Rentabilidad sobre patrimonio = Utilidad neta para los últimos doce meses / patrimonio al final del período.

Mejoras operacionales y optimización de estructura de capital llevaron a fortalecimiento sostenido de la posición financiera, manteniendo cumplimiento total con covenants...

Pasivos Financieros Netos / EBITDA (1) (2) (3)



Cobertura Gastos Financieros Netos (4) (5)



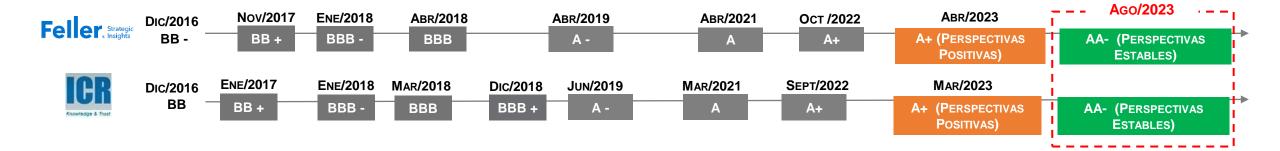
- (1) Pasivo financiero neto= otros pasivos financieros corrientes y no corrientes efectivo y equivalentes
- (2) Deuda financiera neta = Pasivos financieros totales corrientes y no corrientes menos contratos de arrendamiento que califican como leasing financiero corrientes y no corrientes menos efectivo y equivalentes al efectivo
- (3) EBITDA ajustado por arriendo de locales= EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración bajo NIIF
- (4) Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA/gastos financieros netos
- (5) Cobertura de gastos financieros netos ajustada por arriendos de locales = EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses / (gastos financieros totales – gastos financieros por obligaciones por derechos de uso - ingresos financieros totales)

Deuda Financiera Neta / Patrimonio



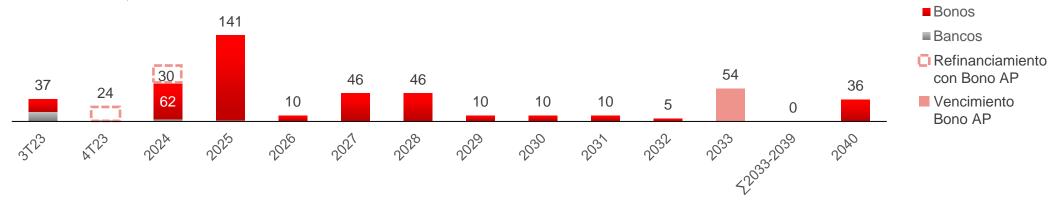


...además de mejoras en la clasificación de riesgo, y un perfil de vencimientos cómodo para los próximos períodos...



Perfil de vencimientos al 30.06.2023 pro forma (1)

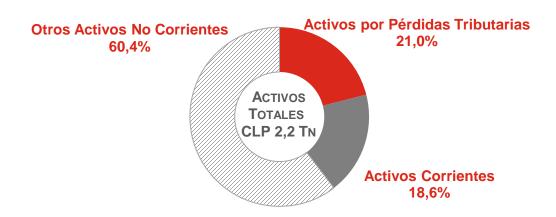
(Bonos y Bancos - CLP MMM)

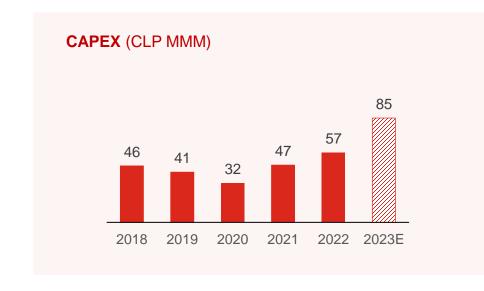




...y flexibilidad en la posición de caja de la Compañía, apoyado además por pérdidas fiscales

Pérdidas Fiscales - Jun. 2022



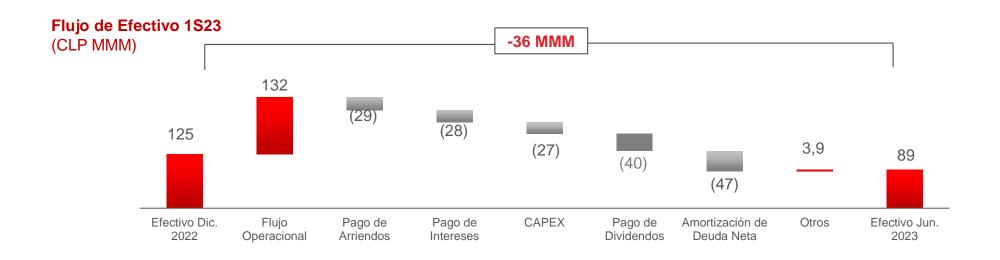


Highlights:

- SMU ha acumulado pérdidas tributarias y cuenta con un activo por impuestos diferidos por CLP 472 MMM
- Bajo la ley chilena estas pérdidas no vencen y pueden compensar impuestos a la renta en períodos futuros
- Actualmente no hay límite anual sobre la utilización de pérdidas fiscales en Chile; sujeto a cambios dependiendo de potencial futura reforma tributaria (propuesta original habría permitido el uso de hasta el 50% cada año)
- Pérdidas fiscales se ajustan por inflación



Capacidad Financiera: Generación de caja permite cumplir obligaciones financieras, financiar CAPEX y pagar dividendos con holgura

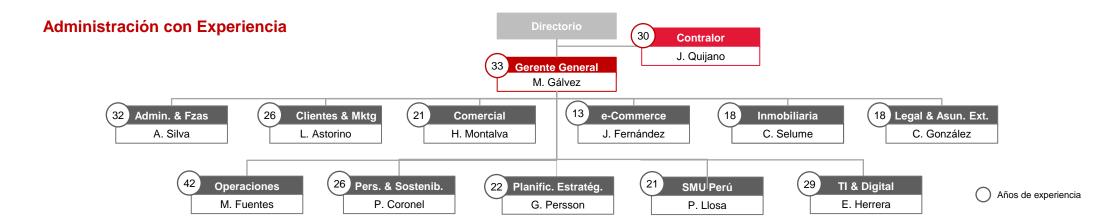


- Saldo de caja a junio: CLP 89 MMM, menor en 36 MMM vs. dic. pero muy por sobre el mínimo objetivo (CLP 50 MMM).
- Uso de efectivo en 1S23 incluye amortizaciones de bonos y deuda bancaria por CLP 47 MMM

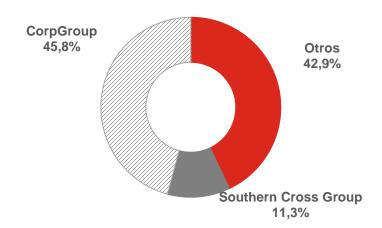


Gobierno Corporativo

Administración con experiencia y directorio comprometido, con amplio expertise de la industria



Estructura de Propiedad (25.09.2023)



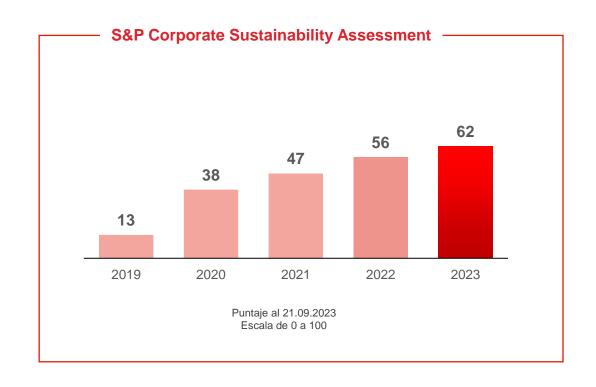
Directorio: Expertise en Diversas Industrias

Nombre	Cargo	Experiencia en Sectores
Pilar Dañobeitía E.	Presidenta	Multisector
Francisca Saieh G.	Vicepresidenta	Marketing & Diseño Consumidor
Alejandro Álvarez A.	Director	Legal
Abel Bouchon S.	Director	Consumer & Retail
Fernando Del Solar C.	Director	Consumer & Retail
Andrés Olivos B.	Director	Consumer & Retail
Rodrigo Pérez M.	Director Independiente	Financiero & Público
Tina Rosenfeld K.	Directora Independiente	Consumer & Retail
Raúl Sotomayor V.	Director	Multisector



Sostenibilidad

Hemos fortalecido nuestro desempeño y transparencia en materia ESG, mejorando nuestros puntajes







Presentación Corporativa **SMU S.A.**

Octubre 2023

