

Resultados 2T22

SMU S.A.

Agosto 2022



DISCLAIMER

Esta presentación puede contener proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera que estas proyecciones son razonables, en base a la información que se posee actualmente, existen distintos factores que podrían llevar a que nuestros resultados difieran 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 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.

Resultados 2T22

Crecimiento
Omnicanal

Nuevas Aperturas

- Unimarc (Peñaflor 3T; La Serena 1T)
- Maxi Ahorro (Piura – Aviación 3T; Piura - Principal 1T)
- Reapertura Alvi (Maipú) (2T)



Resultados 2T22

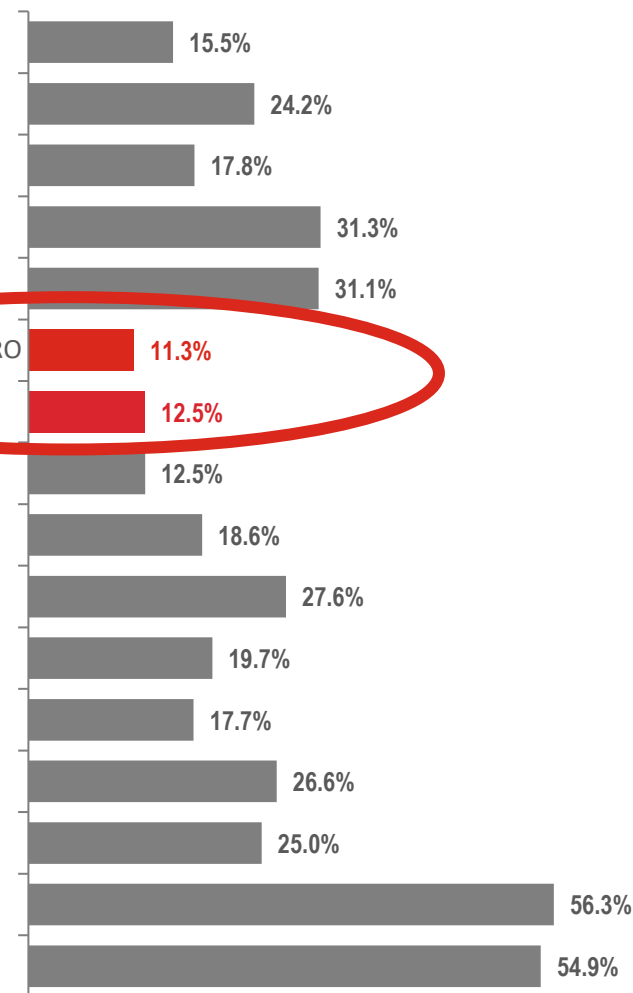
Crecimiento
Omnicanal

Montserrat: Acuerdo para arrendar 21 tiendas

- Aprobación regulatoria obtenida en julio
- Aperturas esperadas durante 2023-24
- Crecimiento multiformato en regiones con menor participación de mercado



Participación de Mercado SMU por Región ⁽¹⁾



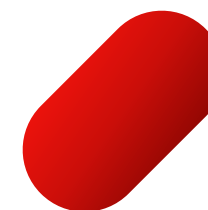
(1) Participación de mercado = ventas de SMU en Chile del año 2021 sobre las ventas por región según el INE al 31 de diciembre de 2021

Resultados 2T22

Crecimiento
Omnicanal

Mercado Libre: Nueva Alianza Estratégica

- Marketplace online más visitado de Chile es nuevo canal de ventas para Unimarc
- Surtido aumentando, con objetivo de 1.300 productos a fin de año



Resultados 2T22

Crecimiento
Omnicanal

Lanzamiento: **App Alvi Compras**

- Nuevo canal de ventas online para socios del Club Alvi
- Nuevas soluciones impulsan fidelidad de clientes comerciantes

**AHORRA
TIEMPO EN TUS
COMPRAS**

DESCARGA LA
NUEVA APP

**Club Alvi
COMPRAS**

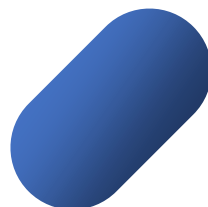
**Alvi Club
COMPRAS**

BÚSCALA CON
ESTE LOGO EN

DISPONIBLE EN
Google Play

DESCARGA LA
APLICACIÓN

DISPONIBLE EN
Google Play



Resultados 2T22

Experiencia del Cliente

Respondiendo a las Necesidades de Nuestros Clientes

- Campaña promocional La Ruta del Ahorro ofrece descuentos en productos básicos, para que los clientes puedan maximizar su presupuesto
- Estrategia multiformato ofrece propuestas de valor atractivas para clientes con diferentes preferencias
- Ajustes al surtido



RUTA DEL AHORRO UNIMARC

Busca el sello del ahorro y encuentra cientos de productos al mejor precio

Siempre junto a ti y a todos los chilenos

50% 70% 80% COADONADO \$990 3x2 Exclusiva club ahorro Los esenciales DEL AHORRO!

Resultados 2T22

Experiencia del Cliente



Como en Casa



Azul Profundo



Crecimiento en Marcas Propias

- Creciente surtido de productos valorados por clientes
- Nuevos productos y marcas aumentan cobertura de categorías

Nuestra Cocina



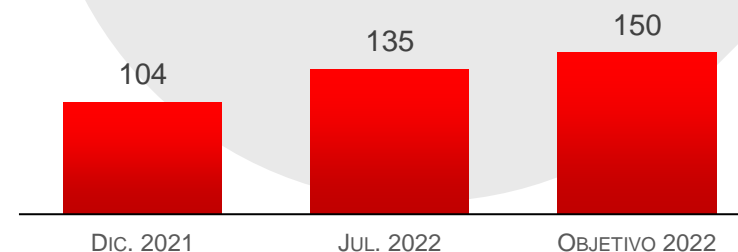
Resultados 2T22

Eficiencia & Productividad

Procesos & Tecnología en Tiendas

- Roll-out de nuevo modelo operacional Unimarc: 78 tiendas implementadas
- Módulos self check-out instalados en 31 tiendas este año, mejorando la experiencia en caja, de acuerdo a resultados NPS
- Sistema compras automatizadas implementado para categorías frutas y verduras en 100 tiendas en 2022, con KPIs mejores que otras tiendas comparables

Tiendas con Módulos de Self Check-Out



Promoviendo la **Eficiencia Energética**

- Implementando Sistema de Gestión de Energía basado en ISO 50001
- Nuevo contrato de abastecimiento eléctrico para usar fuentes de energía renovables
- Programa piloto tiendas sostenibles, utilizando tecnología de sensorización para reducir el consumo de energía

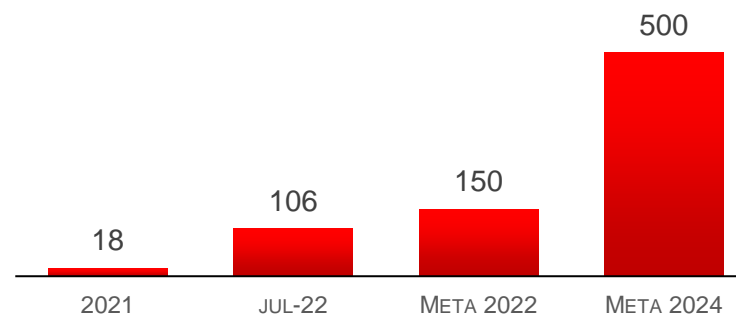
Resultados 2T22

Organización
Sostenible &
Comprometida

Reduciendo Nuestro Impacto

- Promoviendo packaging reciclable, y avanzando hacia nuestra meta para 2022

Productos de Marcas Propias con Sello Ecoetiqueta



Promoviendo la **Diversidad & Inclusión**

- Fortaleciendo prácticas de gobernanza relacionadas con igual de género, incluyendo nuevas políticas y procedimientos, auditorías internas y capacitaciones
- SMU nombrado por EY y El Mercurio como Empresa 2021 Destacada en Diversidad, Equidad e Inclusión

SMU, trabajando por la igualdad de género

Te contamos en qué consiste el proceso de implementación y certificación en la Norma NCh:3262 de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal



Resultados 2T22

Organización
Sostenible &
Comprometida

Creando Valor Compartido

- Donación de CLP 172 millones (equivalente al 10% de las compras de la Giftcard Unidos)
- En beneficio de organizaciones cuyas misiones están alineadas con el rol social que tiene SMU como supermercado y su compromiso con la diversidad e inclusión



Unidos

Compra , regala y ayuda

En este invierno puedes ayudar a una fundación a través de la

Giftcard Unidos

Nuestras Marcas Asociadas aportarán un 10% adicional para entregarlo a estas fundaciones



NOTA SOBRE PRESENTACIÓN & COMPARACIÓN DE INFORMACIÓN

Con fecha 8 de octubre de 2020, SMU informó la suscripción de un acuerdo vinculante con la empresa mexicana FEMSA Comercio S.A. de C.V., operadora en Chile de las tiendas de conveniencia OXXO, para la venta de OK Market. Con fecha 26 de noviembre de 2021, la Fiscalía Nacional Económica resolvió aprobar la transacción, sujeta a las medidas propuestas por las partes. Producto de lo anterior, y de acuerdo a las disposiciones de la NIIF 5, en los Estados Financieros Consolidados al 30 de junio de 2022, el negocio OK Market se presenta como disponible para la venta. Cabe señalar que esta transacción se materializó con fecha 28 de febrero de 2022.

Producto de lo anterior, en las cuentas del estado de resultados del primer semestre y segundo trimestre de 2021, se han reclasificado todas las partidas del estado de resultados del negocio OK Market a una sola línea, “Utilidad del período de operaciones discontinuadas”. De esta forma, las cifras de 2021 son comparables con las del primer semestre y segundo trimestre de 2022.

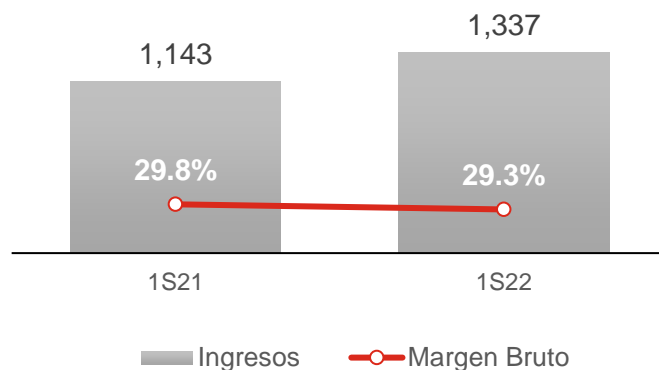
En el estado de flujo de efectivo, las cifras de 2022 no son comparables con las de 2021. El estado de flujo de efectivo del primer semestre de 2021 incluye flujos de efectivo correspondientes al negocio de OK Market, mientras que en el primer semestre de 2022, dichos flujos no se incluyen.

En el caso del estado de situación financiera, las cifras son comparables, dado que los períodos presentados son al 30 de junio de 2022 y al 31 de diciembre de 2021, fecha en que OK Market ya se presentaba como disponible para la venta. Por lo tanto, en ambos períodos, los activos del negocio de OK Market se consolidan en una sola línea, bajo el rubro “Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta”, y los pasivos de este negocio se consolidan en una sola línea bajo el rubro “Pasivos no corrientes o grupos de pasivos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta”.

Ingresos



Ingresos (Ex. OK Market)
Primer Semestre; CLP MMM

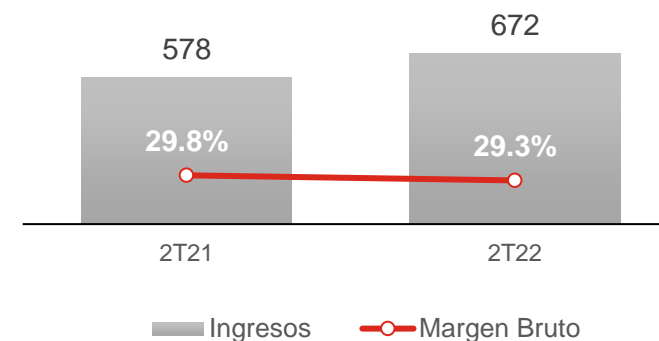


Crecimiento de ingresos

+17,0% en 1S22; +16,3% en 2T22

- Aumento participación de mercado
- Sigue recuperación en número de transacciones
- Fuerte crecimiento en Alvi, Mayorista 10 y Super10

Ingresos (Ex. OK Market)
Segundo Trimestre; CLP MMM



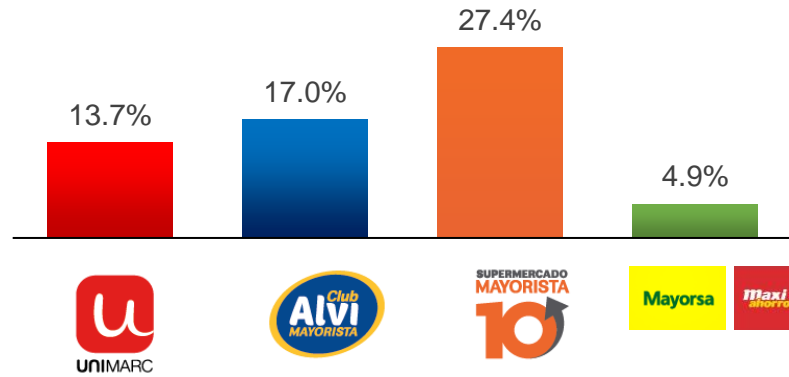
Crecimiento ganancia bruta

+15,3% en 1S22; +14,4% en 2T22

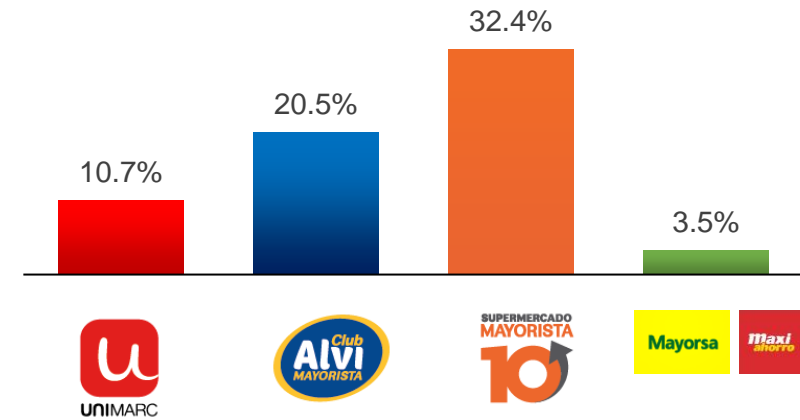
- Margen bruto -50 pb vs. 1S21 y 2T21 debido a cambio en mix de formatos

Same-Store Sales ⁽¹⁾

Same-Store Sales – Primer Semestre 2022



Same-Store Sales – Segundo Trimestre 2022



Sólidos resultados de estrategia multiformato, satisfaciendo necesidades de clientes en diferentes segmentos

- Crecimiento total SSS +16,2% en 1S22 y 15,4% en 2T22

(1) Ventas de locales equivalentes (Same-store sales o "SSS") refleja el porcentaje de cambio en los ingresos de las ventas que estaban operando durante los mismos meses durante ambos períodos financieros en comparación. Para ser incluida en el cálculo, una tienda debe llevar por lo menos 13 meses consecutivos desde la fecha de apertura o reapertura.

Ingresos por Formato



Crecimiento impulsado por:

- Alvi / Mayorista 10 / Super 10 +25,7%
- Unimarc +13,9%

1S22 vs. 1S21 Ingresos por Formato (CLP MMM)



Gastos Operacionales ⁽¹⁾

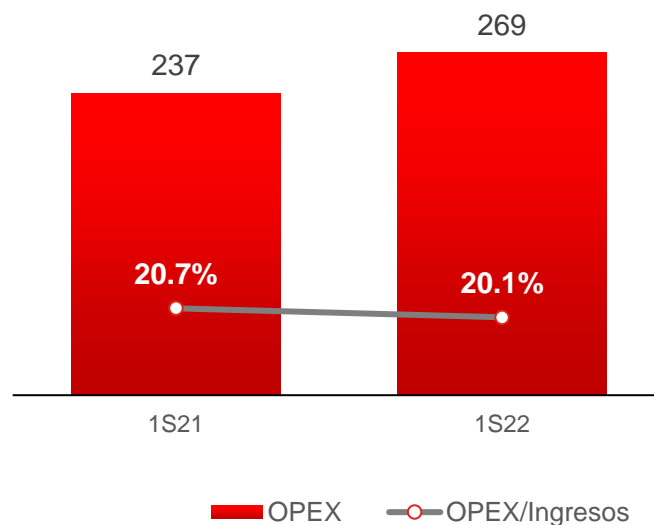
**Gastos operacionales
+13,4% vs. 1S21 (+16,2% vs.
2T21)**

- Impulsado principalmente por inflación y mayor salario mínimo

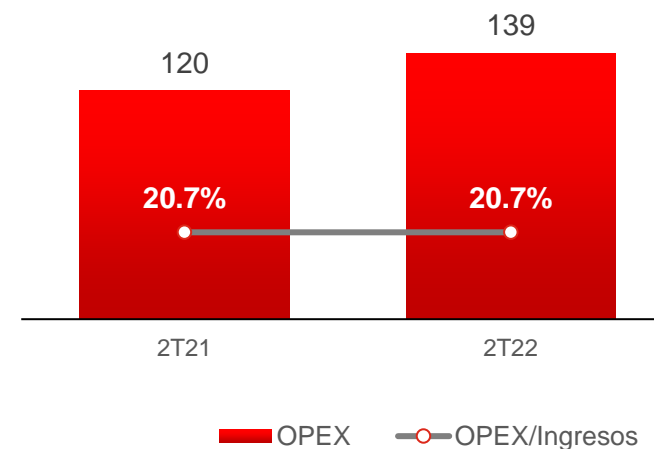
**Margen gastos mejora 60 pb
en 1S22 (estable vs. 2T21)**

- Dilución de gastos: crecimiento de ingresos fue mayor al crecimiento de gastos

OPEX (Ex. OK Market)
Primer Semestre; CLP MMM



OPEX (Ex. OK Market)
Segundo Trimestre; CLP MMM



(1) Gastos operacionales = gastos administrativos + gastos de distribución (excluyendo depreciación y amortización).

Resultados 2T22

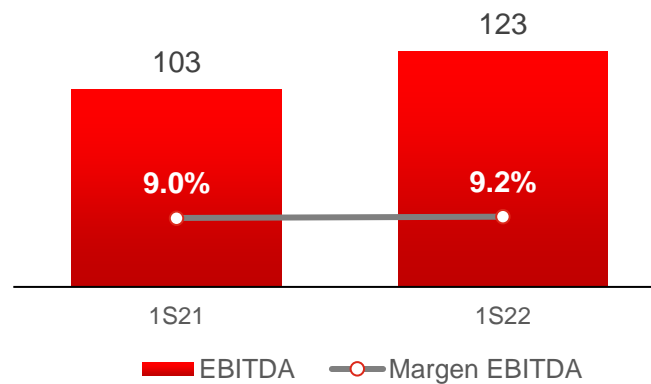
EBITDA (1)



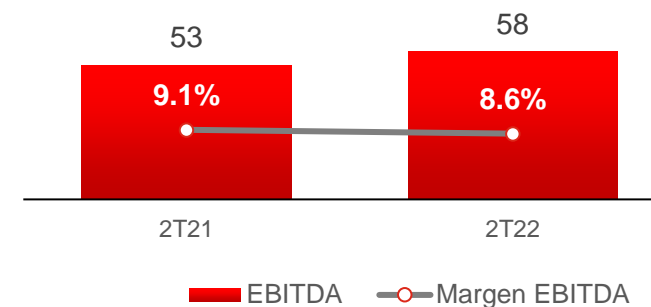
EBITDA +19,5% vs. 1S21
(+10,2% vs. 2T21)

EBITDA margin +20 pb vs.
1S21 (-50 pb vs. 2T21)

EBITDA (Ex. OK Market)
Primer Semestre; CLP MMM



EBITDA (Ex. OK Market)
Segundo Trimestre; CLP MMM

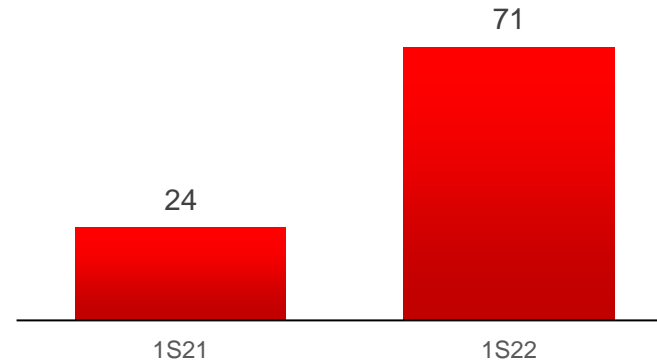


(1) EBITDA = Gross profit – administrative expenses – distribution costs + depreciation + amortization.

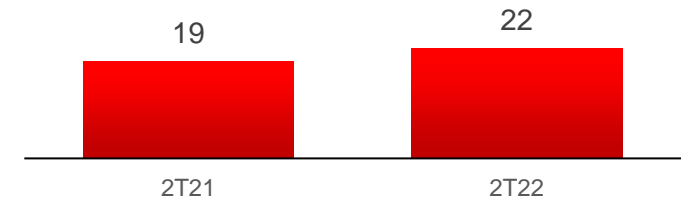


Utilidad Neta +196% vs.
1S21 (+13,5% vs. 2T21)

Utilidad Neta
Primer Semestre; CLP MMM



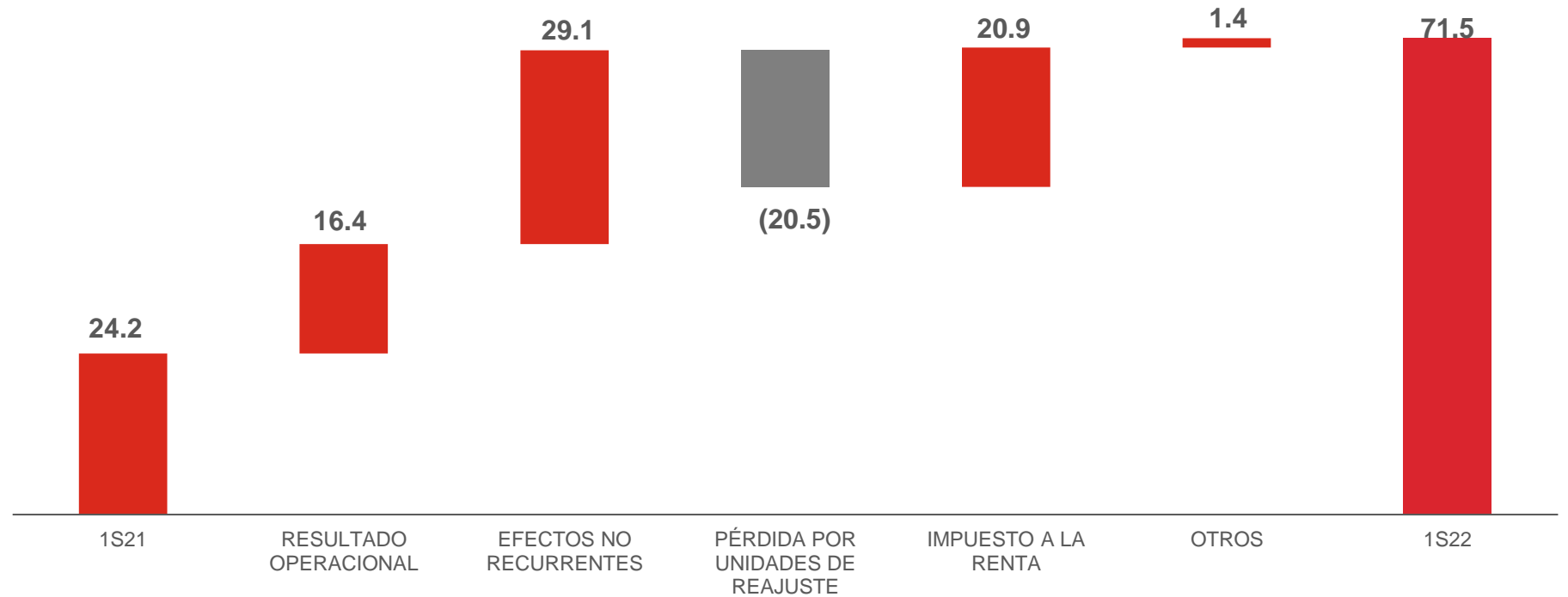
Utilidad Neta
Segundo Trimestre; CLP MMM



Utilidad Neta: 1S22 vs 1S21 (CLP MMM)

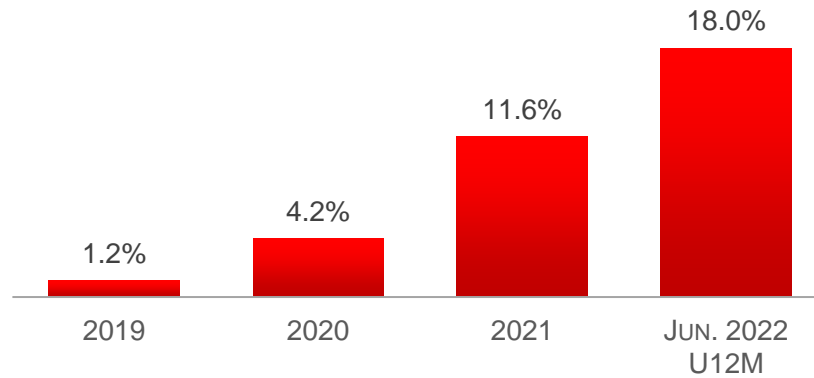
Principales impactos

- Efectos no recurrentes (venta de OK Market en 2022 y reestructuración organizacional en 2021)
- Inflación

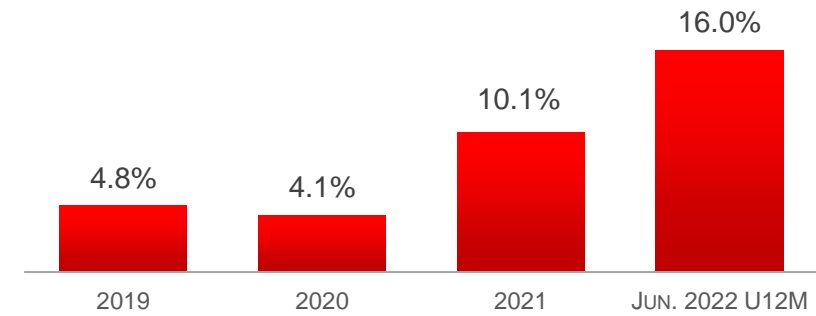




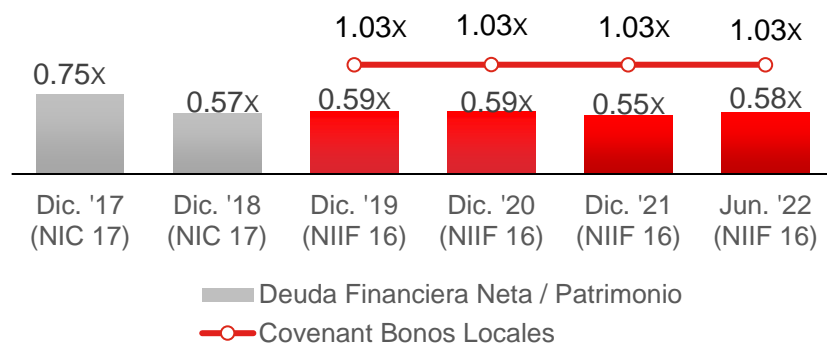
Rentabilidad por Dividendo
(Dividendo por acción/ Precio acción)



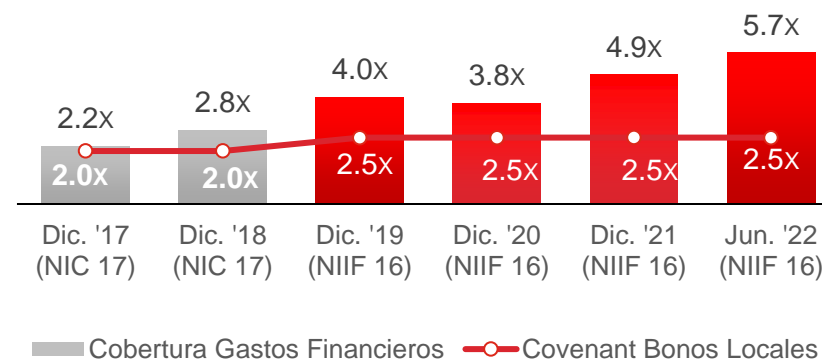
Rentabilidad sobre Patrimonio



Deuda Financiera Neta/ Patrimonio ⁽¹⁾



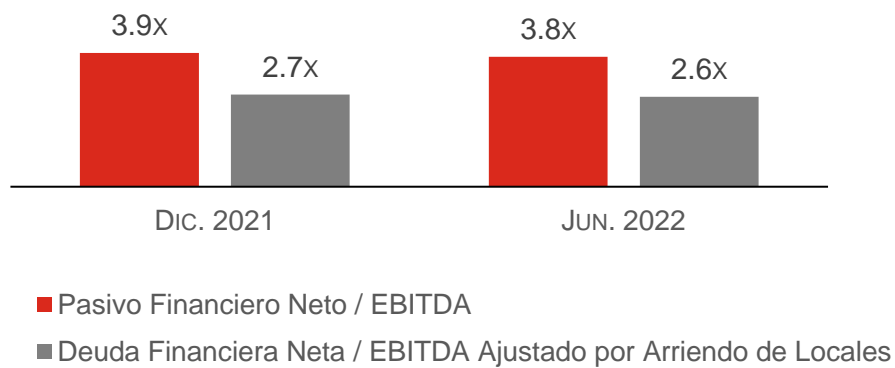
Cobertura de Gastos Financieros ⁽²⁾



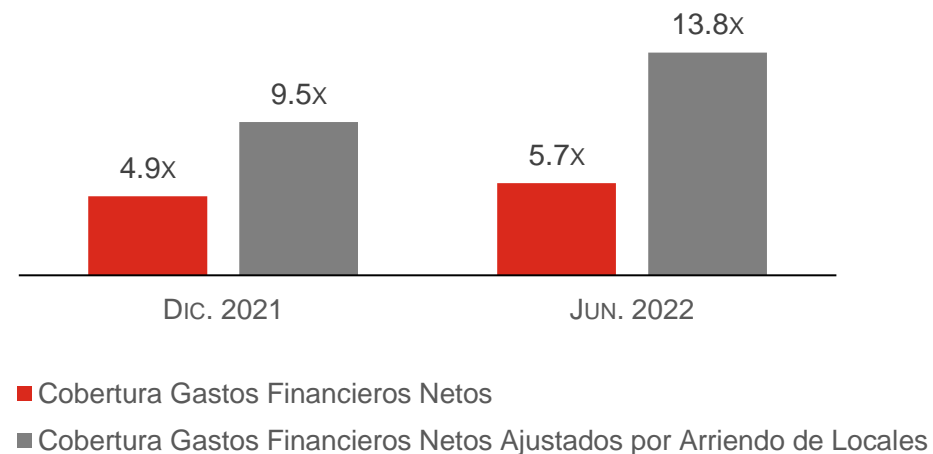
(1) Deuda financiera neta = Pasivos financieros totales corrientes y no corrientes menos contratos de arrendamiento que califican como leasing financiero corrientes y no corrientes menos efectivo y equivalentes al efectivo

(2) Cobertura de gastos financieros = EBITDA/gastos financieros netos

Deuda Financiera Neta / EBITDA



Cobertura de Gastos Financieros



(1) Definiciones:

Pasivo financiero neto= otros pasivos financieros corrientes y no corrientes - efectivo y equivalentes

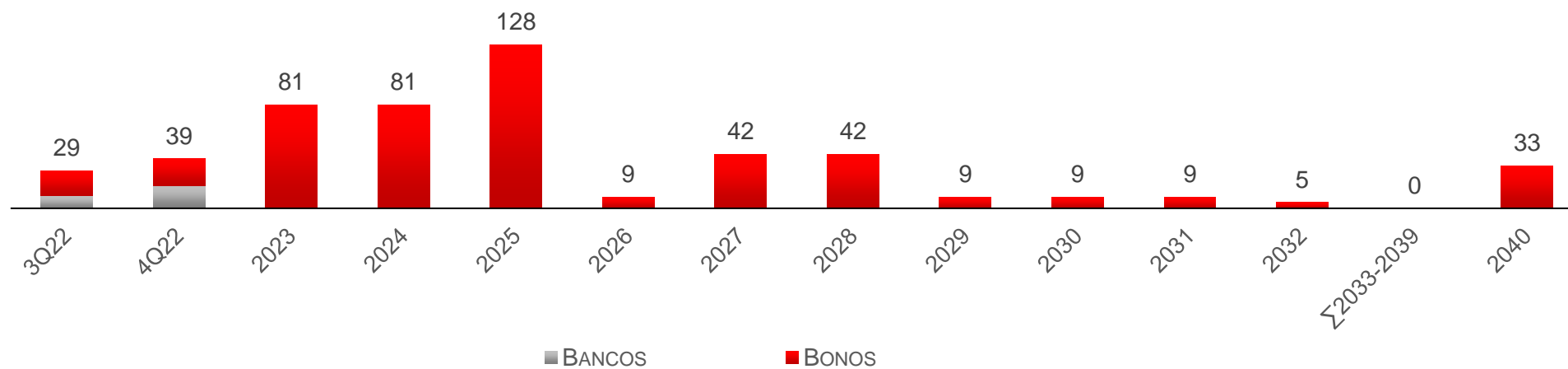
Deuda financiera neta = otros pasivos financieros corrientes y no corrientes – obligaciones por derechos de uso corrientes y no corrientes - efectivo y equivalentes

EBITDA ajustado por arriendo de locales= EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración bajo NIIF

Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA de los últimos 12 meses / (gastos financieros totales – ingresos financieros totales)

Cobertura de gastos financieros netos = 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)

Perfil de vencimientos al 30 de junio de 2022
(Bonos y Bancos - CLP MMM)



MUCHAS GRACIAS

