

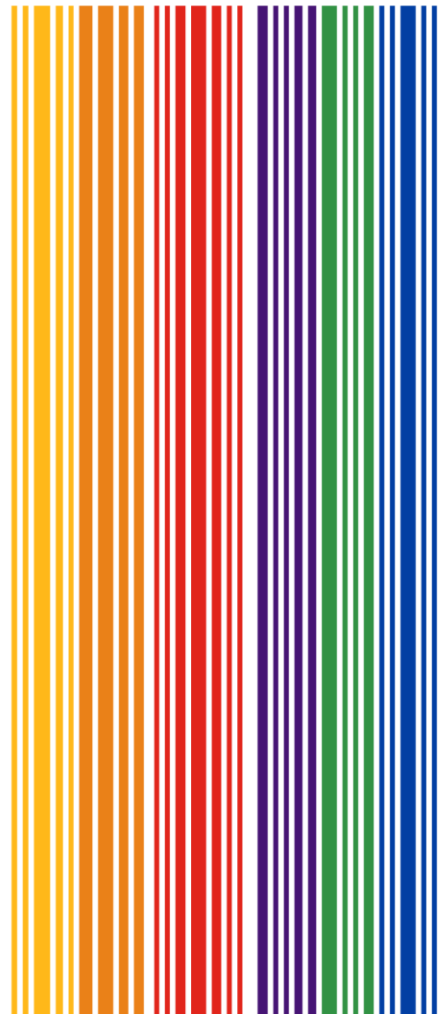


MEMORIA INTEGRADA 2023





MEMORIA INTEGRADA
2023



ÍNDICE

1.

A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

5

2.

NUESTRA COMPAÑÍA

11

2.1 SMU EN UNA MIRADA	13
2.2 QUIÉNES SOMOS	15
2.3 PRESENCIA GEOGRÁFICA	17
2.4 HISTORIA	19
2.5 NEGOCIO	21
2.6 ESTRATEGIA	30
2.7 INDUSTRIA DE SUPERMERCADOS	37

3.

SOSTENIBILIDAD EN SMU

41

3.1 GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD	43
3.2 GRUPOS DE INTERÉS	48
3.3 CREACIÓN DE VALOR	58

4.

GOBERNANZA

59

4.1 ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO	61
4.2 DIRECTORIO	64
4.3 INFORME ANUAL DE COMITÉ DE DIRECTORES	89
4.4 ADMINISTRACIÓN	94
4.5 ESTRUCTURA ACCIONARIA	97
4.6 GESTIÓN DE RIESGOS	104

5.

CULTURA DE LA INTEGRIDAD Y LA GESTIÓN ÉTICA

131

5.1 GESTIÓN DE LA ÉTICA	133
5.2 CUMPLIMIENTO	144
5.3 MARCO LEGAL	152

6.

SOMOS UNA EMPRESA DE PERSONAS

155

6.1 CULTURA ORGANIZACIONAL	157
6.2 DESARROLLO DE PERSONAS	159
6.3 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN	170
6.4 BENEFICIOS Y BIENESTAR	178
6.5 RELACIONES LABORALES	186
6.6 SEGURIDAD LABORAL	188
6.7 NUESTRA GENTE: INDICADORES	200

7.	EL CLIENTE AL CENTRO	211
	7.1 EXPERIENCIA DEL CLIENTE	213
	7.2 ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD E INOCUIDAD	222

8.	ABASTECIMIENTO RESPONSABLE	225
	8.1 GESTIÓN DE PROVEEDORES	227
	8.2 DESARROLLO DE PROVEEDORES LOCALES	235
	8.3 PAGOS A PROVEEDORES	240

9.	COMPROMISO CON LA SOCIEDAD	243
	9.1 RELACIÓN CON LA COMUNIDAD	245
	9.2 TRABAJO COLABORATIVO CON ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO	248

10.	NOS PREOCUPAMOS POR EL MEDIO AMBIENTE	253
	10.1 GESTIÓN DE RESIDUOS	255
	10.2 HUELLA DE CARBONO	263
	10.3 EFICIENCIA ENERGÉTICA	265
	10.4 GESTIÓN DE HUELLA HÍDRICA	267
	10.5 INDICADORES AMBIENTALES	268

11.	DESEMPEÑO FINANCIERO	273
	11.1 ANÁLISIS RAZONADO	275

12.	INFORMACIÓN ADICIONAL	301
	12.1 INFORMACIÓN SOBRE FILIALES Y ASOCIADAS	303
	12.2 CERTIFICACIONES INDEPENDIENTES	345

13.	METODOLOGÍA	355
	13.1 SOBRE ESTE REPORTE	357
	13.2 ASUNTOS MATERIALES	357
	13.3 ÍNDICE GRI	363
	13.4 ÍNDICE CMF	370
	13.5 TABLA DE CONTENIDOS SASB	372



1

A NUESTROS
GRUPOS DE INTERÉS



CARTA DE LA PRESIDENTA

A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Me complace dirigirme a ustedes para poner a su disposición la Memoria Integrada de SMU de 2023, en la que damos cuenta de nuestro desempeño económico, social y ambiental durante el año.

El 2023 fue un año desafiante en términos de las condiciones económicas y el impacto en el consumo, pero en SMU seguimos construyendo el futuro de nuestra compañía, cumpliendo con nuestros compromisos estratégicos y realizando inversiones por más de CLP 95 mil millones. También mantuvimos nuestra rentabilidad sobre patrimonio en niveles por arriba del 10%.

Estos resultados se consiguieron en el marco de nuestros valores CERCA—Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad—y de nuestro Modelo de Sostenibilidad, el que está basado en ocho ejes: Gobernanza; Gestión Ética; Personas; Clientes; Abastecimiento; Sociedad; Medioambiente; y Desempeño Financiero. Es por esta razón que, en este documento, dedicamos un capítulo a cada eje, para que ustedes, nuestros grupos de interés, puedan conocer mejor nuestras acciones, resultados y objetivos.

Vemos con mucho orgullo que año a año mejoramos nuestros resultados en evaluaciones como el *S&P Corporate Sustainability Assessment*, donde en 2023 alcanzamos 62 puntos, un avance de seis puntos con respecto al año anterior, posicionándonos en el percentil 94; y el Ranking Merco Empresas, donde en 2023, por primera vez, entramos en el top 100 de empresas con mejor reputación corporativa de Chile.

Sin embargo, siempre hay oportunidades para seguir fortaleciendo nuestro desempeño en los diferentes ámbitos de nuestra operación, y proactivamente buscamos identificar esas brechas. Ejemplo de ello fue la contratación de un asesor independiente para que evaluara el desempeño del Directorio. Adicionalmente, realizamos un proyecto de estandarización de la gestión del riesgo, para contar con una metodología única e identificación de riesgos en todas las áreas de la Compañía. A través de estas iniciativas, seguimos fortaleciendo nuestro gobierno corporativo.

Conocemos bien a nuestros clientes y sus necesidades, y en estos momentos difíciles, seguiremos ayudándoles a maximizar su presupuesto familiar, con promociones tan nuestras como el Asaito, el Red Friday, el Guaguazo, el Chelazo y el Limpiazo.

Adicionalmente, a través de nuestro programa de no desperdicio de alimentos, beneficiamos a más de 173 mil personas vulnerables con la donación de más de 600 toneladas de alimentos durante el año.



También es importante para SMU el compromiso con la conciliación de la vida laboral, familiar y personal y se vive a través de medidas tangibles, como por ejemplo, la aceleración de la reducción de la jornada laboral. En 2023 se promulgó en Chile una ley para reducir paulatinamente la jornada laboral de 45 a 40 horas semanales, en un período de cinco años. Sin embargo, en SMU tomamos la definición de reducir la jornada laboral directamente a 40 horas semanales para aquellos locales que estén 100% adheridos al modelo operativo que nos encontramos implementando como parte de nuestro plan estratégico, aprovechando mejoras de procesos y nuevas tecnologías para mantener el nivel de servicio al cliente. De esta forma, promovemos una mejor calidad de vida para nuestros colaboradores y sus familias.

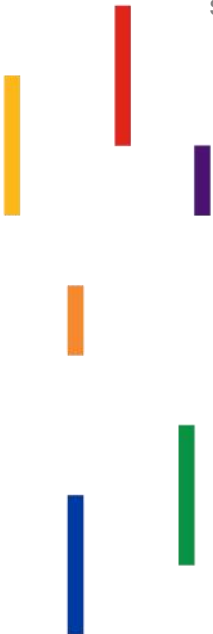
En 2023 recibimos el “Sello Distinción” de parte de la Fundación Chile Unido por los resultados en el estudio Mejores Organizaciones para Integrar Vida Personal y Trabajo, siendo la única supermercadista reconocida. También fuimos favorecidos por los premios Impulsa de Fundación ChileMujeres, PWC y LT Pulso, como la empresa del retail con los mejores indicadores de género, basado en la transparencia y liderazgo.

Otro hito relevante del año fue que completamos el proceso de debida diligencia en derechos humanos para nuestras operaciones en Chile, y además obtuvimos un muy buen resultado en el Diagnóstico sobre Empresas y DDHH: nuestro puntaje mejoró en un 27% con respecto a 2022, y alcanzamos el cuarto lugar en el ranking, avanzando cinco puestos.

Si bien estos reconocimientos nos enorgullecen, para nosotros lo más relevante es preocuparnos de la sostenibilidad de los procesos y la cultura que apalancan los compromisos que mantenemos con todos nuestros stakeholders. Aprovecho de agradecer a cada uno de ustedes—nuestros colaboradores, inversionistas y accionistas, directores, clientes, proveedores y vecinos—por la confianza, el compromiso y la cercanía de siempre.

Un afectuoso saludo,

Pilar Dañobeitía
Presidenta del Directorio SMU S.A.



CARTA DEL GERENTE GENERAL

A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

El año 2023 marcó el inicio de nuestro nuevo plan estratégico trienal, luego de la exitosa implementación del plan anterior, entre los años 2020 y 2022. En este primer año, todo el equipo de SMU continuó demostrando la gran capacidad de ejecución que hemos desarrollado desde nuestro primer plan trienal en 2014-2016.

Para el período 2023-2025, tenemos contemplado el plan más ambicioso en la historia de la Compañía en materia de crecimiento orgánico, con 58 nuevas aperturas en tres años, y logramos un avance importante en este primer año, inaugurando 14 tiendas nuevas de nuestros formatos Unimarc, Alvi, Super10 y Maxiahorro.

De esta manera, llegamos a más clientes y estamos más cerca, ofreciendo propuestas de valor que les hacen la vida más fácil, cumpliendo así con nuestro propósito corporativo.

Mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes para satisfacer sus necesidades es una preocupación permanente en SMU, y durante 2023, estuvimos enfocados en desarrollar soluciones para maximizar su presupuesto familiar y así ayudarles a enfrentar las adversas condiciones económicas. En este sentido, un hito relevante del año fue el relanzamiento del programa de fidelización de Unimarc, bajo el nombre Club Unimarc. El programa tiene foco en la entrega de beneficios inmediatos, ayudando a los clientes a ahorrar sin la necesidad de acumular puntos.

Pronto Consumo es otro programa que permite a los clientes ahorrar y, a la vez, contribuir a la reducción del desperdicio de alimentos. Ofrecemos descuentos significativos en el precio de productos próximos a vencer que se encuentran en óptimas condiciones para su consumo, con lo que, en 2023, evitamos el desperdicio de más de 6 mil toneladas de alimentos.

Asimismo, seguimos potenciando nuestra oferta de productos de marcas propias, lanzando cerca de 200 nuevos productos de buena calidad a precios convenientes, y también sumando nuevas marcas especializadas para cubrir otras categorías.

Otra iniciativa estratégica que contribuye a un surtido de productos más atractivo es el programa 100% Nuestro, a través del cual apoyamos a pequeños y medianos empresarios regionales para que puedan comercializar sus productos en las tiendas de Unimarc. De esta forma, apoyamos a estos proveedores en el desarrollo de sus negocios, y al mismo tiempo, ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de comprar productos locales.

El éxito de estas iniciativas se ha visto reflejado en el sostenido aumento en el número de clientes y en la frecuencia de sus visitas a nuestras tiendas durante el año 2023, demostrando que estamos ofreciendo propuestas de valor atractivas que satisfacen las necesidades de nuestros clientes.



MEMORIA INTEGRADA 2023

El plan estratégico también incluye proyectos diseñados para mejorar la eficiencia y la productividad, para mitigar las presiones en gastos operacionales que enfrentamos. La disciplina en materia de gastos es algo que nos caracteriza, y hemos avanzado con nuevas tecnologías y procesos para mejorar la eficiencia en tiendas, logística y consumo energético.

Las mejoras de eficiencia, junto con la disciplina comercial, nos permitieron mantener un margen EBITDA sobre 9% en el año 2023, a pesar del complejo escenario macroeconómico y alcanzar un retorno sobre el patrimonio sobre el 10%.

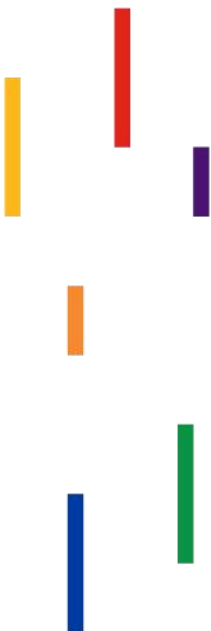
Adicionalmente, nuestra situación financiera se vio fortalecida, con una sólida generación de caja operacional. En 2023, por tercer año consecutivo, nuestra clasificación de riesgo mejoró, esta vez alcanzando la categoría AA- con perspectivas estables; y estamos iniciando el año 2024 con un importante excedente de caja, con lo cual tenemos mucha flexibilidad para afrontar el plan de inversiones y las obligaciones financieras.

Los avances que logramos en 2023 nos dejan bien posicionados para seguir con la implementación del plan en los próximos dos años, buscando alcanzar crecimiento rentable y sostenible a través de la consolidación de nuestra estrategia multiformato.

Aprovecho de agradecer a nuestros colaboradores por el esfuerzo y dedicación entregados en 2023, y los invito a mantener el entusiasmo y compromiso para enfrentar las oportunidades y desafíos del año 2024.

Un afectuoso saludo,

Marcelo Gálvez
Gerente General SMU S.A.



2

NUESTRA **COMPAÑÍA**



2.1 SMU EN UNA MIRADA: AÑO 2023

DESEMPEÑO ECONÓMICO 2023

INGRESOS
CLP

2.862 MMM

EBITDA
CLP

262 MMM

RESULTADO NETO
CLP

87MMM

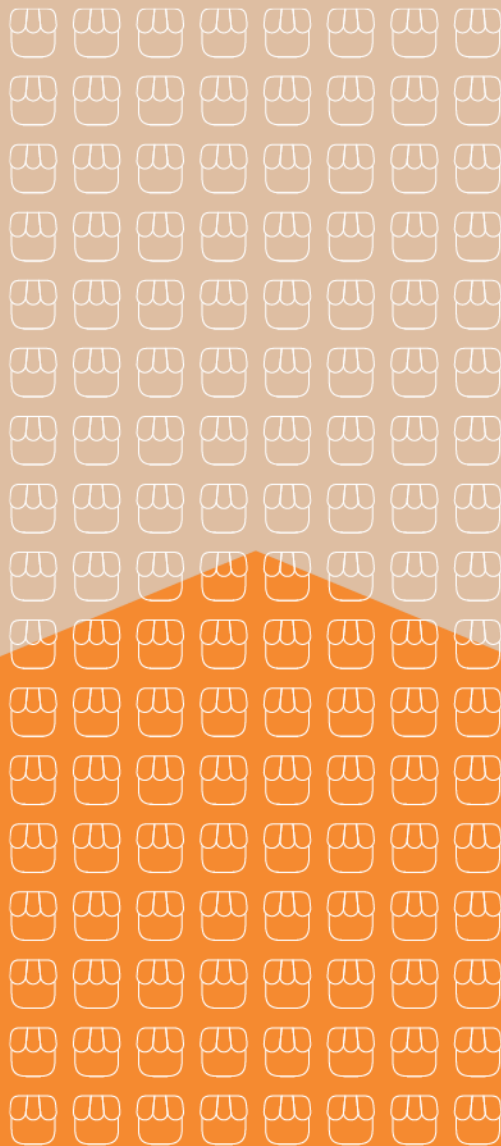
MEJORA DE CLASIFICACIÓN DE RIESGO LOCAL

FELLER RATE

AA- / ESTABLE

ICR

AA- / ESTABLE



APERTURAS 2023



9
locales



2
locales



2
locales



1
locales

420
LOCALES

ACTOR INDUSTRIA SUPERMERCADOS EN CHILE⁽¹⁾

30

— **17,3%**⁽²⁾

Cobertura de las 16 regiones de Chile

65% **35%**
15.339 **8.211**
MUJERES HOMBRES



23.550

COLABORADORES

NO DESPERDICIO DE ALIMENTOS

SE EVITÓ QUE

6.900TN

de alimentos fueran
a relleno sanitario



PROGRAMA 100% NUESTRO

DE NUESTROS
PROVEEDORES EL

76,5%

proviene de las
regiones de Chile



MARCAS PROPIAS

LANZAMIENTO DE

196

nuevos productos
en nuestras salas



EFICIENCIA ENERGÉTICA

SISTEMA DE GESTIÓN
DE ENERGÍA
bajo ISO 50001
implementado en

100%

de las instalaciones
operadas por
SMU Chile



Notas

(1) Estimaciones SMU

(2) Considera ventas segmento Supermercados Chile dividido por ventas de supermercados en Chile, según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

2.2 QUIÉNES SOMOS

EN SMU, **NUESTROS CLIENTES ESTÁN EN EL CENTRO**

de todo lo que hacemos, y por eso, todos los días, a través de las acciones y decisiones que tomamos, buscamos cumplir nuestro propósito corporativo: Con cercanía, hacemos la vida más fácil a nuestros clientes.

Con este propósito siempre presente, definimos nuestra estrategia de corto, mediano y largo plazo de manera de alcanzar nuestra visión corporativa: Ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y generar valor compartido para todos nuestros grupos de interés, de manera sostenible. El propósito y la visión de SMU proporcionan una ambición que enmarca las diversas actividades de nuestro negocio, dando sentido a las tareas cotidianas y recordándonos del impacto positivo que podemos generar en la sociedad.

NUESTRO **PROPÓSITO**

Con cercanía hacemos la vida más fácil a nuestros clientes.

NUESTRA **VISIÓN**

Ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y generar valor compartido para todos nuestros grupos de interés de manera sostenible.

NUESTROS **VALORES**

Seamos **cercanos**, trabajemos con **excelencia**, actuemos con **respeto** y honestidad, **colaboremos** hacia dentro y compitamos hacia afuera, movámonos con **agilidad**.

Otro aspecto fundamental para que podamos cumplir con nuestro propósito y construir el futuro de la Compañía son los valores que nos caracterizan: la Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad, denominados valores CERCA. Promovemos estos valores en todos los ámbitos de nuestra gestión, y contamos con diversas instancias para reconocer a los colaboradores que demuestran su compromiso con la cultura CERCA.



NUESTRO MODELO DE SOSTENIBILIDAD

Por otra parte, nuestro Código de Ética y Conducta de Negocios y nuestro Modelo Corporativo de Sostenibilidad forman la base de nuestra ejecución, entregando lineamientos éticos y trazando los ejes para una gestión sostenible:

GOBERNANZA

Mejores prácticas de gobierno corporativo

CULTURA DE LA INTEGRIDAD Y LA GESTIÓN ÉTICA

Gestión ética
Libre competencia
Prevención de infracciones Ley del Consumidor
Privacidad de datos

SOMOS UNA EMPRESA DE PERSONAS

Inclusión
Diversidad
Desarrollo de personas
Trabajo seguro
Relaciones laborales
Gestión de personas

EL CLIENTE AL CENTRO

Mejor experiencia de compra
Consumo responsable
Marketing y publicidad
Marcas propias

ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

Desarrollo de proveedores locales
Proveedores marcas propias

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

Desarrollo regional
Ser un buen vecino
Gestión de grupos de interés
RSE y aportes sociales

NOS PREOCUPAMOS POR EL MEDIO AMBIENTE

Cuidado del medioambiente
Gestión de residuos

DESEMPEÑO FINANCIERO

Crecimiento con rentabilidad

BUSCAMOS FORTALECER NUESTRA GESTIÓN EN FORMA PERMANENTE

con la adopción de mejores prácticas, incluyendo nuevas políticas, procedimientos y compromisos complementarios que son consistentes con nuestras convicciones. A modo de ejemplo, en nuestra Declaración de Derechos Humanos en la Empresa, se establece nuestro compromiso con los Principios Rectores sobre Empresa y Derechos Humanos de las Naciones Unidas, entre otras declaraciones y estándares internacionales.

Adicionalmente, somos participantes del Pacto Global de las Naciones Unidas, comprometiéndonos con el apoyo y desarrollo de los diez principios referentes a los derechos humanos, derechos laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción e impulsando los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Desde 2022, somos parte de las empresas que se comprometieron con la gestión de cinco criterios claves de sostenibilidad alineados con las disposiciones del Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD): Carbono Neutralidad; Biodiversidad, Derechos Humanos y Debida Diligencia; Inclusión y Diversidad; y Transparencia y Reportabilidad.

2.3 PRESENCIA GEOGRÁFICA

FORMATOS EN CHILE



● Unimarc

292
locales



● Mayorista 10

57
locales



● Super 10

7
locales



● Alvi

34
locales

PRESENCIA EN PERÚ



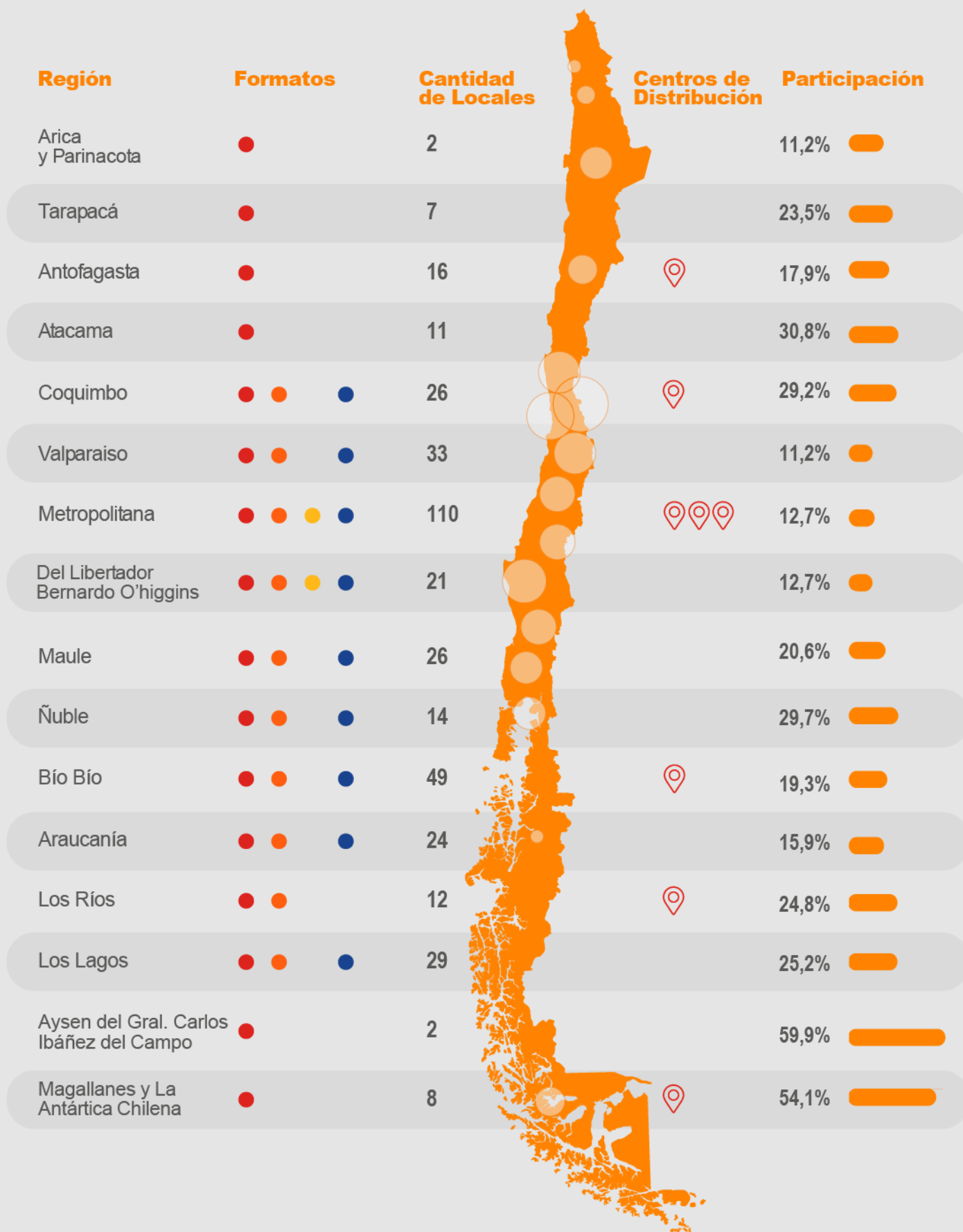
30
LOCALES

Formatos en Perú

Mayorsa 6 locales

Maxi ahorro 24 locales

PRESENCIA EN CHILE



2.4 NUESTRA HISTORIA

Unimarc es adquirido por el accionista controlador de SMU, el economista Álvaro Saieh y su familia. La cadena contaba con 40 tiendas a nivel nacional y un centro de distribución, además de un importante nivel de recordación de marca.

Alianza con Deca. El grupo controlador se asocia con la familia Rendic, propietaria de Deca, operador de una cadena de 20 supermercados ubicados en la III, IV y V Región del país.

● 2007

Nace SMU. Con la integración de la cadena Deca, todas las tiendas quedaron bajo la marca Unimarc. Las operaciones se consolidaron con la creación de una nueva compañía, SMU, constituida el 22 de febrero de 2008.

Adquisición de dos cadenas, Bryc y Mayorista 10. SMU adquiere la cadena Bryc, la que contaba con 48 supermercados ubicados en regiones del centro y sur del país, y la cadena Mayorista 10, permitiendo a SMU ampliar su red de negocios con el ingreso al mercado mayorista.

Primer plan estratégico trienal: El plan se enfocó en la generación de eficiencias y en la optimización de sus operaciones y se basó en tres pilares: fortalecimiento comercial, eficiencia operacional y fortalecimiento financiero y organizacional. Contempló la implementación de una estrategia comercial, la optimización del portafolio de tiendas; mejoras en la disponibilidad de productos en las tiendas, principalmente a través de mejoras en la eficiencia de la cadena logística, entre otras iniciativas; y el fortalecimiento de la posición financiera.

● 2008

2014 - 2016 ●

2009 - 2011 ●

Fuerte crecimiento inorgánico

En este período, SMU adquiere más de 40 cadenas minoristas regionales, incluyendo, entre otras: Abu Gosch, Alameda, Cofrima, Costa Sol, Korlaet y La Lica, además de las cadenas mayoristas Alvi y Dipac, las tiendas de conveniencia OK Market y el negocio de e-grocery Telemercados Europa. También expandió sus negocios hacia el extranjero, a través de las operaciones que Alvi tenía en Perú bajo la marca Mayorsa, y también de la compra de la cadena peruana MaxiBodega. Otro hito relevante fue la fusión, en 2011, con Supermercados del Sur, agregando un total de 111 nuevas salas y convirtiendo a SMU en la mayor empresa de retail de alimentos de Chile, medido por cantidad de tiendas. Adicionalmente, en el mismo año, ingresó al negocio de materiales para la construcción con la compra de la cadena Construmart.

Fuerte crecimiento orgánico: En el primer año de su plan estratégico 2023-2025, SMU comenzó a avanzar exitosamente con las iniciativas de crecimiento omnicanal, abriendo un total de 14 nuevas tiendas, incluyendo las primeras seis del proyecto Montserrat. Las aperturas correspondieron a los formatos Unimarc (9 locales), Alvi (2), Super10 (2) y MaxiAhorro (1), mostrando la consolidación de su estrategia multiformato. Otro hito relevante fue el relanzamiento de los programas de fidelización para Unimarc y Mayorista 10, bajo los nombres Club Unimarc y Club 10, respectivamente, sumando nuevos beneficios y alianzas. También destaca el avance en el programa de marcas propias, con el lanzamiento de nuevas marcas, agregando nuevas categorías. Por el lado financiero, el continuo fortalecimiento de la posición operacional y financiera de la Compañía llevó a una nueva mejora de la clasificación de riesgo, alcanzando categoría AA- con perspectivas estables, de parte de ambas clasificadoras. Además, se realizó la colocación de los bonos serie AP por UF 1,5 millones, permitiendo aplanar el perfil de vencimientos para los próximos años.

2023

Plan estratégico 2020-2022: El nuevo plan trienal tuvo foco en cuatro ejes centrales: crecimiento omnicanal, experiencia del cliente, eficiencia y productividad, y organización comprometida y sostenible. Se realizó un número importante de aperturas de los formatos Unimarc, Alvi y MaxiAhorro, además potenciando la estrategia multiformato con un nuevo formato soft discount bajo la bandera Super10. Asimismo, se avanzó en la estrategia online, con el lanzamiento de las plataformas online Unimarc.cl y Alvi.cl, mejorando cobertura y completitud de los pedidos, y la inauguración del primer centro robotizado de pedidos en Latinoamérica. También se avanzó en la estrategia de marcas propias, alcanzando más de 1.500 productos y 14 marcas especializadas.

Fortalecimiento financiero: Durante el período se materializó la venta del negocio de conveniencia, OK Market, permitiendo enfocarse en el negocio principal: Supermercados. Otros hitos relevantes del período fueron colocaciones de bonos locales (series AK, AL y AO) por un total de UF 7 millones y la mejora de la clasificación de riesgo de SMU, por parte de sus dos clasificadoras de riesgo, Feller-Rate e ICR, a categoría A+, con perspectivas estables.

2020 - 2022

2017 - 2019

Plan estratégico CIMA 2017-2019. Basado en seis pilares de desarrollo: experiencia del cliente, eficiencia operacional, organización alineada y comprometida, sostenibilidad, desarrollo tecnológico y fortalecimiento financiero.

Apertura en bolsa. Se concretaron múltiples acciones destinadas a fortalecer su estructura de capital y reducir endeudamiento. En enero de 2017 SMU se abre a la bolsa por aproximadamente US\$200 millones. En noviembre del mismo año, realiza un segundo aumento de capital, por aproximadamente US\$150 millones. En enero de 2018 se concretó un tercer aumento de capital por aproximadamente US\$122 millones. Estos aumentos de capital permitieron reducir significativamente la deuda. Asimismo, durante este período, colocó bonos locales (series G, K, P, T y W) por un total de UF 8,5 millones, permitiendo refinanciar deudas en mejores condiciones, generando ahorros relevantes en el gasto financiero.

Otro hecho relevante fue la venta de la filial Construmart S.A., lo que permitió a la Compañía enfocarse en su negocio principal, de supermercados.

2.5 NEGOCIO

SMU S.A. y sus filiales (en adelante, “SMU”, la “Compañía” o la “Sociedad”) es uno de los principales actores del retail supermercadista en Chile, con una participación de mercado de un 17,3% al 31 de diciembre de 2023, según las estimaciones de la Compañía. Busca satisfacer las necesidades de sus clientes finales y comerciantes a través de sus múltiples formatos con foco en alimentos: Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10 (definido como el segmento “Supermercados Chile”). La Compañía cuenta además con una creciente presencia en Perú, a través de dos marcas de tiendas, Mayorsa y Maxiahorro (definido como el segmento “Supermercados Perú”).

A través de su estrategia multiformato, SMU atiende a los diferentes grupos socioeconómicos, satisfaciendo las distintas necesidades y hábitos de compra de sus clientes. Por otra parte, su foco en la venta de alimentos—representando cerca del 98% de sus ventas—significa que su negocio es altamente defensivo, frente a escenarios económicos más adversos. La Compañía cuenta con una escala importante y una amplia cobertura geográfica, con ubicaciones estratégicas a lo largo de Chile. Sus operaciones son soportadas por una plataforma operacional y tecnológica integrada, que incluye una red logística con centros de distribución ubicados a lo largo del país, y herramientas tecnológicas como SAP, reposición automática, *pricing*, inteligencia de negocios y CRM, entre otras.

Para desarrollar su negocio, SMU cuenta con diversas marcas, incluyendo sus múltiples formatos y sus programas de lealtad. Adicionalmente, la Compañía cuenta con un programa de productos de marcas propias con un amplio surtido de productos y 20 marcas especializadas (más información en la sección 7.1.2 Potenciando El Surtido).

Principales marcas



2.5.1

SUPERMERCADOS EN CHILE

SMU es uno de los principales actores del retail supermercadista en Chile, con operaciones en las 16 regiones del país

2.5.1.1 UNIMARC



Unimarc, el supermercado tradicional de SMU, es el canal de ventas de retail de alimentos más importante para SMU, representando aproximadamente el 67% de los ingresos en 2023.

Al 31 de diciembre de 2023, la Compañía contaba con 292 tiendas Unimarc, con una superficie de ventas total de 354.609 metros cuadrados y una superficie de venta promedio de, aproximadamente, 1.200 metros cuadrados por tienda. Durante el año, el formato abrió un total de nueve nuevas tiendas, en las regiones de Los Lagos, O'Higgins, del Maule y Metropolitana, así avanzando con su estrategia de crecimiento orgánico.

La propuesta de valor de Unimarc busca ofrecer a sus clientes un surtido de productos con una alta participación de perecibles que destacan por su frescura y calidad, además de sus atractivos precios, a través de una intensa actividad promocional, y con una experiencia de compra rápida y cómoda. El tamaño de sus salas, sus servicios y su oferta de productos se adaptan de acuerdo a las necesidades de sus clientes. Asimismo, para facilitar la gestión, cada local se asigna a un clúster, según su ubicación, tamaño, preferencias de sus clientes y otros factores operacionales.

La selección de productos que ofrecen las tiendas de Unimarc está enfocada principalmente en alimentos e incluye productos perecibles, tales como frutas y verduras, carnes blancas y rojas y lácteos, así como abarrotes, productos congelados, vino y licores, productos para el aseo y algunos productos non-food (estos últimos representan menos del 3% de las ventas en este formato). El surtido de productos por tienda es de un promedio de aproximadamente 6.500 SKUs. Se define el surtido de cada local de acuerdo al clúster al que pertenece.

La estrategia de precios de Unimarc se basa en una alta actividad promocional y comunicación publicitaria, alineada con las necesidades y preferencias de sus clientes. La implementación de esta estrategia ha permitido a la Compañía diferenciarse con respecto a la competencia. Como parte de la estrategia promocional, para ayudar a sus clientes a maximizar su presupuesto familiar en el contexto del complejo escenario económico, durante 2023 Unimarc potenció su campaña *la Ruta del Ahorro*, ofreciendo descuentos en productos básicos.

Otro hito relevante de 2023 para este formato fue el relanzamiento de su club de fidelización, bajo el nombre *Club Unimarc*, poniendo foco en la entrega de beneficios inmediatos y nuevas alianzas que permiten ofrecer descuentos en diversos servicios. Este club es una parte clave de la propuesta de valor de Unimarc, permitiéndole mejorar la experiencia de sus clientes, a través de atractivas ofertas personalizadas y otros beneficios.

Para asegurar la disponibilidad de los productos que sus clientes buscan, durante 2023, Unimarc también avanzó con iniciativas de eficiencia operacional, incluyendo la implementación de su modelo operativo eficiente, con foco en la reposición eficiente y mayor frecuencia de abastecimiento, alcanzando más de 150 locales al final del año.

Los principales competidores de Unimarc son: Lider (Walmart), Santa Isabel (Cencosud), Jumbo (Cencosud) y Tottus (Falabella).

2.5.1.2 **MAYORISTA 10**



El formato Mayorista 10 está enfocado en ofrecer productos a precios bajos.

Al 31 de diciembre de 2023, la Compañía contaba con 57 tiendas Mayorista 10, ubicadas entre la Región de Coquimbo y la Región de Los Lagos. La propuesta de valor de Mayorista 10 se basa en ofrecer precios bajos a clientes finales y comerciantes. Sus costos operacionales, como porcentaje de sus ventas, son menores con respecto a las tiendas de Unimarc. Estos menores costos operacionales se obtienen a través de manejar un menor surtido y, además, una propuesta más austera en términos de la inversión publicitaria, imagen de las tiendas y sofisticación del servicio. Adicionalmente, se reducen los costos de reposición de mercadería pues muchos de los productos se reponen directamente en su embalaje de origen, lo que requiere menos trabajo de manipulación de mercadería. Esto permite transferir dichas

MEMORIA INTEGRADA 2023

eficiencias, ofreciendo precios más atractivos. Las tiendas Mayorista 10 son, en promedio, de 1.300 metros cuadrados.

El surtido de productos de Mayorista 10 permite una compra completa de un hogar, pero con menos variedad en comparación con Unimarc en términos de marcas y tamaños de productos ofrecidos. En promedio, el surtido de productos de Mayorista 10 es de aproximadamente 3.200 SKUs por tienda.

El principal competidor de Mayorista 10 es Super Bodega aCuenta (Walmart), además de otros supermercados minoristas y mayoristas.

2.5.1.3 SUPER10



El formato Super10 se lanzó en el año 2021 como una nueva propuesta de valor *soft discount*.

Al 31 de diciembre de 2023, la Compañía operaba siete tiendas Super10, ubicadas en la Región Metropolitana y la Región de O'Higgins. SMU inauguró la primera tienda de este formato en agosto de 2021, para seguir profundizando su estrategia multiformato con una oferta *soft discount*, y durante 2023 sumó tres tiendas adicionales a la operación. Super10 brinda una buena experiencia de compra con un surtido optimizado que permite la adquisición completa de productos perecibles, abarrotes y perfumería. La eficiencia y productividad del modelo operacional permiten reducir costos para así ofrecer precios atractivos.

Este formato busca satisfacer las necesidades de consumidores finales de todos los segmentos, y permite completar tanto compras de abastecimiento como de reposición. Su surtido ofrece calidad a precios convenientes, con una fuerte presencia de productos de marcas propias de la Compañía.

El diseño de sus locales considera un tamaño de la sala de ventas de aproximadamente 1.200 metros cuadrados en promedio, sin la existencia de un espacio de bodega. En promedio, el surtido de productos de Super10 es de 3.600 SKUs por tienda aproximadamente.

Super10 compite con supermercados tradicionales y económicos.

2.5.1.4
ALVI

Alvi es un supermercado mayorista de autoservicio, orientado a clientes comerciantes.

Al 31 de diciembre de 2023, la Compañía contaba con 34 tiendas Alvi, ubicadas entre la Región de Coquimbo y la Región de Los Lagos, y en promedio son de aproximadamente 1.300 metros cuadrados. Estas tiendas incluyen dos nuevas aperturas del año 2023, ubicadas en las comunas de Peñalolén y El Bosque, en la Región Metropolitana. Además de la venta presencial en sus tiendas, desde 2022 Alvi ofrece la opción de comprar a través de la app Club Alvi Compras y la página web Alvi.cl, permitiendo a los socios hacer compras online y recibir los productos en sus comercios, abasteciendo de esta manera sus propios negocios sin desatender a sus clientes.

Alvi busca entregar una propuesta integral de compra dirigida preferentemente a comerciantes dueños de almacenes, botillerías, panaderías, pastelerías, hoteles, restaurantes, casinos e instituciones. Esta oferta consta de un surtido de productos promedio de aproximadamente 3.200 SKUs por tienda en categorías relevantes para la canasta de compra de los comerciantes y en algunas categorías con productos especialistas y con empaques de mayor volumen orientados a restaurantes e instituciones.

Con respecto a la estrategia de precios, se busca ofrecer precios al por mayor, con uno, dos y hasta tres niveles de precios para cada producto, según la cantidad de unidades que compre el cliente, partiendo desde precio unitario o una cantidad mayor de unidades.

Para poder identificar a sus clientes comerciantes y entender mejor sus necesidades, Alvi cuenta con un club de fidelización, Club Alvi, que ofrece una amplia gama de beneficios, pudiendo sus socios acceder a precios preferenciales, descuentos personalizados, capacitaciones y otros servicios relacionados con las necesidades de sus negocios. Este Club busca en primer lugar identificar y entender el comportamiento de compra de los clientes comerciantes, y, en segundo lugar, fidelizarlos.

Un hito importante del año 2023 fue el Encuentro de Socios de Alvi, donde más de 6 mil comerciantes del Club Alvi pudieron relacionarse con más de 35 proveedores y 80 grandes marcas. Con esta actividad, Alvi buscó generar valor para sus socios

comerciantes, ayudándoles a conocer nuevos productos y surtidos que les permitirán hacer crecer sus negocios.

Los principales competidores de Alvi son Fruna, Central Mayorista (Walmart), Comercial Castro y La Oferta, entre otros.

2.5.1.5 VENTA DE ALIMENTOS ONLINE



SMU realiza la venta de alimentos online a través de plataformas propias, así como también a través de alianzas con *last milers*

SMU ha desarrollado una estrategia e-commerce centrada en sus clientes de diferentes segmentos para satisfacer sus necesidades en distintos momentos, al mismo tiempo buscando crecer y rentabilizar el negocio. Esta estrategia se base en un enfoque híbrido, donde se combinan canales de venta propios y alianzas con terceros.

En el caso de Unimarc, el formato e-grocery está orientado principalmente a clientes finales de los grupos socioeconómicos A, B, C1, C2 y C3. Los clientes que compran online buscan completitud de sus pedidos, una entrega en el horario acordado, y un excelente servicio, además de una experiencia de compra rápida y fácil. Estos clientes compran en dos modalidades—la compra planificada y la compra express—y la estrategia híbrida de SMU le permite hacerse cargo de ambas. Su plataforma Unimarc.cl y la App de Unimarc están diseñadas con foco en las compras planificadas, y ofrecen los servicios de despacho a domicilio y puntos de retiro. Por otra parte, a través de alianzas con los *last milers* Pedidos Ya y Rappi, la Compañía cubre las compras express. Asimismo, SMU tiene una alianza con Mercado Libre, el marketplace online más visitado de Chile, representando un canal de ventas online adicional para Unimarc.cl. Las ventas online representaron un 2,8% de las ventas en tiendas de Unimarc con operaciones online en 2023.

La Compañía también cuenta con una propuesta online para sus clientes comerciantes: desde 2022 cuenta con la página Alvi.cl y la app Club Alvi Compras, ofreciendo a los socios comerciante del Club Alvi la opción de realizar sus compras de manera online y recibirlas en su negocio.

2.5.1.6 **LOGÍSTICA**

SMU utiliza dos sistemas para la entrega de productos a sus tiendas de retail de alimentos en Chile: distribución a través de los proveedores, quienes entregan los productos directamente a cada una de las tiendas, y distribución centralizada, en que los proveedores entregan los productos a los diferentes centros de distribución de la Compañía, y ésta posteriormente distribuye los productos a sus tiendas.

SMU cuenta con nueve centros de distribución ubicados a lo largo de Chile, los que abastecen a las tiendas de Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10. Los centros de distribución que manejan el mayor volumen de productos son los de Lo Aguirre (en Santiago) y Coquimbo. Estos centros utilizan un sistema de cross-docking para optimizar los despachos de productos perecibles y también para suministrar a los otros centros de distribución.

Para los servicios de transportes, la Compañía trabaja con contratistas externos, a través de contratos que generalmente tienen una duración de doce meses, sujetos a renovación, e incluyen una tarifa ajustable de acuerdo a los precios del petróleo e índices de inflación.

La centralización de la distribución permite lograr eficiencias operativas, especialmente considerando las características geográficas de Chile. Los proveedores pueden entregar sus productos a nueve ubicaciones centralizadas, en lugar de hacerlo a las tiendas individuales en sus múltiples localizaciones en todo el país. En general los proveedores transfieren a la Compañía los ahorros obtenidos a partir de la reducción en su costo logístico, y de esta manera se compensa el mayor costo incurrido por SMU.

Una mayor centralización de la distribución permite una mejor gestión de la cadena de suministro, debido a que la Compañía puede programar los despachos de acuerdo a las necesidades de cada tienda. Asimismo, facilita una mejor administración de inventarios, aumentando la disponibilidad de productos en las tiendas y disminuyendo la merma. La mayor disponibilidad de productos permite un mejor servicio a los clientes, potenciando la venta, beneficiándose tanto los proveedores como SMU. Durante los últimos años, la Compañía ha realizado mejoras de procesos y expansiones de su red logística para permitir un mayor abastecimiento centralizado y así captar estos beneficios.

En los últimos años, SMU ha potenciado sus operaciones logísticas a través de iniciativas de expansión y optimización. Durante 2023, la Compañía expandió la cobertura de Luminat—una herramienta de planificación de demanda que utiliza inteligencia artificial para generar forecasts de alta precisión a nivel SKU, tienda y día, optimizando la reposición automática, mejorando la disponibilidad de productos y reduciendo la merma—para incluir categorías adicionales. También continuó con la implementación del sistema de *voice picking*, mejorando la eficiencia en procesos de preparación de pedidos al interior de los centros de distribución, reduciendo los tiempos en un 21%. Asimismo, empezó a realizar despachos entre centros de distribución y tiendas utilizando camiones eléctricos, alcanzando un 2% de los despachos, avanzando hacia su meta del 10% al año 2025.

2.5.2 SUPERMERCADOS EN PERÚ



Las operaciones de SMU en Perú representaron el 2% de los ingresos de SMU en 2023.

Al 31 de diciembre de 2023, la operación de SMU en Perú cuenta con 30 tiendas, que operan tanto en Lima como en otras provincias del país, en particular en el departamento de Piura, situado en el norte del país. La operación en Perú es desarrollada a través de dos formatos: supermercados económicos, que operan con la marca Maxiahorro y se enfocan en consumidores finales, y supermercados mayoristas, con la marca Mayorsa y se enfocan en comerciantes. Las tiendas tienen una superficie de venta promedio de aproximadamente 600 metros cuadrados por local, las cuales se abastecen en un 60% a través de un centro de distribución ubicado en el distrito de Punta Hermosa, al sur de Lima Metropolitana.

Para el año 2024, se contempla la inauguración de un nuevo centro de distribución en el norte del país que abastecerá de manera más eficiente al creciente número de tiendas del departamento de Piura. Asimismo, la Compañía continuará con su plan de crecimiento orgánico para el formato Maxiahorro, potenciando una propuesta de valor competitiva, atractiva y diferenciada, enfocada en consumidores del grupo socioeconómico B-C. Las tiendas ofrecen un surtido eficiente, suficientemente amplio para cubrir todas las necesidades de compra de alimentos de los clientes, dando especial énfasis en los productos perecibles, incluyendo secciones de panadería y pastelería y de comida *ready to eat*. Lo anterior, sumado a un surtido de abarrotes completo.

Al igual que los formatos que operan en Chile, Mayorsa y Maxiahorro también cuentan con un programa de lealtad, el Club Ahorro, representando una herramienta

importante para diferenciarse y satisfacer las necesidades de sus clientes con surtidos y promociones atractivas y relevantes.

2.5.3

OTROS SERVICIOS

SMU ofrece distintas soluciones en servicios transaccionales y medios de pago que buscan mejorar la experiencia de compra del cliente. En el ámbito de medios de pago, SMU posee su propia Giftcard, la que permite compras en todos los formatos de la Compañía con tiendas físicas en Chile y así como en unimarc.cl.

Adicionalmente, SMU cuenta con la tarjeta de crédito “Unipay” la cual permite realizar compras de sus clientes en las tiendas de Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, y próximamente estará disponible en unimarc.cl

También se aceptan las principales tarjetas de alimentación del mercado, incluyendo la tarjeta de la Junta Nacional de Auxilio Escolar y Becas (“JUNAEB”) en los locales de Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10.

A inicios del 2023, se habilitó la billetera de Mercado Pago para compras a través de QR en Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, lo que va en línea con el propósito corporativo de hacerle la vida más fácil a sus clientes, con foco en la digitalización y el desarrollo de nuevas funcionalidades.

En cuanto a los servicios transaccionales, SMU cuenta con recargas de telefonía y televisión, así como venta de juegos de azar. Adicionalmente, ofrece el servicio de envíos de dinero al exterior a través de una alianza con la empresa Echange. A través de su coligada Unired, ofrece el pago de servicios a más de 160 empresas de servicios tales como agua, luz, gas, televisión, telefonía celular y fija, autopistas y educación, entre otros.

2.5.4

PROPIEDADES E INSTALACIONES

Las propiedades e instalaciones de SMU al 31 de diciembre de 2023 incluyen 390 tiendas en Chile: 292 locales de Unimarc; 57 locales de Mayorista 10; siete locales de Super10; y 34 locales de Alvi. Adicionalmente, cuenta con 30 tiendas en Perú: 24 locales de Maxiahorro y seis locales de Mayorsa. Asimismo, cuenta con nueve centros de distribución para el negocio de retail de alimentos en Chile—ubicados en Antofagasta, Coquimbo, Santiago (donde hay tres), Concepción, Puerto Montt,

Coyhaique y Punta Arenas; un centro de distribución en Lima, Perú; y la oficina central, ubicada en Santiago. SMU arrienda todas sus propiedades e instalaciones, con la excepción de una tienda propia en Chile y cuatro en Perú. Los contratos de arrendamiento son de largo plazo, y en la mayoría de los casos, por las características de cada contrato de arrendamiento, se clasifican como leasing financiero para efectos contables, de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”). También hay algunas que se adquirieron a través de leasing financiero directamente.

2.6 ESTRATEGIA

SMU busca cumplir con su propósito corporativo, de hacerle la vida más fácil a sus clientes, y con su visión corporativa, de ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de sus clientes y generar valor compartido para todos sus grupos de interés, de manera sostenible. Para ello, la Compañía desarrolla su estrategia a través de procesos de planificación que se describen a continuación.

La planificación estratégica de SMU se lleva a cabo a partir de planes trienales que se diseñan para responder a las oportunidades de mercado y tendencias de industria que la Compañía ha identificado en diferentes ejes de acción, los cuales se describen más abajo. Cada eje cuenta con iniciativas diseñadas para abordar estas oportunidades, y el seguimiento de los avances se realiza en función de objetivos cuantitativos.

En paralelo a esta planificación a mediano plazo, la Compañía realiza una planificación a cinco años para los procesos de desarrollo inmobiliario y logístico, para asegurar la disponibilidad de ubicaciones para nuevas tiendas y la infraestructura necesaria para abastecerlas.

Asimismo, el plan de inversiones se aprueba en forma anual, y adicionalmente se realiza un seguimiento durante el año para evaluar potenciales cambios en las condiciones y resultados esperados de cada proyecto. El plan de inversiones incluye tanto proyectos estratégicos, así como también, proyectos no estratégicos que son necesarios para la continuidad operacional, tomando en consideración las vidas útiles de los principales activos.

Todas estas instancias de planificación son revisadas y aprobadas por el Directorio.

2.6.1

PLAN ESTRATÉGICO 2023-2025

El plan estratégico de SMU para el período 2023 a 2025, aprobado y anunciado en noviembre de 2022, se basa en cuatro ejes: experiencia del cliente, crecimiento omnicanal, eficiencia y productividad y organización comprometida y sostenible, además de contemplar capacidad financiera y tecnología y digitalización como habilitadores transversales fundamentales para lograr la exitosa implementación de los cuatro ejes. Este plan mantiene la misma estructura de ejes que el plan anterior, del período 2020-2022, permitiendo a la Compañía seguir avanzando sobre la base de sus fortalezas: una estrategia multiformato enfocada en alimentos, un profundo conocimiento de las necesidades de sus clientes y una gran cobertura geográfica.

Plan Estratégico SMU 2023-2025



2.6.1.1

CRECIMIENTO OMNICAL

En el eje de **Crecimiento Omnicanal**, SMU tiene planes de abrir 43 nuevas tiendas de Unimarc, Super 10 y Alvi en Chile y 15 tiendas de Maxiahorro en Perú. Las aperturas en Chile permitirán a la Compañía aumentar su cobertura geográfica, entrando en nuevas comunas y creciendo en regiones donde tiene menor participación de mercado. Las aperturas en Perú, por su parte, se concentrarán en el norte del país. Adicionalmente, SMU convertirá 14 tiendas Mayorista 10 al nuevo formato Super10 y remodelará 78 tiendas de Unimarc y Alvi.

MEMORIA INTEGRADA 2023

Asimismo, para potenciar su oferta online, ofrecerá más alternativas de entrega, a través de la habilitación de nuevos Puntos de Retiro para Unimarc.cl, y aprovechará su Centro Robotizado de Pedidos para mejorar la experiencia de sus clientes, con la entrega de pedidos más completos y en el tiempo requerido.

Durante 2023, la Compañía logró un avance muy importante en su plan de crecimiento orgánico, abriendo un total de 14 tiendas en los formatos Unimarc (nueve), Alvi (dos), Super 10 (dos) y Maxiahorro (una). Para 2024, se espera un número aún mayor de nuevas aperturas.

2.6.1.2 **EXPERIENCIA DEL CLIENTE**

Las iniciativas en materia de **experiencia del cliente** están enfocadas en aprovechar el conocimiento de los clientes y la analítica avanzada para potenciar la propuesta de valor en cada formato. Los programas de fidelización representan una herramienta muy relevante para mantener el contacto con los clientes y ofrecerles promociones y surtidos atractivos, así como también para entender sus necesidades y preferencias en un escenario cambiante.

En este sentido, un hito relevante del año 2023 fue el relanzamiento del programa de fidelización en el formato Unimarc, bajo el nombre Club Unimarc, poniendo foco en la entrega de beneficios inmediatos y nuevas alianzas que permiten ofrecer descuentos en diversos servicios.

Asimismo, la Compañía continuó con el desarrollo de su programa de productos de marcas propias, para satisfacer otro elemento importante en la experiencia del cliente: encontrar un surtido de productos de buena calidad y a precios convenientes. Durante 2023, SMU lanzó nuevas marcas especializadas, alcanzando un total de 20, además de cerca de 200 productos nuevos. También avanzó hacia su meta de empaques reciclables para productos de marcas propias, alcanzando un 19% del surtido, comparado con un 11% en 2022 y una meta de 50% al año 2025.

2.6.1.3

EFICIENCIA & PRODUCTIVIDAD

La eficiencia operacional es un foco estratégico para SMU que se ha fortalecido en cada uno de sus planes trienales. Su objetivo principal es controlar los gastos operacionales y mejorar la disponibilidad de los productos en los locales, a través de la digitalización, el rediseño de procesos y la incorporación de herramientas tecnológicas, tanto en sus tiendas como en su red logística.

Durante 2023, en el ámbito de procesos en tiendas, la Compañía avanzó con la implementación del modelo operativo Unimarc, donde a través de mayor centralización logística y reposición eficiente, se mejoró la disponibilidad de productos. Al cierre del año, este modelo estaba implementado en más de 150 tiendas del formato. Asimismo, la implementación de nuevos módulos de auto servicio permitió mejorar la experiencia en caja.

Con respecto a los procesos logísticos, la tecnología ha tenido un rol importante, y en 2023, la Compañía expandió la cobertura de dos herramientas claves. Se sumaron nuevas categorías de productos a Luminare, una herramienta de planificación de demanda que utiliza inteligencia artificial para generar proyecciones de alta precisión, permitiendo una mejor reposición automática, lo que ayuda a potenciar la venta con mayor disponibilidad de productos, además de evitar el desperdicio de alimentos, con reducciones en la merma. Adicionalmente, se implementó el sistema de voice picking en nuevos centros de distribución, impulsando la eficiencia en la preparación de pedidos.

Este eje también contempla iniciativas de eficiencia energética, buscando optimizar la gestión y costo de su consumo energético. Durante 2023, se implementó un Sistema de Gestión de Energía bajo la norma ISO 50001 en el 100% de las instalaciones operadas por SMU Chile. Adicionalmente, se incorporó la electromovilidad en el abastecimiento de locales desde centros de distribución, alcanzando un 2% de los despachos del año.

2.6.1.4

ORGANIZACIÓN COMPROMETIDA Y SOSTENIBLE

Para SMU, la sostenibilidad tiene que ver con la mirada a futuro de la Compañía, y la capacidad de gestionar de forma integral su desempeño económico, social y ambiental. Bajo esta mirada, su plan estratégico contempla iniciativas enfocadas en el cuidado del medioambiente y la creación de valor compartido. Asimismo, contar con una organización comprometida es fundamental para alcanzar los objetivos y cumplir el propósito de negocio.

Si bien todos los ejes del plan incorporan el Modelo de Sostenibilidad Corporativo de SMU, el eje **Organización Comprometida y Sostenible** busca impulsar iniciativas relacionadas como la creación de valor compartido, el cuidado del medioambiente y el compromiso con la diversidad e inclusión.

Con respecto al cuidado del medioambiente, y como parte de su preocupación por el cambio climático, SMU ha buscado cuantificar y gestionar su huella de carbono, obteniendo nuevamente en 2023 el sello *Huella Chile de Cuantificación* y el sello *Huella Chile de Reducción*. Una iniciativa muy relevante para evitar emisiones de gases de efecto invernadero es la reducción del desperdicio de alimentos, con el programa Pronto Consumo y la donación y transformación de alimentos. A través de estas iniciativas, en 2023 se evitó que 6.900 toneladas de alimentos se destinaran a rellenos sanitarios. Además, esta cifra incluye 641 toneladas de alimentos que fueron donados a más de 170 mil personas en situación de vulnerabilidad alimentaria.

Como parte de su visión de generar valor compartido para sus grupos de interés, SMU promueve el desarrollo de proveedores PYMEs—al mismo tiempo proporcionando un atractivo surtido de productos regionales a los clientes de Unimarc—a través de su programa 100% Nuestro. Este programa incluye un surtido de más de 900 productos locales, y el formato busca dar mayor visibilidad a estos productos a través de espacios de venta exclusivos en las tiendas, sumando 110 nuevos espacios en 2023.

2.6.2

PLANES DE INVERSIÓN

Durante 2023, las inversiones de SMU alcanzaron un total de \$95 mil millones y se destinaron a iniciativas incluyendo nuevas aperturas, remodelaciones, compras de terreno para desarrollo futuro, mejoras en productividad, desarrollo del e-commerce, la implementación de nuevos módulos para SAP que permitirán mejoras de eficiencia operacional y renovaciones de activos, entre otras. Las inversiones del año 2023 se financiaron utilizando flujos operacionales.

En noviembre de 2022, el Directorio de SMU aprobó el plan estratégico para el período 2023-2025, que contempla inversiones por aproximadamente \$265 mil millones, de los cuales, aproximadamente el 50% se destinarán a proyectos de crecimiento omnicanal, y aproximadamente el 25% a proyectos de eficiencia y productividad. El restante 25% se destinará a inversiones relacionadas con la continuidad operacional.

Asimismo, en diciembre de 2023, el Directorio aprobó el plan de inversiones para el año 2024, por un monto de aproximadamente \$120 mil millones. Cerca del 60% de este monto se destinaría a proyectos estratégicos de crecimiento omnicanal, incluyendo nuevas aperturas, remodelaciones, potenciales compras de terrenos y el desarrollo del e-commerce. El plan también contempla inversiones en iniciativas de eficiencia y de continuidad operacional, incluyendo la renovación de activos y la implementación de nuevos módulos para SAP. Dichas inversiones se financiarán principalmente utilizando los flujos operacionales de la Compañía. Cabe mencionar que tanto los proyectos como el monto total de inversión asociados con el plan están siempre sujetos a modificaciones, pudiendo ser afectados por factores endógenos o exógenos que afecten el desarrollo del negocio.

2.6.2.1 INNOVACIÓN

Como parte de su estrategia, SMU busca nuevas oportunidades para mejorar la experiencia de sus clientes y optimizar sus operaciones a través de la innovación, formando parte de su plan de inversiones. Durante 2023, la inversión en innovación alcanzó aproximadamente \$1.300 millones, incluyendo iniciativas como la culminación de las inversiones del primer centro robotizado de pedidos e-commerce de Latinoamérica, además de pilotos como tesorería digital, gestión digital en góndola y solución integral de producción.

Con el objetivo de seguir desarrollando y piloteando nuevas ideas que pudiesen generar valor, internamente la Compañía promueve un programa denominado **Tu Idea La Lleva**, el que invita a colaboradores a postular con ideas relacionadas con experiencia de clientes, excelencia operacional, disminución de la brecha y sostenibilidad. Un caso de éxito de este programa fue la iniciativa “Plataforma Digital+”. Esta idea permite generar canastas sugeridas para el cliente en los canales digitales de compra de SMU, considerando las compras presenciales realizadas anteriormente, simplificando y otorgando rapidez al proceso de compra digital. Esta iniciativa va de la mano con el propósito de la Compañía de hacer la vida más fácil a sus clientes.



2.7 INDUSTRIA DE SUPERMERCADOS

2.7.1

MERCADOS EN LOS QUE OPERA SMU

SMU opera supermercados y otras tiendas de retail de alimentos en Chile y Perú. Durante el año 2023, los ingresos de las operaciones en Chile representaron el 98% de los ingresos consolidados de la Compañía, mientras que los ingresos de las operaciones en Perú representaron el 2%. En estos países, la población total es de, aproximadamente, 53,7 millones de personas, de acuerdo a la agencia de estadísticas de cada país al 31 de diciembre de 2023.

Chile es el mercado más importante en términos de ingresos de las actividades ordinarias para SMU. La población de Chile al 31 de diciembre de 2023 es de, aproximadamente, 20,0 millones de habitantes, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas (“INE”). El país experimentó una disminución del PIB de 6,1% en 2020, y luego crecimientos de 11,3% en 2021, 2,1% en 2022 y 0,2% en 2023, según lo informado por el Banco Central de Chile. Los salarios reales de Chile incrementaron 1,1% en 2020, disminuyeron 0,3% en 2021, 1,7% en 2022 y aumentaron 3,6% en 2023, mientras que la tasa de desempleo fue de 10,3% en 2020, 7,2% en 2021, 8,0% en 2022 y 8,5% en 2023, de acuerdo al INE.

El índice de precios al consumidor (IPC) de Chile aumentó 3,0% en 2020, 7,2% en 2021, 12,8% en 2022 y 3,9% en 2023. El índice de precio de alimentos (IPA) de Chile aumentó 7,6% en 2020, 5,5% en 2021, 24,7% en 2022 y 5,2% en 2023, de acuerdo al INE.

Perú tiene una población de, aproximadamente, 33,7 millones de habitantes, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) al 31 de diciembre de 2023. El país experimentó una disminución del PIB 11,1% en 2020, y luego un crecimiento de 13,6% en 2021, 2,7% en 2022 y una disminución del 0,1% en 2023, de acuerdo con el Banco Central de Reserva del Perú.

2.7.2

LA INDUSTRIA DE LOS SUPERMERCADOS EN CHILE

Al 31 de diciembre de 2023, de acuerdo al INE, la industria de supermercados en Chile estaba compuesta por 1.340 tiendas, incluyendo hipermercados, supermercados y otras tiendas de retail de alimentos con un mínimo de tres cajas. El INE estima que el tamaño de esta industria alcanzó \$16,1 billones a diciembre de 2023.

Los principales competidores que enfrenta SMU incluyen hipermercados, supermercados, tiendas mayoristas, almacenes, tiendas de conveniencia y mercados abiertos. En esta industria la competencia se basa principalmente en las ubicaciones de las tiendas, precios, surtido, calidad, atención al cliente y eficiencia en los procesos en un escenario competitivo.

Durante los últimos años, se han producido fuertes cambios en los hábitos de consumo de las personas en Chile. En 2020, el primer año de la pandemia, las restricciones impuestas por el gobierno para prevenir contagios generaron una fuerte reducción en el tráfico y flujo de las personas en las tiendas y, por ende, en el número de transacciones, acompañado por un aumento en el ticket promedio.

Hacia fines de ese año y durante 2021, con el levantamiento de restricciones y los avances en la vacunación de la población, estas tendencias se fueron revirtiendo, y se observó una fuerte recuperación en las transacciones que continuó en los años siguientes. Durante 2021, además se vio el impacto de la liquidez generada por iniciativas como los retiros de ahorros previsionales y el Ingreso Familiar de Emergencia, lo que impulsó el consumo discrecional, con mayores compras de productos no alimentarios en los supermercados, y también muchos consumidores mostraron una preferencia por productos de mayor sofisticación.

Durante 2022, producto de los altos niveles de inflación y la caída del PIB, las preferencias de los consumidores volvieron a ajustarse, esta vez hacia productos y canales de venta que facilitan el ahorro, tendencia que se profundizó en el año 2023. Los ingresos de las personas se vieron afectados por el complejo entorno económico, por lo que compraban en menores cantidades y buscaban sustituir productos por opciones más económicas. En el caso de SMU, estas conductas se vieron reflejadas en un menor ticket promedio; sin embargo, el número de clientes y el número de transacciones aumentó.

Con respecto a los canales de venta online, o e-grocery, luego del fuerte crecimiento que experimentó este segmento en 2020 y 2021 relacionado con la crisis sanitaria, en 2022 se comenzó a ver una desaceleración en el crecimiento, reactivándose el canal físico. Los clientes emplean canales físicos y digitales de manera compartida, buscando una propuesta de valor coherente en todos los canales.

Los principales competidores de SMU en Chile incluyen supermercados tradicionales, económicos e hipermercados. Según las estimaciones de la Compañía, Walmart Chile es la cadena de supermercados más grande de Chile en términos de ingresos, operando alrededor de 390 tiendas bajo las marcas Lider, Lider Express y Super Bodega aCuenta y Central Mayorista, según estimaciones de SMU. Cencosud es el segundo operador más grande en Chile en términos de ingresos, con aproximadamente 250 hipermercados y supermercados bajo las marcas Jumbo, y Santa Isabel 31 de diciembre de 2023. SMU es el tercer mayor operador en términos de ingresos, con 390 tiendas. Tottus es la cuarta cadena más grande en términos de ingresos, operando aproximadamente 70 hipermercados y supermercados.

El formato Alvi compite en el segmento de supermercados mayoristas, que incluye tiendas que abastecen a almacenes, restaurantes y consumidores finales. Este segmento opera en tres canales: tiendas de autoservicio (incluyendo Alvi), tiendas de mesón y distribuidores mayoristas. Adicionalmente, los proveedores distribuyen sus productos en forma directa a almacenes y restaurantes. Los principales competidores en este segmento al 31 de diciembre eran: Fruna, con alrededor de 60 tiendas de mesón y Central Mayorista, con alrededor de 10 tiendas de autoservicio, además de otros operadores pequeños.

Por su parte, las tiendas Mayorista 10 y Super10 compiten principalmente con Super Bodega aCuenta (Walmart), así como también con otros supermercados minoristas y mayoristas.

En el segmento e-commerce, SMU opera a través de las plataformas propias Unimarc.cl y Alvi.cl, además de las alianzas con terceros, incluyendo *last milers* como Pedidos Ya y Rappi, y el marketplace Mercado Libre. Los principales competidores de la Compañía también cuentan con sus propias plataformas online, así como también, alianzas con *last milers*.

Considerando sus diferentes formatos, en el caso de SMU, la participación del mercado de supermercados en Chile alcanzó un 17,3% en 2023.

2.7.3

LA INDUSTRIA DE LOS SUPERMERCADOS EN PERÚ

SMU está presente en el mercado de retail de alimentos de Perú a través de sus supermercados económicos, dirigidos al cliente final, bajo la marca Maxiahorro, y sus tiendas mayoristas, bajo la marca Mayorsa. De acuerdo a información financiera publicada por los otros actores de la industria y a las estimaciones de la Compañía, el tamaño de la industria de supermercados en Perú para el año 2023 se estimó en aproximadamente US\$5,7 mil millones, con lo que SMU Perú alcanzaría una participación de mercado de aproximadamente 1,4% al cierre del año.

Perú, en comparación con otras economías latinoamericanas, presenta una muy baja participación del canal moderno durante el año 2023, siendo el comercio tradicional, conformado por mercados, ferias, bodegas y almacenes, las que juegan un importante papel en esta industria. Durante 2023, el retail moderno se recuperó frente a la caída que mostró el año 2022 frente al canal tradicional, en línea con el moderamiento de la inflación a partir del segundo semestre del año; sin embargo, el poder adquisitivo de los consumidores del segmento B-C-D, quienes compran en formatos más económicos como los que opera SMU Perú, se vio afectado, por lo que aún se aprecia un comportamiento de compra bastante moderado, con mayor incidencia en los productos básicos y porciones pequeñas para el día a día.

Los principales actores del mercado de retail de alimentos en Perú se encuentran desarrollando el formato hipermercados y supermercados, donde los líderes del mercado son InRetail, con sus marcas Plaza Vea, Vivanda, Mass y Makro; Cencosud, a través de sus marcas Wong y Metro; y Falabella, con sus marcas Tottus e Hiperbodega Precio Uno.

Además, en los últimos años han crecido las tiendas de menor tamaño que ofrecen ubicaciones de mayor proximidad a los clientes, con un surtido reducido. Al cierre del año 2022, las tiendas Tambo cuentan con cerca de 400 tiendas; las tiendas Mass cuentan con más de 660 locales; y las tiendas OXXO (que ingresó al mercado en 2018) cuentan con cerca de 80 locales.

3.

SOSTENIBILIDAD EN SMU

SMU busca agregar valor económico, ambiental y social en **toda su actividad y líneas de negocio**, dentro de un marco de comportamiento corporativo integro y transparente.

La Compañía posee un modelo de sostenibilidad que abarca todas las áreas, el cual se soporta en el desarrollo continuo de sus colaboradores, fomento de trabajo responsable con sus proveedores y el impulso de mejoras continuas para responder a las exigencias de sus clientes.

Los avances de la gestión de sostenibilidad de SMU están alineados con 11 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible ("ODS") de la Agenda Global impulsada por las Naciones Unidas (ONU).



3.1 GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD

SMU tiene un enfoque integral de la sostenibilidad, sobre el cual se estructuró el propósito corporativo: “Con Cercanía, hacemos la vida más fácil a nuestros clientes”. La gestión sostenible del negocio tiene como base el Código de Ética y Conducta de Negocios, la Política de Sostenibilidad y el Modelo de Sostenibilidad Corporativo. Junto a esto, existe una Política Corporativa de Gestión Ambiental, orientada a prevenir, controlar y mitigar los impactos ambientales que pueden ocasionar las actividades propias de la operación.

La Política de Sostenibilidad define ocho ejes para la gestión de la sostenibilidad, los cuales forman la base para el Modelo de Sostenibilidad Corporativo: (1) Gobernanza; (2) Fomentar una cultura de la integridad y la gestión ética; (3) Somos una empresa de personas; (4) El cliente al centro; (5) Abastecimiento responsable; (6) Compromiso con la sociedad; (7) Nos preocupamos por el medio ambiente; (8) Desempeño financiero. En cada uno de los ejes, se han definido enfoques de gestión, correspondientes a los énfasis que se dará al trabajo en sostenibilidad dentro de la organización.

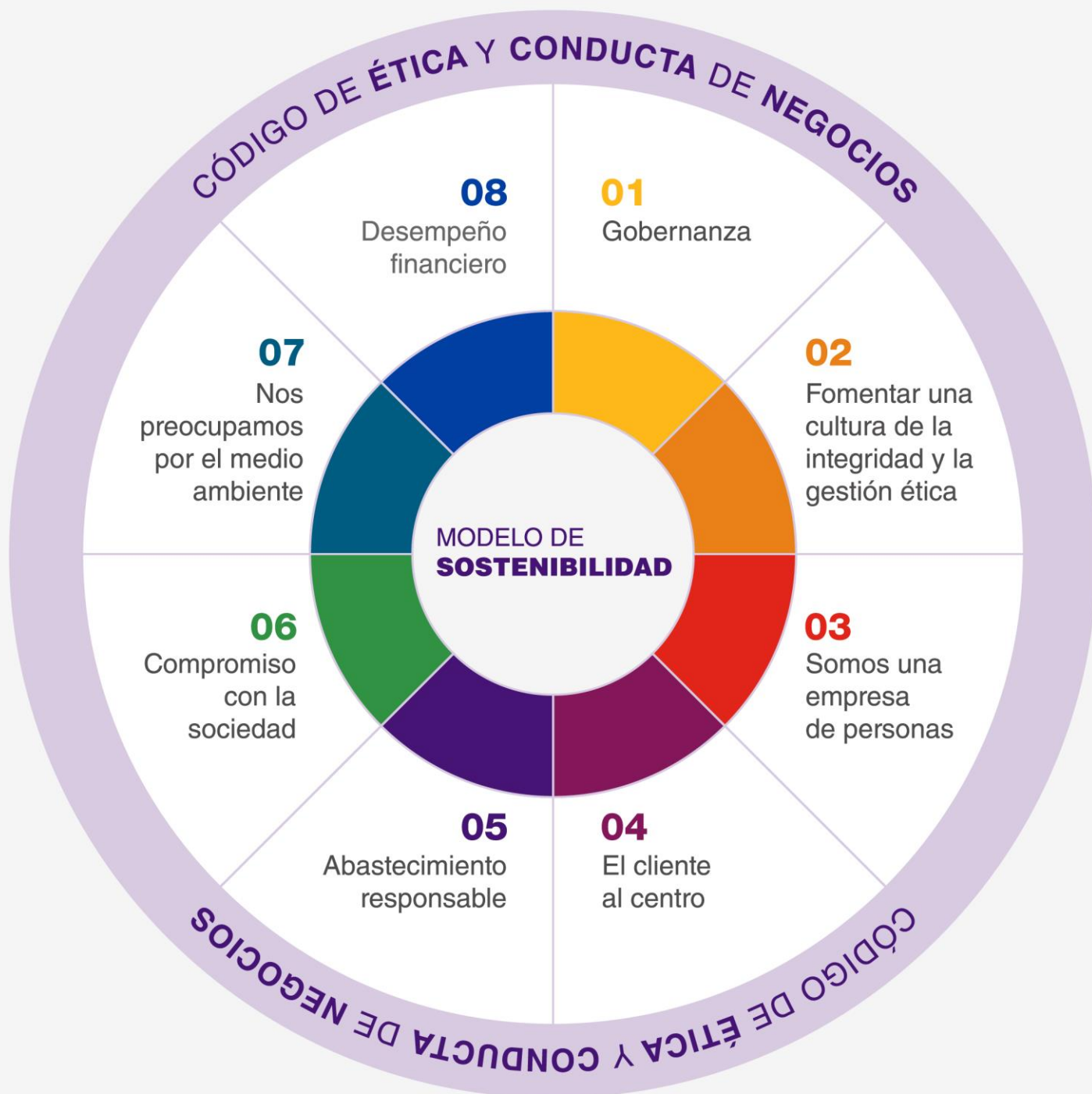
SMU cuenta además con un Comité de Sostenibilidad integrado por miembros del Directorio y de la Administración, cuyo propósito es establecer una gobernanza para la sostenibilidad que involucre a todas las áreas de la organización en el cumplimiento de los objetivos que se proponga. Para más información, ver sección 4.2.3.5 Comité de Sostenibilidad.

Como parte del compromiso de SMU con una gestión sostenible del negocio, ha adherido a iniciativas globales y locales, tal como se detalla en la sección 4.1 Estructura de Gobernanza. El compromiso con estas iniciativas desafía a SMU a seguir avanzando a ser cada día una empresa más sostenible, lo que se refleja en las iniciativas y proyectos que impulsa.

Tal como se detalla a lo largo de esta memoria integrada, la Compañía ha logrado avances importantes en iniciativas de diversidad e inclusión, abastecimiento responsable, debida diligencia en derechos humanos y cambio climático, abordando materias como empaques sostenibles, huella hídrica, no desperdicio de alimentos, y eficiencia energética. Asimismo, cuenta con objetivos cuantitativos que permitirán medir sus avances en los próximos años.


La Política Corporativa de Sostenibilidad define los lineamientos y criterios con que SMU gestiona la sostenibilidad, considerando un modelo amplio que cruza las distintas áreas de la Compañía


MODELO DE **SOSTENIBILIDAD**



Avances y Compromisos en Gestión Sostenible

Temas	Avances 2023	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
GOBERNANZA		
Mejores prácticas de gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> Estandarización de metodología de gestión de riesgos a nivel transversal dentro de la Compañía 	 <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> 16.4 16.10 16.5
CULTURA DE LA INTEGRIDAD Y LA GESTIÓN ÉTICA		
Gestión ética Libre competencia Protección al consumidor Privacidad de datos	<ul style="list-style-type: none"> Expansión del proceso de debida diligencia en derechos humanos a Alvi, M10, S10 y Perú. Auditoría nivel de madurez de prácticas de seguridad de la información: mejora 65% vs. 2021 Capacitación en prevención de acoso laboral y sexual a 88% de colaboradores. 	  <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.1 5.2 16.5 16.10
SOMOS UNA EMPRESA DE PERSONAS		
Inclusión & Diversidad Desarrollo de personas Relaciones laborales Gestión de personas	<ul style="list-style-type: none"> Certificación en la Norma Chilena N°3262 de Equidad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal en Servicios Logísticos Santiago y avanzando en un autodiagnóstico en Alvi Incremento participación de mujeres en operación logística a través de programa Operadoras Logísticas Certificación de CD Lo Aguirre como espacio laboral preventivo en consumo de drogas y alcohol 	     <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2 5.1 5.5 8.5 8.8 10.2 16.7

Temas	Avances 2023	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
CLIENTE AL CENTRO		
Mejor experiencia	<ul style="list-style-type: none"> Relanzamiento del club de fidelización bajo el nombre de Club Unimarc. Campañas promocionales que ayudan a optimizar el presupuesto familiar de los clientes. 	 <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1 12.5
Consumo responsable	<ul style="list-style-type: none"> Nueva plataforma para medir NPS, con información online y on time, y nuevas instancias para que clientes entreguen feedback 	
Marcas propias	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de marcas propias: 196 lanzamientos de productos y 19% del surtido con packaging reciclable (11% en 2022) 	

ABASTECIMIENTO RESPONSABLE		
Gestión de riesgos en cadena de abastecimiento	<ul style="list-style-type: none"> Programa de mentorías a 27 proveedores 100% Nuestro (en alianza con Simón de Cirene) Adhesión al Sello Mi Compromiso PYME de E&Y y Unión Emprendedora 	 <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.3 8.3 17.17
Desarrollo de proveedores locales	<ul style="list-style-type: none"> Charlas y talleres para pequeños proveedores de frutas y verduras (en alianza con INDAP) 110 nuevos espacios exclusivos para promover la venta de productos del programa 100% Nuestro 	

Temas	Avances 2023	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
COMPROMISO CON LA SOCIEDAD		
<p>Desarrollo regional</p> <p>Ser buen vecino</p> <p>RSE y aportes sociales</p>	<ul style="list-style-type: none"> Implementación proyecto Sanamente: incentiva la alimentación consciente Campaña Unidos 2023: apoyo a dos fundaciones. Campaña Teletón 2023: aporte de \$1.386 millones Fondo de Vinculación Comunitaria “Tu Idea, Nuestro Barrio”: beneficia a tres organizaciones sociales Fondo Descúbreme 2023: recaudación en caja financia 10 proyectos sociales para desarrollo de personas con discapacidad cognitiva (269 beneficiarios directos) 	 <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1 10.2 17.17
NOS PREOCUPAMOS POR EL MEDIO AMBIENTE		
<p>Cuidado del medioambiente</p> <p>Gestión de residuos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Toneladas de alimentos no desperdiciados aumentan en 11,3% vs. 2022. Consumo de energía de fuentes renovables alcanzó 12,1% en 2023 (3,1% en 2022) Inicio de proyecto para recirculación de agua en CD Lo Aguirre. Expansión Sistema de Gestión de Energía ISO 50.001 El 2% de los despachos de CDs a tiendas con camiones eléctricos. 	 <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> 6.3 7.2 7.3 12.2 12.3 12.5 13.2 13.3

Temas	Avances 2023	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
DESEMPEÑO FINANCIERO		
Crecimiento con rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de clasificación de riesgo a categoría AA- Colocación de bonos serie AP por UF 1.500.000, con vencimiento en 2033, permitiendo aplanar el perfil de amortizaciones Rentabilidad de la acción de SMU 49,88% en 2023 	

3.2 GRUPOS DE INTERÉS

SMU busca establecer relaciones de largo plazo con sus grupos de interés, promoviendo un diálogo constante, con el objetivo de establecer relaciones responsables, transparentes y sostenibles con cada uno de ellos.

El modelo de Gestión de Grupos de Interés de SMU contempla, por una parte, que cada grupo se relaciona principalmente con su *stakeholder manager*, o área especializada. Por ejemplo, en el caso del grupo de interés medios de comunicación, su contacto principal es con el área de Comunicaciones Externas. Por otra parte, en los casos pertinentes, la Compañía establece mesas de trabajo integradas por distintas áreas, y que están encargadas de establecer planes de acción y materias de priorización.

Para identificar los principales grupos de interés, se llevó a cabo un análisis de todas las partes interesadas, y se efectuó un proceso de priorización a partir de los criterios de capacidad y criticidad.

Stakeholders Relevantes de SMU



ACCIONISTAS E
INVERSIONISTAS



ASOC. GREMIALES
Y EMPRESARIALES



AUTORIDADES
REGULADORAS Y
SECTORIALES



BANCOS Y
ACREEDORES



CLIENTES



COLABORADORES
Y SINDICATOS



COMUNIDAD



MEDIOS DE
COMUNICACIÓN



PROVEEDORES

3.2.1

CANALES DE COMUNICACIÓN

SMU busca promover la transparencia y el contacto permanente con sus grupos de interés, abriendo espacios de diálogo que permitan una retroalimentación fluida y lograr detectar oportunidades de mejora. Para ello, la Compañía ha habilitado diversos canales de comunicación.

El Canal de Denuncias y Consultas de SMU está disponible, tanto para sus colaboradores así como también para terceros, a través de la página web de la Compañía. Para más información, ver 5.1.2 Canal de Denuncias y Consultas.

La página web de SMU es el principal canal—disponible de forma transversal para todos los grupos de interés—para la entrega de información acerca de sus negocios, principales riesgos y situación financiera, económica y legal. En la página se publica información general acerca de la Compañía, así como noticias, hechos esenciales, estados financieros, la memoria integrada y presentaciones, entre otras. El área de Relación con Inversionistas está disponible para aclarar dudas acerca de estas materias, y adicionalmente, cada grupo de interés puede contactar a su *stakeholder manager*.

Las necesidades de información de los diversos grupos de interés de SMU van cambiando en el tiempo, y la Compañía busca satisfacer dichas necesidades, aplicando procedimientos de mejora continua. Para la elaboración de su memoria integrada, realiza anualmente un proceso de materialidad que incorpora el levantamiento de información primaria desde los grupos de interés, tales como colaboradores, clientes, vecinos, proveedores y autoridades, entre otros, para entender sus preocupaciones y la información que por sobre todo les interesa conocer de la Compañía. El objetivo de ese proceso es asegurar que las materias de interés de los grupos de interés queden reflejadas en la memoria.

En 2022, se efectuó un proceso de materialidad que consideró un exhaustivo levantamiento de información secundaria y primaria, con la participación de los grupos de interés, conforme a los lineamientos del GRI (Global Reporting Initiative). En 2023 se realizó una actualización de la materialidad. Ambos procesos contaron con el apoyo de una asesora externa. Para más información, ver Sección 13.2 Asuntos Materiales.

Además del proceso de materialidad, la Compañía incorpora los requerimientos de diversos cuestionarios y evaluaciones que ha completado a lo largo del año, complementando sus revelaciones al mercado, ya sea a través de la memoria integrada u otros documentos que publica en su página web.

A continuación, se detallan los canales de comunicación específicos disponibles para los diferentes grupos de interés, además del Canal de Denuncias y Consultas y la página web de la Compañía.

Canales de Comunicación

Grupos de Interés	Stakeholder Manager	Actividades que tienen impacto en los grupos de interés	Canales de Comunicación
Accionistas e inversionistas	Relación con Inversionistas	Contribuir a la rentabilidad de sus inversiones	Contacto vía e-mails, llamadas telefónicas y reuniones. Conferencias telefónicas trimestrales y juntas de accionistas.
Asociaciones gremiales y empresariales	Asuntos Públicos	Promover instancias colaborativas con el objeto de proponer mejorar en materia regulatoria y compartir buenas prácticas que busquen la sostenibilidad y la gobernanza en las empresas.	Participación activa de representantes de SMU de las distintas instancias de diálogo que existen en las distintas asociaciones: consejo, directorio, comités, mesas de trabajo, entre otras.
Autoridades: Regulatorias y Sectoriales	Asuntos Públicos	Aportar en el proceso de formulación del marco regulatorio, participar en alianzas público-privadas y en la gestión de contingencias que enfrenta el país.	El relacionamiento se realiza a través de audiencias solicitadas por plataforma de ley del lobby, reuniones y mesas de trabajo convocadas por la autoridad y también a instancias gremiales.
Bancos, bonistas y acreedores	Planificación Financiera	Contribuir a la rentabilidad de sus acreencias	Contacto con el área de Planificación Financiera, incluyendo e-mails, llamadas telefónicas y reuniones.
Clientes	Clientes & Marketing	Proporcionar productos y una experiencia de compra que respondan a las necesidades de los clientes	Encuestas de NPS (experiencia de compra), línea 600, redes sociales, libro de sugerencias y reclamos en locales, campañas informativas, aplicaciones digitales, campañas de publicidad a través de medios de comunicación masiva.

Comunidad	Sostenibilidad	Locales que operan siendo un Buen Vecino, manteniendo un relacionamiento cercano y que contribuye al desarrollo de la comunidad.	Contacto a través del área de Relaciones Comunitarias; comunicaciones a través de redes sociales.
Colaboradores y sindicatos	Relaciones Laborales	Oportunidades de trabajo que buscan el desarrollo laboral y bienestar de los trabajadores, así como el buen relacionamiento con ellos y las organizaciones que los representan.	Reuniones con organizaciones sindicales; red de asistentes sociales; campañas de comunicación a través de correos, diarios murales, pantallas informativas, etc.; encuestas internas, gestión de desempeño; plataforma online de capacitación y comunicaciones.
Medios de comunicación	Comunicaciones Externas	Proporcionar data transparente que permita responder a las necesidades de información de la ciudadanía y difusión de la empresa	Contacto vía e-mails, llamadas telefónicas y reuniones presenciales o virtuales. Comunicados de prensa y redes sociales.
Proveedores	Comercial/ Procurement	Compras de productos y servicios, a través de procesos transparentes y objetivos, que permiten disponibilizar productos a clientes, así como la continuidad del negocio.	Contactos para atención a proveedores, reuniones de trabajo, Defensoría del Proveedor.

3.2.2**PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES GREMIALES E INSTITUCIONES EMPRESARIALES**

SMU participa a través de sus representantes en diferentes asociaciones gremiales e instituciones empresariales en instancias tales como Consejo, Directorios, Comités, Grupos de Trabajo, Círculos, entre otros con el objeto de conocer el entorno público, contribuir en el mejoramiento de legislación y regulación, compartir buenas prácticas como también aprender de programas implementados en otras industrias. Las materias abordadas son amplias y variadas, destacándose las siguientes: sostenibilidad, ética y gobernanza, personas, consumidores, medioambiente, aprovisionamiento responsable, temas sanitarios, entre otras. Además de las materias, cabe destacar que se realiza seguimiento a proyectos de ley con impacto en nuestra industria.

Asociaciones Gremiales e Instituciones Empresariales

Organización	Tipo	Descripción	Participación
Asociación de Supermercados de Chile (ASACH)	Asociación gremial	Asociación gremial que agrupa a los principales supermercados del país	Directorio y Comités Legal, Laboral, Sostenibilidad, Salud y Seguridad.
Cámara de Comercio de Santiago	Asociación gremial	Asociación gremial que reúne a empresas del sector comercio	Consejo, Directorio y Comités Sostenibilidad, Asuntos Corporativos, Cumplimiento y Personas.
Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)	Asociación gremial	Federación gremial que agrupa a empresas, asociaciones sectoriales y gremios regionales vinculados al sector industrial chileno	Consejo General; Mesas de trabajo CX Clientes, Personas y Desarrollo Pymes; Comisión de Inclusión Laboral; Acuerdo de Producción Limpia de Eco etiquetado.
Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC)	Asociación gremial	Federación gremial que reúne a empresas de comercio, servicios y turismo de Chile	Encuentros, charlas y Webinar sobre materias de interés tales como laboral, consumidores y seguridad

Organización	Tipo	Descripción	Participación
Cámara Franca Punta Arenas	Asociación gremial	Asociación gremial que reúne a empresas que operan en la Zona Franca de Punta Arenas	Membresía
ICARE	Organización empresarial	Organización de vinculación empresarial	Círculos
Red de Empresas Inclusivas (REIN)	Institución empresarial	Organización que agrupa a empresas con la voluntad de promover la inclusión laboral de personas en condición de discapacidad	Directorio
The Consumer Goods Forum (CGF)	Organización empresarial	Organización internacional que reúne a retailers y proveedores de bienes con el fin de asegurar la confianza del consumidor	Membresía
Bolsa de Clima de Santiago (SXC)	Bolsa Climática	La primera bolsa climática privada del hemisferio sur, cuyo objetivo es la creación y desarrollo de la industria de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero en Chile y la región	Directorio
Pacto Global	Asociación empresarial	Iniciativa de las Naciones Unidas buscando que empresas y organizaciones alineen sus estrategias y operaciones con diez Principios universalmente aceptados sobre derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción	Empresa Adherente
ACCIÓN Empresas	Organización empresarial	Organización sin fines de lucro que agrupa a más de 130 grandes empresas con la voluntad de gestionar sus negocios de manera sostenible	Comités de Ética y Gobernanza, Aprovechamiento Responsable y Economía Circular. APL de Transición a la Economía Circular.

MEMORIA INTEGRADA 2023

Organización	Tipo	Descripción	Participación
PROHumana	Organización empresarial	Organización sin fines de lucro que promueve el cambio cultural hacia una sociedad con mayor desarrollo humano sustentable, donde las empresas persigan ser un agente de progreso económico, ético, social y ambiental	Membresía
Generación Empresarial	Organización empresarial	Entidad sin fines de lucro abocada a promover y potenciar la ética en el mundo del trabajo, situando al ser humano en el centro de las decisiones y acciones de cada organización	Comité de Ética y Gobernanza
Cámara de Comercio de Lima	Asociación gremial	Gremio empresarial que reúne a más de 15.000 asociados de diversos sectores de Perú	Membresía
Cámara Chileno Peruana	Asociación gremial	Asociación gremial sin fines de lucro abocada, desde 1980, a la promoción de la integración económica y cultural entre Chile y Perú.	Membresía
Red de Empresas Interculturales (REI)	Organización empresarial	Organización que agrupa a empresas que trabajan por generar espacios de encuentro, reflexión, e incidencia en torno a la interculturalidad y la inclusión de personas migrantes en el ámbito laboral.	Membresía

Durante el año 2023, la Compañía pagó un total de \$176 millones correspondiente al costo de las membresías de estas organizaciones. Las actividades realizadas corresponden a la ejecución de mesas de trabajo, instancias de formación, charlas y publicaciones, entre otras. Los fondos no se destinan a aportes políticos.

Influencia Política

Categoría	Moneda	2023	2022	2021	2020
Lobby; representación de intereses; similar	CLP	0	0	0	0
Campañas/ organizaciones/ candidatos políticos locales, regionales o nacionales	CLP	0	0	0	0
Asociaciones gremiales, organizaciones empresariales, NGOs, etc.	CLP	176.240.568	139.067.089	125.872.121	121.818.337
Otros (ej. gastos en plebiscitos o proyectos de ley)	CLP	0	0	0	0
Total contribuciones y otros gastos	CLP	176.240.568	139.067.089	125.872.121	121.818.337

MEMORIA INTEGRADA 2023

Con respecto a las contribuciones a asociaciones gremiales detalladas en la tabla anterior, a continuación se describen las tres mayores. Cabe señalar que no es posible abrir los montos para atribuirlos a algún tema o causa en particular, dado que SMU participa en estas asociaciones específicamente para aportar con su visión y conocimiento con todos los temas relevantes que sean de interés de la industria de supermercados y del país.

Mayores Contribuciones

Nombre de la organización	Descripción	Total pagado en 2023 (CLP)
Asociación de Supermercados de Chile (ASACH)	<p>Asociación gremial integrada por los principales supermercados del país. “La Asociación de Supermercados pretende contribuir al desarrollo de la industria y colaborar técnicamente con iniciativas que potencien su aporte a la calidad de vida de las personas y al desarrollo sustentable del país”.</p> <p>Principales temáticas abordadas en 2023:</p> <ul style="list-style-type: none">• Clientes: proyecto de ley Sernac Te Protege, así como otros temas asociados a consumidores;• Seguridad: proyecto de ley de seguridad privada, buenas prácticas en la prevención de delitos y la persecución penal eficaz, como también con el gobierno nacional y los gobiernos regionales.• Laboral: Regulaciones con impacto como la ley de 40 horas y la ley de conciliación de la vida laboral y familiar, así como también capacitaciones y perfiles laborales.• Inocuidad alimentaria y aseguramiento de calidad: asuntos reglamentarios y alertas enviadas por la autoridad sanitaria.• Valorización de residuos: cambio de definición del consumidor industrial de la Ley REP, las modificaciones que se plantean a la ley de plásticos de un solo uso, así como también la prevención del desperdicio de alimentos.• Pago a proveedores: proyecto de ley que modifica la ley de pago oportuno	62.462.622
SOFOFA	<p>Asociación gremial que agrupa a empresas, asociaciones empresariales y sectoriales vinculados al sector industrial chileno. La organización incide en las políticas públicas en temas relacionados con un Chile más inclusivo, oportunidades de negocios</p>	57.973.361

Nombre de la organización	Descripción	Total pagado en 2023 (CLP)
	<p>sostenibles y desarrollo regional que sugieren una economía más diversificada y una gran descentralización.</p> <p>Principales temáticas abordadas en 2023:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientes: proyecto de ley Sernac Te Protege; instrumento de medición CX que tiene como objetivo la mejora de la experiencia del ciudadano en el consumo de bienes y servicios y el conocimiento de los clientes sobre el trabajo realizado por las empresas. 	
<p>Acción Empresas</p>	<p>Organización sin fines de lucro que reúne a grandes empresas de diferentes sectores, quienes buscan gestionar sus negocios de manera sostenible</p> <p>Principales temas abordados por Acción Empresas incluyen Economía Circular, Calentamiento Global, Abastecimiento Responsable, Ética y Gobernanza, Personas y Trabajo, Territorios Sostenibles</p>	<p>8.766.483</p>

3.3 CREACIÓN DE VALOR

En 2023, SMU generó un valor económico que alcanzó a **M\$2.871.207.511**, superior en **M\$33.293.846** respecto de 2022.

Del total del valor económico generado, SMU distribuyó **M\$2.829.475.013** entre sus grupos de interés. La diferencia entre lo generado y lo distribuido alcanzó a **M\$41.732.498** que corresponde al valor retenido por la Compañía.

VALOR ECONÓMICO GENERADO 2023

M\$2.871.207.511

VALOR
ECONÓMICO
DISTRIBUIDO(1)

M\$2.829.475.013

M\$2.421.486.720

GASTOS OPERACIONALES⁽¹⁾

M\$279.113.653

REMUNERACIONES Y BENEFICIOS
SOCIALES⁽²⁾

M\$115.943.103

PAGOS A PROVEEDORES DE
CAPITAL⁽³⁾

M\$12.931.537

GASTO POR IMPUESTO A LA RENTA

VALOR
ECONÓMICO
RETENIDO

M\$41.732.498

Notas

(1) Costo de ventas + costo de distribución + gastos de administración - gastos del personal.

(2) Gastos del personal.

(3) Costos financieros + dividendos pagados.


4

4

GOBERNANZA

La estructura de gobierno corporativo en SMU busca fomentar una **gestión efectiva y sostenible**,

a través de la asignación de roles y responsabilidades y el desarrollo de prácticas y políticas que permiten evaluar y guiar las acciones de toda la organización en forma permanente, para que pueda alcanzar sus objetivos estratégicos. Como parte de sus prácticas de gobierno corporativo, SMU ha fortalecido la función de gestión de riesgos al interior de la empresa, con el objetivo de identificar potenciales impactos para el negocio, de tal forma de resguardar su permanencia en el tiempo, y en consecuencia la creación de valor para sus accionistas y demás grupos de interés.

TEMAS	AVANCES 2023	ODS
Mejores prácticas de gobierno corporativo	Estandarización de metodología de gestión de riesgos a nivel transversal dentro de la Compañía	 Contribuye a metas: 16.4 16.5 16.10



4.1 ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO

SMU ha construido una estructura de gobierno corporativo que busca fomentar una gestión efectiva, ética y sostenible, a través de la asignación de roles y responsabilidades y el desarrollo de prácticas y políticas que permiten evaluar y guiar las acciones de toda la organización en forma permanente, para que pueda alcanzar sus objetivos estratégicos.

El gobierno corporativo de SMU es liderado por el Directorio que se compone de nueve miembros titulares, quienes son responsables de fijar la estrategia general de la Compañía para lo cual debe revisar y aprobar los planes estratégicos y de inversiones propuestos por la Administración y monitorear los avances y resultados de estos. El Directorio realiza un seguimiento permanente del desempeño de las diferentes unidades de negocio de la Compañía, y revisa y da seguimiento de manera mensual al informe de gestión reportado por la Administración. Entre los aspectos revisados por el Directorio como parte de su supervisión y toma de decisiones, incluyen los impactos de las diferentes iniciativas de la Compañía en los ámbitos económicos, sociales, ambientales y de respeto a los derechos humanos en la Compañía.

Para una mejor gestión de las distintas materias relevantes y para garantizar el buen funcionamiento del Gobierno Corporativo de la Compañía, ésta cuenta con diferentes comités especializados integrados por directores, los que gestionan temas de auditoría y riesgos, personas, sostenibilidad, inversiones, cumplimiento y estrategia, además del Comité de Directores exigido por la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. La designación de los miembros de cada comité tiene en consideración las experiencias y habilidades de cada director.

La Administración de SMU es liderada por su gerente general, con dependencia directa del Directorio y a quien le reportan 11 gerencias corporativas, tal como se puede observar en el organigrama en la página 68. Asimismo, la Compañía cuenta con un área de contraloría que depende directamente del Directorio, siendo independiente de la Administración.¹

SMU cuenta con un Código de Ética y Conducta de Negocios que define los principios y lineamientos que deben guiar el actuar del Directorio, de la Administración, de las colaboradoras y colaboradores de la Compañía, y de terceros que se relacionan con ella, como contratistas, asesores y otros proveedores.

¹ Adicionalmente, de acuerdo a lo requerido por la NCG 461 de la CMF, se informa que la estructura organizacional de SMU incluye la gerencia de sostenibilidad, que depende de la gerencia corporativa de personas y sostenibilidad; la gerencia de comunicaciones externas, que depende de la gerencia corporativa legal y asuntos externos; la gerencia de auditoría interna, que depende de la gerencia corporativa de contraloría; y las gerencias de control interno y de relación con inversionistas, ambas con dependencia de la gerencia corporativa de administración y finanzas.

ESTRUCTURA GOBIERNO CORPORATIVO

DIRECTORIO



JUAN DAVID QUIJANO
GERENTE CORPORATIVO
DE CONTRALORÍA



MARCELO GÁLVEZ
GERENTE GENERAL



ARTURO SILVA
GERENTE CORPORATIVO
DE ADMINISTRACIÓN
Y FINANZAS



LUISA ASTORINO
GERENTE CORPORATIVA
DE CLIENTES
Y MARKETING



HORACIO MONTALVA
GERENTE CORPORATIVO
COMERCIAL



JAVIER FERNÁNDEZ
GERENTE CORPORATIVO
DE E-COMMERCE



CAROLINA SELUME
GERENTE CORPORATIVA
DE DESORROLLO
INMOBILIARIO



CLAUDIA GONZÁLEZ
GERENTE CORPORATIVA
DE FISCALÍA Y
ASUSTOS EXTERNOS



PAULA CORONEL
GERENTE CORPORATIVA
DE PERSONAS
Y SOSTENIBILIDAD



MARCELO FUENTES
GERENTE CORPORATIVO
DE OPERACIONES



GUSTAVO PERSSON
GERENTE CORPORATIVO
DE ESTRATEGIA
Y DESARROLLO



PATRICIO LLOSA
GERENTE GENERAL
SMU PERÚ



EDUARDO HERRERA
GERENTE CORPORATIVO
DE TECNOLOGÍA
Y DIGITAL

En concordancia con el Código de Ética y Conducta de Negocios, junto con sus valores corporativos de Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad (El “Sello CERCA”) y su modelo corporativo de sostenibilidad, SMU busca alcanzar su visión de ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de sus clientes y generar valor compartido para todos sus grupos de interés, de manera sostenible. Su gobierno corporativo forma la base de ese trabajo, y en esa línea, la Compañía ha adherido a distintas iniciativas que promuevan mejores prácticas en estas materias, así en agosto de 2021, se adhirió al [programa Negocios Transparentes de la organización Acción Empresas](#), comprometiéndose a avanzar en materias de integridad y propósito, robustecimiento del rol de los gobiernos corporativos; y transparencia y reportabilidad. En septiembre de 2021, la Compañía firmó su [carta de compromiso](#) de apoyar y desarrollar los diez principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, referente a los derechos humanos, derechos laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Adicionalmente, en octubre de 2022, SMU, en el marco de su participación en Acción Empresas, se comprometió con la gestión de [cinco criterios claves de sostenibilidad](#) del *World Business Council for Sustainable Development*, en las materias de carbono neutralidad, biodiversidad, derechos humanos y debida diligencia, inclusión y diversidad y transparencia y reportabilidad.

La estructura de gobierno corporativo en SMU busca fomentar una gestión efectiva y sostenible, a través de la asignación de roles y responsabilidades y el desarrollo de prácticas y políticas que permiten evaluar y guiar las acciones de toda la organización en forma permanente, para que pueda alcanzar sus objetivos estratégicos. Como parte de sus prácticas de gobierno corporativo, SMU ha fortalecido la función de gestión de riesgos al interior de la empresa, con el objetivo de identificar potenciales impactos para el negocio, de tal forma de resguardar su permanencia en el tiempo, y en consecuencia la creación de valor para sus accionistas y demás grupos de interés.

A partir del año 2022, el Directorio ha implementado un proceso de evaluación anual de su desempeño colectivo, mediante una encuesta dirigida por un tercero independiente, a partir de la cual se adoptarán mejoras continuas que fortalecerán el funcionamiento y desempeño y sirvan de guía en las materias a priorizar dentro del plan anual de capacitación existente para reforzar y/o actualizar sus conocimientos. Durante el año 2023, el Directorio contrató los servicios de un asesor externo, cuyos objetivos fueron: (i) Apoyar al Directorio en su proceso de autoevaluación, aportando una metodología y una visión externa; (ii) Colaborar con el Directorio en interpretar y hacerse cargo de las conclusiones del trabajo; (iii) Apoyar al Directorio a generar iniciativas concretas de mejora, con el fin de que puedan enfrentar de mejor manera sus desafíos estratégicos.

Con respecto a las juntas de accionistas, el Directorio cuenta con las herramientas que le permiten, en caso de ser necesario, implementar mecanismos que permitan a los accionistas participar y ejercer su derecho a voto por medios remotos, considerando las circunstancias y necesidades en el momento. El público en general se puede informar de los acuerdos adoptados por las juntas a través de los hechos esenciales que son enviados a la Comisión para el mercado financiero (“CMF”) y que además se publican en la página web de la Compañía, el mismo día con posterioridad a su realización. Durante el año 2023, y atendido que las condiciones así lo permitieron, la Junta Ordinaria de Accionistas del año 2023 se realizó de forma 100% presencial.

DIRECTORIO



PILAR DAÑOBEITÍA E.
PRESIDENTA DEL DIRECTORIO
8.668.195-1



M. FRANCISCA SAIEH G.
VICEPRESIDENTA DEL DIRECTORIO
13.829.073-5



ALEJANDRO ÁLVAREZ A.
DIRECTOR
6.385.995-8



ABEL BOUCHON S.
DIRECTOR
9.004.895-3



FERNANDO DEL SOLAR C.
DIRECTOR
6.060.616-1



ANDRÉS OLIVOS B.
DIRECTOR
7.013.115-3



RODRIGO PÉREZ M.
DIRECTOR
6.525.287-2



TINA ROSENFELD K.
DIRECTORA
14.644.931-K



RAÚL SOTOMAYOR V.
DIRECTOR
7.601.869-9

4.2 DIRECTORIO

El Directorio de SMU S.A. está compuesto por nueve miembros titulares, quienes fueron elegidos individualmente en junta ordinaria de accionistas celebrada con fecha 20 de abril de 2021 por un período de tres años. En promedio, al 31 de diciembre de 2023, los directores tienen una antigüedad de 8,3 años en el Directorio de SMU.

PILAR DAÑOBEITÍA ESTADES

Presidenta del Directorio

La Sra. Dañobeitía es Contador Auditor de la Universidad de Chile y posee un Máster en Administración de Negocios (MBA) de la Universidad de Chicago. Es miembro del Directorio de SMU desde el 22 de febrero de 2008. Antes de ingresar a SMU, tuvo varias posiciones en CorpGroup Interhold, Comercial Río Laja (filial de CMPC S.A.) y Banco de Chile. Actualmente, es miembro del Directorio de varias empresas relacionadas al Holding CorpGroup, entre otras. En lo que se refiere a organizaciones sin fines de lucro, es miembro del Directorio de la Fundación CorpArtes y miembro del Women Corporate Directors Foundation. Asimismo, es consejera de SOFOFA por el período 2020-2024.

Porcentaje de participación en la propiedad de SMU: 0,23%. Sin cambios en el último año.

M. FRANCISCA SAIEH GUZMÁN

Vicepresidenta del Directorio

La Sra. Saieh es Diseñadora de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Master of Arts (MA) en Exhibition Design en The State University of New York (SUNY), y Diploma del Programa de Alta Dirección (PADE) del ESE Business School de la Universidad de Los Andes. Entre mayo de 2011 y hasta diciembre de 2013 integró el Directorio de SMU y de su filial Supermercados Chile, siendo nombrada directora de SMU nuevamente con fecha 02 de mayo de 2020, en calidad de Vicepresidenta. Asimismo, desde el año 2019 es directora del holding de medios de comunicación Copesa. En el año 2011 fundó Corp Imagen y Diseño S.A. (Corplimagen), donde se desempeñó como su Directora Ejecutiva hasta diciembre de 2019. La Sra. Saieh cuenta con amplia experiencia liderando estrategias de imagen, branding corporativo, marcas propias y marketing, así como en desarrollar puntos de venta retail centrados en el cliente.

La Sra. Saieh no participa directamente en la propiedad de SMU. Sin embargo, ella y su familia controlan el 45,76% de las acciones de SMU S.A., porcentaje que disminuyó en un 4,82% durante el año 2023.

MEMORIA INTEGRADA 2023

ALEJANDRO ÁLVAREZ ARAVENA

Director Titular

El Sr. Álvarez es abogado de la Universidad de Chile y miembro del Directorio de SMU desde el 30 de abril de 2013. Cuenta con una destacada trayectoria como abogado en temas comerciales y financieros. Posee un LLM en la Universidad de Würzburg y un Doctorado en la Universidad de Gottingen, ambas instituciones de reconocido prestigio en Alemania. Fue Presidente de la Cámara Chilena Alemana de Industria y Comercio y es árbitro del Centro de Arbitrajes y Mediación de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS). Actualmente es miembro de la Junta Directiva de la Universidad Andrés Bello y director de empresas.

Participación en la propiedad de SMU: 0,04%. Sin cambios en el último año.

ABEL BOUCHON SILVA

Director Titular

El Sr. Bouchon es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile con un MBA en The Wharton School, University of Pennsylvania y pertenece al Directorio desde el 30 de abril de 2014. Fue Gerente General de Embotelladora Andina y del negocio internacional de Latam Airlines. Previo a eso, se desempeñó como consultor en Booz Allen & Hamilton, y también fue profesor de la Universidad de Chile. En la actualidad es director de cinco compañías, entre ellas, Cristalerías Chile y Cintac, ambas sociedades anónimas abiertas.

Participación en la propiedad de SMU: 0,02%. Sin cambios en el último año.

FERNANDO DEL SOLAR CONCHA

Director Titular

El Sr. Del Solar es miembro del Directorio desde el día 16 de diciembre del año 2013 y es Administrador de empresas de la Universidad de Chile con postgrado en Suiza. Cuenta con una dilatada y reconocida trayectoria en Chile y el extranjero. Se desempeñó con éxito durante 38 años en diversos cargos en Nestlé en distintos países de Sudamérica, llegando a ser Gerente General y Presidente Ejecutivo de la compañía, para Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay, Perú y Bolivia.

Participación en la propiedad de SMU: 0,01%. Sin cambios en el último año.

ANDRÉS OLIVOS BAMBACH

Director Titular

El Sr. Olivos es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile (1984) con estudios de postgrado en la Universidad de Stanford (2010), y de magister en Filosofía Aplicada en la Universidad de Los Andes (2014-2015). Es miembro del Directorio de SMU desde el 9 de abril de 2015. Se desempeñó como CFO de Embotelladora Andina durante 10 años y posteriormente, fue CEO de Parque Arauco entre 2003 y 2011. Ha sido miembro activo del directorio de varias compañías tanto en Chile como en Argentina, Brasil, Colombia y Perú. Actualmente es socio y Presidente de Inmobiliaria BDP SpA, Vicepresidente del Directorio de Laboratorios Saval S.A., Presidente del Directorio de Unicard S.A., Director de Inversiones HH S.A. y miembro del Consejo Inmobiliario de Independencia AGF y, entre otros.

Participación en la propiedad de SMU: 0%. Sin cambios en el último año.

RODRIGO PÉREZ MACKENNA

Director Titular

El Sr. Pérez es miembro del Directorio desde el 26 de abril de 2018 y es ingeniero civil de la Universidad Católica de Chile, con un MBA del IESE, Universidad de Navarra, España. Ha desarrollado una distinguida carrera en banca de inversión y gestión de fondos, desempeñándose como Gerente General de Citicorp Chile Corredores de Bolsa; Gerente de Inversiones de AFP Provida; Gerente General de Compensa Seguros de Vida; Managing Director en Bankers Trust; Country Head de Deutsche Bank en Chile y México; Presidente de la Asociación de AFP de Chile A.G. y director en Banmédica S.A., Isapre Banmédica, Help S.A., Almendral S.A., Pacífico V Región, Pucobre, Essbio y Esval, así como en la Universidad Finis Terrae. En el ámbito académico ha sido profesor en la Escuela de Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile, la Universidad de Los Andes y la Universidad Finis Terrae. En el ámbito político, fue Intendente de la Región de O'Higgins, Ministro de Vivienda y Urbanismo y Ministro de Bienes Nacionales. Actualmente es director en Salfa S.A. y BTG Pactual Chile.

Participación en la propiedad de SMU: 0%. Sin cambios en el último año.

TINA ROSENFELD KREISSELMAYER

Directora Titular

La Sra. Rosenfeld forma parte del Directorio de SMU desde el 26 de abril de 2018. Es Ingeniero Comercial de la Friedrich Alexander Universität Erlangen Nürnberg, Alemania con Magister en Dirección financiera y Psicología Organizacional de la Universidad Adolfo Ibáñez y posee el corporate director certificate del Harvard Business School. Ella es directora y presidente del Comité de Auditoría de Masisa S.A. Posee una trayectoria laboral destacada como directora en distintas industrias con foco en ambientes de control y ESG. Su trayectoria ejecutiva la realizó en Wal-Mart Chile, DyS y en la empresa de consumo masivo Beiersdorf en el ámbito de Contraloría, Finanzas, Control de Gestión, Tecnología de la Información y Supply Chain. Se desempeña como profesora de gobierno corporativo de la Universidad Adolfo Ibañez y participa del ecosistema del emprendimiento como mentora de Endeavor.

Participación en la propiedad de SMU: 0%. Sin cambios en el último año.

RAÚL SOTOMAYOR VALENZUELA

Director Titular

El Sr. Sotomayor es Ingeniero Comercial con menciones en Economía y Administración de Empresas de la Universidad Católica de Chile con un MBA de la Universidad de California (UCLA) y pertenece al Directorio de SMU desde el 16 de diciembre de 2013. Es socio fundador de Southern Cross Group, siendo director en varias empresas y fundaciones.

Participación en la propiedad de SMU: 0,10%. Sin cambios relevantes en el último año.

4.2.1

DIRECTORES DE SMU S.A.

Los directores de SMU cuentan con una diversidad de experiencias, conocimientos y habilidades que contribuyen a la mejor gestión de la Compañía en las diversas materias que afectan su negocio y desempeño.

Matriz de Conocimientos, Habilidades y Experiencia

Nombre	Financiera	Industria Retail y Consumo	Gestión de Riesgos	Administración Empresas	Legal	Tecnología y Digital
Pilar Dañobeitia	X	X	X	X		
Francisca Saieh		X		X		
Alejandro Álvarez	X		X	X	X	
Abel Bouchon	X	X	X	X		
Fernando Del Solar	X	X	X	X		
Andrés Olivos	X	X	X	X		
Rodrigo Pérez	X		X	X		
Tina Rosenfeld	X	X	X	X		X
Raúl Sotomayor	X	X	X	X		

Número de Directores

Al 31.12.2023	Mujeres	Hombres	Total
Género	3	6	9
Nacionalidad			
Chilena	2	6	8
Alemana	1	0	1
Rango de Edad			
Menor a 30 años	0	0	0
30 a 40 años	0	0	0
41 a 50 años	1	0	1
51 a 60 años	2	3	5
61 a 70 años	0	2	2
Mayor a 70 años	0	1	1
Antigüedad			
Menos de 3 años	0	0	0
3 a 6 años	2	1	3
Más de 6 y menos 9 años	0	1	1
9 a 12 años	0	4	4
Más de 12 años	1	0	1
En Situación de Discapacidad	0	0	0

MEMORIA INTEGRADA 2023

El director Rodrigo Pérez y la directora Tina Rosenfeld son independientes de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas.

A continuación, se proporcionan antecedentes adicionales acerca del vínculo entre cada director o directora y el Grupo SMU.

Información Adicional Directoras y Directores

	Pilar Dañobeitía	Francisca Saieh	Alejandro Álvarez	Abel Bouchon	Fernando Del Solar	Andrés Olivos	Rodrigo Pérez	Tina Rosenfeld	Raúl Sotomayor
Al 31.12.2023									
1. Se desempeñó como ejecutivo principal de SMU S.A. y filiales durante el último año?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
2. Durante el último año, ha recibido, o tiene parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad que han recibido, pagos ² de SMU S.A. y filiales o de su matriz/controlador por un monto superior a 2.000 UF?	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
3. Es pariente hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad de algún ejecutivo principal de SMU S.A., sus filiales o su matriz/controlador?	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
4. Presta asesorías, o tiene participación en la propiedad de compañías que prestan asesorías, a SMU S.A., sus filiales y/o alguno(s) de sus ejecutivos principales?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO

² Se excluye del concepto de pagos aquellos que tengan como origen (i) inversiones en los valores de la Compañía; (ii) programas para igualar aportes a fundaciones sin fines de lucro; y (iii) remuneraciones recibidas por su desempeño como director o directora.

	Pilar Dañobeitía	Francisca Saieh	Alejandro Álvarez	Abel Bouchon	Fernando Del Solar	Andrés Olivos	Rodrigo Pérez	Tina Rosenfeld	Raúl Sotomayor
5. Tiene participación en la propiedad, o tiene algún cargo de director y/o ejecutivo principal en algún cliente o proveedor relevante de SMU S.A. y filiales?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
6. Cuenta con contrato(s) de servicios personales con SMU S.A. y filiales y/o alguno(s) de sus ejecutivos principales?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
7. Tiene algún cargo de fundador, director y/o ejecutivo principal en alguna fundación u organización sin fines de lucro que recibe aportes significativos de SMU S.A. y filiales?	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
8. Ha sido socio o empleado de los auditores externos de SMU S.A. y filiales durante el último año?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
9. Cuenta con algún otro conflicto de interés que el propio Directorio considera que significa que no se pueda considerar como independiente?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
10. En cuántas otras sociedades anónimas abiertas es director o directora?	0	0	1	2	1	1	1	1	0

4.2.1.1

REMUNERACIONES DEL DIRECTORIO

La estructura de remuneraciones de los miembros del Directorio de SMU S.A. es la siguiente: 165 Unidades de Fomento mensuales para cada director o directora, 275 Unidades de Fomento mensuales para la Vicepresidenta de la Sociedad y 440 Unidades de Fomento mensuales para la Presidenta de la Sociedad. Las dietas antes señaladas se pagan como monto fijo mensual, independientemente del número de sesiones de directorio que se celebren en el respectivo mes.

Asimismo, los miembros del Comité de Directores tienen una remuneración de UF 110 como monto fijo mensual independientemente del número de sesiones que el Comité celebre en el respectivo mes y para su presidente UF150.

La remuneración mensual que se paga a los directores que formen parte de los siguientes Comités Corporativos de SMU (Comités de Inversiones, Personas, Auditoría y Riesgo, Sostenibilidad, Estrategia y Cumplimiento), asciende a un monto mensual de UF 55 para cada miembro y UF 75 para el presidente del Comité, que se paga solo por los meses en que el Comité haya sesionado al menos una vez en el respectivo mes. De modo que, si un Comité no sesiona en un mes, no aplica la remuneración mensual.

Dado que la estructura de remuneraciones de los miembros del Directorio se define en base a las funciones desempeñadas, no hay una brecha salarial entre las directoras y los directores de SMU que realizan las mismas funciones.

Remuneraciones Directorio 2023 y 2022

Nombre	Cargo	2023 (M\$)	2022 (M\$)
Pilar Dañobeitía Estades	Presidenta	263.122	216.097
Francisca Saieh Guzmán	Vicepresidenta	136.177	112.238
Alejandro Álvarez Aravena	Director	115.145	98.982
Abel Bouchon Silva	Director	93.314	77.274
Fernando Del Solar Concha	Director	89.327	72.575
Andrés Olivos Bambach	Director	120.773	103.802
Rodrigo Pérez Mackenna	Director	146.079	117.896
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer	Directora	157.475	131.788
Raúl Sotomayor Valenzuela	Director	Renunció a dieta	Renunció a dieta

4.2.2

FUNCIONAMIENTO DEL DIRECTORIO

Tal como se establece en los estatutos de la Compañía, el Directorio de SMU se reúne en sesiones ordinarias por lo menos una vez al mes, y en sesiones extraordinarias que se celebran cuando las cita especialmente la Presidenta por iniciativa propia, o a indicación de uno a más directores, previa calificación que la Presidenta haga de la necesidad de la reunión, salvo que ésta sea solicitada por la mayoría absoluta de los directores, caso en el cual deberá necesariamente celebrarse la sesión sin calificación previa.

Al final de cada año el Directorio acuerda el calendario corporativo del año siguiente, con las sesiones ordinarias que sostendrá con indicación del tiempo para cada una de esas reuniones las que en promedio duran 5 horas, calendarizándose las citaciones a todos los directores de dichas sesiones a inicio de cada año, y determinándose los antecedentes necesarios para la adecuada realización de aquellas. De igual forma a inicio de año el Directorio acuerda para cada sesión las distintas materias de negocios, normativas o de otra índole que serán abordadas por el Directorio en cada una de estas sesiones. Las sesiones del Directorio se realizan en formato online, presencial o híbrida (presencial y online a la vez) según se informa en la citación. El calendario corporativo señalado incluye también las citas de todas las sesiones ordinarias de los comités corporativos de SMU en que participan los directores. A su vez, los comités corporativos a inicio de cada año acuerdan también para cada una de sus sesiones las materias que abordarán en cada una de ellas.

Todas las sesiones del Directorio cuentan con la participación permanente del Gerente General, el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, la Gerente Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos y el Gerente de Asuntos Legales. Sin perjuicio de ello, el Directorio solicita a los ejecutivos mencionados abandonar la sesión cuando lo estime necesario revisar alguna materia sin la presencia de estos, tales como compensaciones, incentivos, entre otros.

Además, en su rol de seguimiento permanente del desempeño de las diferentes unidades de negocio de la Compañía, cita a distintos Gerentes para conocer sobre la marcha del negocio y otros asuntos de interés de la Sociedad.

De igual forma, el Directorio de la Compañía se reúne tres veces al año con la empresa de auditoría externa para analizar, entre otras cosas: (i) el programa de auditoría externa, (ii) las eventuales diferencias detectadas en la auditoría respecto de prácticas contables, sistemas administrativos y auditoría interna, (iii) aquellas situaciones irregulares que por su naturaleza deban ser comunicadas a los organismos fiscalizadores competentes, (iv) los resultados del programa anual de auditoría, (v) los posibles conflictos de intereses que puedan existir en la relación con la empresa de auditoría o su personal, tanto por la prestación de otros servicios a la sociedad o a las empresas de su grupo empresarial, como por otras situaciones y (vi) tendencias sobre riesgos tecnológicos. También se reúnen cada vez que sea necesario, teniendo los auditores externos acceso expedito al Directorio.

Por otro lado, el Directorio se reúne una vez al año con el Gerente Corporativo de Contraloría para conocer el plan anual de Auditoría Interna.

MEMORIA INTEGRADA 2023

La Compañía cuenta con los siguientes comités integrados por Directores, los que se detallan en la sección 4.2.3 siguiente: (i) **Comité de Directores**; (ii) **Comité de Auditoría y Riesgos**; (iii) **Comité de Cumplimiento**; (iv) **Comité de Sostenibilidad**; (v) **Comité de Personas**; (vi) **Comité de Inversiones**; y (vii) **Comité de Estrategia**.

Para su buen funcionamiento, el Directorio cuenta con un sistema de información que le permite acceder, de manera segura, remota y permanente, cada vez que lo requiera. La información disponible en dicho sistema incluye: (i) la agenda de cada sesión; (ii) los documentos que se presentarán en la sesión o adicionales necesarios para prepararse para la misma, los cuales se cargan con al menos tres días de antelación a la sesión respectiva; (iii) el informe mensual sobre la gestión y los resultados de las distintas unidades de negocio de la Compañía; (iv) el texto definitivo del acta de cada sesión, el cual se encuentra disponible para su consulta con anterioridad a la siguiente sesión; y (v) todas las actas y documentos relevantes tenidos a la vista para cada sesión del Directorio de los últimos tres años.

Asimismo, el Directorio puede acceder en forma segura y remota a la información existente correspondiente al Canal de Denuncias y Consultas de la Compañía cada vez que lo requiera. Cada director o directora cuenta con su propio perfil de acceso independiente al sistema. Para más información sobre el Canal de Denuncias y Consultas de SMU, ver 5.1.2 Canal de Denuncias y Consultas.

El Directorio cuenta con planes de contingencia para la continuidad de su operación en situaciones de crisis, contando para ello con sistemas que permiten el acceso expedito, remoto, y en línea para poder sesionar y estar comunicados con la Administración. Por otra parte, la Compañía cuenta con planes de contingencia para asegurar la continuidad operacional, el estado los cuales se presenta al Comité de Auditoría y Riesgos del Directorio.

De acuerdo a su Política de Contratación de Asesorías Especializadas, el Directorio está facultado para contratar especialistas en materias contables, financieras, tributarias, legales, y otros temas, cuando considere que sea de interés y beneficio para la Compañía, pudiendo las asesorías ser propuestas por al menos un director. Es el Directorio el que decide la contratación de una determinada asesoría. No obstante, dos o más directores pueden ejercer el derecho a veto de un asesor en particular.

La contratación será hecha estrictamente en base a los méritos y prestigio profesional de los asesores, y los honorarios pactados no excederán los valores de mercado existentes para asesorías similares a las contratadas.

4.2.2.1

AGENDA ANUAL DEL DIRECTORIO

Para llevar a cabo una adecuada supervisión del interés social de SMU, el Directorio cuenta con una planificación anual que contempla la revisión de diversas materias, incluyendo la estrategia corporativa; los resultados del negocio; la posición financiera; la gestión de riesgos; aspectos ambientales, sociales y de gobernanza; cambios en el marco regulatorio; y el ambiente de control interno, entre otros. Para lo anterior, se reúne con ejecutivos de diferentes áreas de la compañía, y con asesores externos cuando corresponde. Asimismo, es informado periódicamente respecto de las materias examinadas y aprobadas por los distintos comités que se encuentran en funcionamiento.

Entre las actividades del Directorio se incluyen las visitas en terreno a dependencias e instalaciones de la Compañía, a lo menos una vez al año, para conocer, entre otras cosas, el estado y funcionamiento de dichas instalaciones; las principales funciones y preocupaciones de quienes se desempeñan en las mismas; y las mejoras que los responsables de esas instalaciones recomiendan realizar para mejorar el funcionamiento de las mismas.

Gestión de Negocios y Estrategia

El Directorio de SMU realiza un seguimiento permanente del desempeño de las diferentes unidades de negocio de la Compañía. Recibe y revisa un informe de gestión mensual, además de presentaciones que realizan diferentes ejecutivos responsables de cada área en las sesiones del Directorio y sus comités. También revisa y aprueba los planes estratégicos y de inversiones propuestos por la Administración y monitorea los avances y resultados de los mismos. Los aspectos revisados por el Directorio como parte de su supervisión y toma de decisiones incluyen los impactos de las diferentes iniciativas de la Compañía en los ámbitos económicos, sociales y ambientales.

El seguimiento en estas materias se realiza tanto a nivel del Directorio, así como también de los distintos comités especializados, integrados por directores, que se detallan en la sección 4.2.3. Estos comités se reúnen al menos trimestralmente, informando al Directorio de las materias revisadas en cada sesión.

Gestión de Riesgos

Con respecto a la gestión de riesgos, la Compañía cuenta con el Comité de Auditoría y Riesgos el cual tiene entre sus principales tareas monitorear el proceso de gestión de riesgos y el estado del control interno. Se reúne regularmente con los encargados de la gestión de riesgo de la Compañía, para revisar (i) el adecuado funcionamiento del proceso de gestión de riesgo; (ii) el detalle de la matriz de riesgo de la Compañía y su metodología estandarizada de gestión; y (iii) las recomendaciones y mejoras a realizar para gestionar de mejor manera los riesgos de la entidad; manteniendo debida y oportunamente informado al Directorio. El Comité de Auditoría y Riesgos también revisa y monitorea la gestión de riesgos normativas relacionadas a los programas de cumplimiento de Prevención de Delitos, Prevención de Infracciones al Consumidor, y Protección Datos Personales. Para más información, ver 4.2.3.2 Comité de Auditoría y Riesgos.

MEMORIA INTEGRADA 2023

La Compañía cuenta además con un Comité de Riesgo de la Administración, presidido por el Gerente General, el cual mantiene debida y oportunamente informado al Comité de Auditoría y Riesgos de la Compañía de la gestión de los riesgos de la sociedad. Dicho Comité sesiona mensualmente y extraordinariamente cada vez que sea necesario. Adicionalmente, el Contralor de SMU es miembro permanente de dicho Comité y mantiene informado directamente al Comité de Auditoría y Riesgos respecto del funcionamiento de la gestión del riesgo en la Administración.

Adicionalmente, la Gerencia de Control Interno, a través de su área de gestión de riesgos, emite y envía mensualmente al Directorio un reporte con el estado de los principales riesgos que afectan a la Compañía, el que incluye el resultado de los indicadores de monitoreo y las explicaciones correspondientes.

Auditoría Interna

El Comité de Auditoría y Riesgos de SMU se reúne mensualmente con la Gerencia de Contraloría de la Compañía para revisar los controles y acciones de mitigación a través de planes de auditoría internos, manteniendo debida y oportunamente informado al Directorio de estas materias, de cada una de sus sesiones, y sometiendo a su aprobación determinados aspectos vinculados con el funcionamiento de la Contraloría, como ejemplo, el plan de auditoría anual y su nivel de avance respectivo. Adicionalmente, este comité vela por la independencia de la función de Contraloría con la Administración.

Auditoría Externa

El Directorio de la Compañía se reúne cuatro veces al año con la empresa de auditoría externa para analizar, entre otras cosas, el programa de auditoría externa y sus resultados; las eventuales diferencias detectadas en la auditoría respecto de prácticas contables, sistemas administrativos y auditoría interna; eventuales deficiencias que se hubieren detectado y aquellas situaciones irregulares que por su naturaleza deban ser comunicadas a los organismos fiscalizadores competentes; y los posibles conflictos de intereses que puedan existir en la relación con la empresa de auditoría o su personal, tanto por la prestación de otros servicios a la sociedad o a las empresas de su grupo empresarial, como por otras situaciones. También se reúnen cada vez que sea necesario, teniendo los auditores externos acceso expedito al Directorio.

Programas de Cumplimiento

El Encargado de Cumplimiento de los programas de cumplimiento de Prevención de Delitos, Prevención de Infracciones al Consumidor y Protección Datos Personales se reúne trimestralmente con el Comité de Auditoría y Riesgo (más información en sección 4.2.3.2) donde se revisa la gestión del Canal de Denuncias y Consultas y el seguimiento de los programas. El Directorio se reúne al menos de manera semestral con el Encargado de Cumplimiento para aprobar el plan anual de los programas, incluyendo los planes de capacitación, y revisar la gestión semestral de los mismos, considerando las actividades de prevención, corrección, respuesta y supervisión.

Adicionalmente, el Directorio se reúne también al menos semestralmente con el Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, para revisar el programa, el plan de anual de trabajo,

las acciones preventivas, correctivas, respuesta y supervisión, y todo el plan de capacitaciones y comunicaciones para la Compañía.

4.2.2.2

ELECCIÓN DE DIRECTORAS Y DIRECTORES

De acuerdo a los estatutos de la Compañía, el Directorio durará un período de tres años en sus funciones, al final del cual, todos sus miembros cesarán en sus funciones, sin perjuicio de que la Junta de Accionistas pueda reelegir indefinidamente a uno o más de ellos.

En las elecciones que se efectúen en las Juntas, los accionistas podrán acumular sus votos en favor de una sola persona o distribuirlos en la forma que estimen conveniente y se proclamarán elegidos a los que en una misma y única votación resulten con el mayor número de votos hasta completar el número de cargos por proveer. No obstante, por acuerdo unánime, se podrá acordar omitir la votación y proceder a elegir por aclamación, cuando el número de directores nominados es igual al número de vacantes (nueve).

El Directorio de SMU ha declarado que en su opinión y en el interés de la Compañía, considera aconsejable que el Directorio se conforme de personas de diferentes profesiones, edades, géneros y trayectorias laborales, de manera que cada director o directora aporte con diversos conocimientos y experiencias. Igualmente, se espera que los candidatos a integrar el Directorio cumplan con los valores del sello CERCA (Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad), que no presenten ninguna de las inhabilidades o circunstancias que impidan a una persona ser candidato a director según lo establece la Ley N°18.046, que cuenten con tiempo suficiente para llevar a cabo las responsabilidades necesarias del cargo, que cuenten con capacidad de evaluar los desafíos y oportunidades que se presentan a la Compañía de manera crítica y estratégica, que cuenten con algún conocimiento y/o experiencia en materias financieras, retail y consumo, gestión de riesgos, administración de empresas, legal y/o tecnología y digital, y que cuenten con voluntad de comprender y comprometerse a los más altos estándares éticos en la dirección de la Compañía.

Con anterioridad a la celebración de Juntas de Accionistas en que corresponde elegir a los integrantes del Directorio, SMU publica en su página web información acerca de la experiencia, profesión u oficio de cada candidata o candidato a director con la mayor anticipación posible antes de la votación correspondiente, sin perjuicio de que la ley permite que candidatos a director sean nominados en el mismo momento de la Junta de Accionistas correspondiente, y en dicho caso no es factible publicar la información con anticipación.

4.2.2.3

INDUCCIÓN DE NUEVOS INTEGRANTES

De acuerdo a la Política Sobre Inducción de Nuevos Directores de SMU, cuando se incorpora un nuevo director o directora, tendrá un proceso de inducción que le permita

MEMORIA INTEGRADA 2023

conocer y comprender la organización. Para esto, se le hace entrega de un dossier de documentos con información relevante cuya lectura se complementa posteriormente con un programa de reuniones con la Presidenta y Vicepresidenta del Directorio, con los directores que participan en comités, con el Gerente General y con los gerentes corporativos.

El dossier de documentos incluye, entre otros: los estatutos, el código de ética y conducta de negocios, el manual de prevención de delitos, el manual de libre competencia y otras políticas y procedimientos de SMU; actas de juntas de accionistas, sesiones del Directorio y sesiones de comités de directores; leyes pertinentes, como por ejemplo, de sociedades anónimas, mercado de valores, responsabilidad penal de personas jurídicas y protección de los derechos de los consumidores, entre otras; y documentos publicados por la Compañía, como la memoria anual, estados financieros, y comunicados de prensa.

El objetivo de las reuniones con directores y ejecutivos es obtener información de primera fuente sobre materias como la historia, visión, propósito y valores de SMU, su modelo de negocios y plan estratégico, el funcionamiento del Directorio, los grupos de interés de la Compañía, los principales indicadores de gestión y financieros, el modelo de control interno y de gestión de riesgos, y el marco jurídico vigente más relevante aplicable a la Compañía, entre otras.

4.2.2.4

MEJORA CONTINUA

Para asegurar que sus integrantes se mantengan actualizados en las diversas materias que deben conocer para un adecuado desempeño de sus funciones, el Directorio cuenta con una política de capacitación de sus miembros, cuyas materias define anualmente de acuerdo a las necesidades que ha identificado. Para estas capacitaciones, la Compañía ha desarrollado además de sesiones presenciales, una academia de capacitación online. Las materias de capacitación pueden incluir, entre otras: mejores prácticas de gobierno corporativo; gestión de riesgos; libre competencia, fallos, sanciones o pronunciamientos relevantes; ley sobre delitos económicos; protección al consumidor, y avances en materias de inclusión, diversidad y sostenibilidad, tanto a nivel nacional como internacional.

A partir del año 2022, el Directorio implementó un proceso de evaluación anual de su desempeño colectivo con la asesoría de un tercero. Este proceso busca que el Directorio pueda adoptar mejoras a su funcionamiento, desempeño y poder identificar materias a capacitarse para fortalecer y/o actualizar sus conocimientos. Durante el año 2023, el Directorio contrató los servicios de un asesor externo, cuyos objetivos fueron: (i) Apoyar al Directorio en su proceso de autoevaluación, aportando una metodología y una visión externa (ii) Colaborar con el Directorio en interpretar y hacerse cargo de las conclusiones del trabajo, (iii) Apoyar al Directorio a generar iniciativas concretas, con el fin de que puedan enfrentar de mejor manera sus desafíos estratégicos.

4.2.2.5

GESTIÓN DEL DIRECTORIO EN 2023

Durante el año 2023, el Directorio de SMU celebró 12 sesiones ordinarias y 12 sesiones extraordinarias. El gerente general participó en todas las sesiones.

Durante las sesiones celebradas, se revisaron las materias contempladas en su planificación anual, así como también, materias adicionales que surgieron en el transcurso del año.

Durante el año 2023, se realizó un Directorio en terreno donde se visitó la VI región. El primer día se visitaron los siguientes locales de la Comuna de Rancagua: Unimarc Rancagua Kennedy, Mayorista 10 Av. Brasil, Super 10, Alvi Rancagua, Unimarc San Juan de Machalí, Mayorista 10 Rengo. Al día siguiente se visitaron los siguientes locales en la comuna de Santa Cruz y San Fernando: Mayorista 10 Santa Cruz, Unimarc San Fernando I y Mayorista 10 San Fernando. Participaron de esta actividad en conjunto con el Directorio, el Gerente General, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, Gerente Corporativo de Operaciones, Gerente Corporativo Comercial, Gerente Corporativo de Planificación y Estrategia, Gerente Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, Gerente Corporativa Inmobiliario, y los Gerentes a cargo de los formatos Unimarc, Mayorista 10 y Super 10.

En esta visita se revisó el estado, desempeño y funcionamiento de la tienda, sus indicadores de venta, personas y clientes más relevantes, se revisa la propuesta de valor del formato y se revisaron las preocupaciones y mejoras en relación con las instalaciones y su funcionamiento.

Durante el año 2023 se definió un programa de capacitación para los directores que incluyó un total de ocho cursos, sobre las siguientes materias: Libre competencia (2), Protección al consumidor, Protección de datos personales, Prevención de Delitos, Derechos Humanos en la empresa, y Deberes relacionados con transacciones de valores y manejo de información. El 100% de los directores realizaron el 100% de los cursos.

Adicionalmente, en junio de 2023, el gerente de control interno realizó una presentación al Directorio sobre el Proceso Evaluación de Riesgos Corporativos, dando cuenta de la Cronología de hitos que configuran el escenario actual respecto a la gestión del riesgo en la Compañía desde el año 2019 al 2023. El Directorio solicitó mejoras al modelo actual, principalmente en: (i) la Integración de todos los riesgos en el modelo que permita tener una visión global del estado de riesgos de la Compañía, por responsable, (ii) implementar una herramienta automatizada que permita realizar gestión sobre los riesgos identificados y analizados, y (iii) Fortalecer cultura de riesgos en los distintos niveles de la Compañía.

Durante el año 2023, el Directorio no realizó desembolsos por asesorías.

Durante el año 2023, la empresa KPMG Auditores Consultores SPA prestó un servicio de verificación limitada de 5 contenidos ESG, sin costo, que no representó una asesoría, sino una auditoría no financiera.

La empresa de auditoría externa fue designada por la Junta Ordinaria de Accionistas de SMU en su sesión de fecha 20 de abril de 2023.

Asistencia Sesiones del Directorio 2023

Nombre	Sesiones Ordinarias	Sesiones Extraordinarias	Total
Pilar Dañobeitía Estades	11	11	22
Francisca Saieh Guzmán	12	12	24
Alejandro Álvarez Aravena	12	12	24
Abel Bouchon Silva	12	9	21
Fernando Del Solar Concha	12	12	24
Andrés Olivos Bambach	11	12	23
Rodrigo Pérez Mackenna	12	11	23
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer	12	11	23
Raúl Sotomayor Valenzuela	11	11	22

4.2.3

COMITÉS DEL DIRECTORIO

Para una mejor gestión de las distintas materias relevantes, la Compañía cuenta además con diferentes comités especializados, integrados por directores, los que gestionan temas de auditoría y riesgos, personas, sostenibilidad, inversiones, cumplimiento y estrategia, además del Comité de Directores exigido por la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. La designación de los miembros de cada comité tiene en consideración las experiencias y habilidades de cada director.

Cada uno de los comités del Directorio cuenta con la misma política para la contratación de asesorías. De acuerdo a dicha política, cada comité está facultado para contratar especialistas en las materias que considere que sea de interés y beneficio para la Compañía, pudiendo las asesorías ser propuestas por al menos un director. Es el comité respectivo el que decide la contratación de una determinada asesoría. No obstante, uno o más directores pueden ejercer el derecho a veto de un asesor en particular. El gasto que involucre la asesoría será aprobado por el Directorio. Para el caso del Comité de Directores, de acuerdo lo establece la Ley N° 18.046, es la junta ordinaria de accionistas la que determina un presupuesto de gastos de funcionamiento del Comité y sus asesores, el que no podrá ser inferior a la suma de las remuneraciones anuales de los miembros del Comité, y éste podrá requerir la contratación de la asesoría de profesionales para el desarrollo de sus labores, conforme al referido presupuesto.

La contratación será hecha estrictamente en base a los méritos y prestigio profesional de los asesores, y los honorarios pactados no excederán los valores de mercado existentes para asesorías similares a las contratadas.

4.2.3.1

COMITÉ DE DIRECTORES

SMU S.A. cuenta con un Comité de Directores en virtud de lo dispuesto por el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046. El Comité de Directores es responsable de analizar temas de importancia estratégica, de manera de contribuir a que la gestión y las decisiones de inversión de la Compañía se lleven a cabo resguardando el interés de todos los accionistas; proponer al Directorio los nombres de los auditores externos y clasificadores de riesgo, para que sean sugeridos y aprobados en la respectiva Junta de Accionistas; y revisar periódicamente los informes presentados por los auditores externos, los estados financieros de la Compañía, las transacciones con partes relacionadas, las políticas de remuneraciones y los planes de compensación de gerentes, principales ejecutivos y trabajadores.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias reportando al Directorio siguiente, después de cada sesión. Las primeras se celebran mensualmente en las fechas y horas predeterminadas por el propio Comité y no requieren de citación especial. Las segundas se celebran cuando las cite especialmente el Presidente del Comité o el Gerente General de la sociedad, por sí, o a indicación de uno o más de sus miembros sin que el Presidente o el Gerente General estén facultados para calificar previamente la necesidad de la reunión.

El Comité de directores se reúne trimestralmente con las Gerencias Corporativas de Administración y Finanzas y de Contraloría para la revisión de las partidas más relevantes de los estados financieros trimestrales, recomendando al Directorio su aprobación, si así lo estime conveniente. En esas sesiones participa el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, el Gerente de Contabilidad, la Gerenta Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, la Gerenta de Relación con Inversionistas, el Gerente Corporativo de Contraloría, la Subgerente de Auditoría y el Gerente de Asuntos Legales.

Con la empresa de auditoría externa a cargo de la auditoría de los estados financieros se reúne tres veces al año para revisar la conclusión de auditoría externa a SMU S.A. y filiales del año anterior; presentar los resultados de su revisión sobre la información financiera intermedia; y revisar la carta de control interno.

Los integrantes del Comité de Directores fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 26 de abril de 2021.

Comité de Directores: Integrantes y Remuneraciones 2023 y 2022

Nombre	Cargo	2023(M\$)	2022 (M\$)
Rodrigo Pérez Mackenna *	Presidente	57.690	39.824
Alejandro Álvarez Aravena	Director Titular	46.058	39.593
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer *	Directora Titular	46.016	39.552

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas.

Para información sobre la gestión del Comité de Directores durante el año 2023, ver Sección 4.3 Informe Anual del Comité de Directores.

4.2.3.2

COMITÉ DE AUDITORÍA Y RIESGOS

La Compañía cuenta con un **Comité de Auditoría y Riesgos** integrado por directores, cuya principal tarea es monitorear el proceso de gestión de riesgos y el estado del control interno. Se reúne regularmente con el área de Contraloría y con los encargados de la gestión de riesgo de la Compañía, para revisar el adecuado funcionamiento del proceso de gestión de riesgo, para revisar los controles y acciones de mitigación a través de planes de auditoría internos, revisar las matrices de riesgos así como las principales fuentes de riesgos y metodologías para la detección de nuevos riesgos y la probabilidad e impacto de ocurrencia de los más relevantes, manteniendo debida y oportunamente informado al Directorio de estas materias.

Además, tiene un rol relevante en verificar la integridad de la información corporativa y los estados financieros, a través de una adecuada supervisión de dichos procesos, manteniendo debida y oportunamente informado al Comité de Directores y al Directorio sobre estas materias. Adicionalmente, vela por la independencia de la función de Contraloría con la Administración.

Este Comité sesiona de manera ordinaria de forma mensual y extraordinariamente cada vez que se requiera, y rinde cuenta al Directorio de cada una de sus sesiones, y somete a su aprobación las materias que éste debe aprobar.

En relación a la gestión del Comité durante este año 2023, destacan las revisiones a los siguientes temas: (i) Plan de auditoría interna 2023, (ii) Reportes trimestrales del Canal de Denuncias y Consultas de la Compañía, (iii) Gestión de Riesgos en relación a la Estrategia 2023-2025, (iv) Proceso de compra SMU, (v) Investigación caso Alvi, (vi) Consultoría actualización modelo gestión de riesgos, (vii) Presentación de nuevo socio de KPMG, (viii) Informe situación incidente GTD, (ix) Avance evaluación de riesgos y (x) Revisión modificaciones al manual de manejo de información de interés para el mercado.

Los integrantes del Comité de Auditoría y Riesgos fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 26 de abril de 2021.

Comité de Auditoría y Riesgos: Integrantes y Remuneraciones 2023 y 2022

Nombre	Cargo	2023 (M\$)	2022 (M\$)
Pilar Dañobeitía Estades	Presidenta	28.805	19.786
Andrés Olivos Bambach	Director Titular	23.009	19.770
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer *	Directora Titular	23.008	19.776

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas.

El Comité de Auditoría y Riesgos no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2023.

4.2.3.3

COMITÉ DE INVERSIONES

El principal objetivo del Comité de Inversiones es evaluar, analizar y aprobar los principales proyectos de inversión de la Compañía. Asimismo, revisa modificaciones significativas en el monto y/o alcance de los proyectos previamente aprobados; revisa el presupuesto anual de inversiones y lo aprueba antes de someterlo al Directorio para su aprobación; y revisa los seguimientos de proyectos post-inversión para entender y evaluar los impactos en la Compañía. Entre ellas, aprueba las aperturas de nuevas tiendas, remodelaciones y reconversiones de tiendas, desarrollo y automatización de la red logística, inversiones en e-commerce, proyectos de mejoras de productividad, e implementación de proyectos normativos.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias. Las primeras se celebran mensualmente y las segundas cuando las cite especialmente el Presidente del Comité o el Gerente General de la sociedad, o el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas de la sociedad por sí, o a indicación de uno o más de sus miembros, sin que el Presidente o el Gerente General o el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas estén facultados para calificar previamente la necesidad de la reunión. El Comité de Inversiones se reúne para revisar proyectos de inversión dentro de los parámetros establecidos por la Compañía. Las decisiones adoptadas en cada sesión son llevadas al directorio del mes respectivo, para efectos de su aprobación definitiva.

Durante el año se han revisado y aprobado principalmente proyectos que tienen que ver con apertura de nuevos locales, remodelaciones y reconversiones de locales, proyectos tecnológicos, desarrollo y automatización de la red logística, inversiones en e-commerce, y mejoras de productividad, entre otros.

MEMORIA INTEGRADA 2023

Los integrantes del Comité de Inversiones fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 26 de abril de 2021. Además de los cuatro directores, en este comité también participan el Gerente General, el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas y el Gerente Corporativo de Estrategia y Desarrollo de SMU S.A., estos dos últimos solo con derecho a voz.

Comité de Inversiones: Integrantes y Remuneraciones 2023 y 2022

Nombre	Cargo	2023 (M\$)	2022 (M\$)
Abel Bouchon Silva	Presidente	24.291	18.146
Pilar Dañobeitía Estades	Directora Titular	19.235	18.218
Andrés Olivos Bambach	Director Titular	19.230	18.205
Rodrigo Pérez Mackenna *	Director Titular	19.254	18.335

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas.

El Comité de Inversiones no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2023.

4.2.3.4

COMITÉ DE PERSONAS

Dentro de los objetivos del Comité de Personas están los de asistir a la Administración en diferentes aspectos laborales tales como la relación con políticas y procedimientos dirigidos a los colaboradores, compensaciones, cultura, liderazgo, incentivos y beneficios, seguridad ocupacional, diversidad e inclusión, entre otros.

El Comité es de carácter permanente y sesiona en forma ordinaria en las oportunidades que así lo determinen sus miembros, las que deberán ser, a lo menos, una vez al trimestre. El Comité podrá sesionar en forma extraordinaria, cuando así lo estime conveniente el Presidente del Comité y/o el Gerente General, reportando al Directorio después de cada sesión.

El Comité de Personas, al igual que el Comité de Sostenibilidad, analizan, entre otros temas, las barreras organizacionales, sociales o culturales detectadas que pudieren estar inhibiendo la natural diversidad que se habría dado de no existir esas barreras. Ambos Comités mantienen debida y oportunamente informado al Directorio sobre estos temas, sometiendo a su aprobación aquellas materias que lo requieran.

Durante el año 2023, la gestión del Comité estuvo enfocado en materias de rentas, incentivos, programas de diversidad e inclusión, reformas laborales, así como futuros proyectos legales con impacto en el negocio.

Los integrantes del Comité de Personas fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 26 de abril de 2021.

Comité de Personas: Integrantes y Remuneraciones 2023 y 2022

Nombre	Cargo	2023 (M\$)	2022 (M\$)
Fernando Del Solar Concha	Presidente	14.471	6.671
Pilar Dañobeitía Estades	Directora Titular	11.549	6.668
Francisca Saieh Guzmán	Directora Titular	13.333	6.670

El Comité de Personas no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2023.

4.2.3.5

COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

El principal objetivo del Comité de Sostenibilidad es asesorar a la Administración de la Compañía en asuntos y lineamientos relativos a mejores prácticas en materia de sostenibilidad alineados a la estrategia de negocios, al plan estratégico de la Compañía y al cumplimiento de los objetivos de la misma, tales como sociales, medio ambientales y de cambio climático.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias. Las primeras se celebran trimestralmente, de acuerdo con el calendario de Gobiernos Corporativos que SMU S.A. tenga para ese año, y no requieren de citación especial. Las segundas se celebran cuando las cite especialmente el Presidente del Comité o el Gerente General de la Compañía, o la Gerenta Corporativa de Personas y Sostenibilidad de la Compañía por sí, o a indicación de uno o más de sus miembros, sin que el Presidente o Gerente General o la Gerenta Corporativa de Personas y Sostenibilidad estén facultados para calificar previamente la necesidad de la reunión, reportando al Directorio después de cada sesión.

Las principales materias abordadas por el Comité durante el 2023 han sido las siguientes: (i) Seguimiento del Plan de Trabajo 2023 de sostenibilidad, considerando las iniciativas estratégicas de “Creación de Valor Compartido” y de “Cuidado del Medioambiente” del eje “Organización Comprometida y Sostenible”, revisando los avances en cada uno de los proyectos aquí contenidos; (ii) Proceso de elaboración de la Memoria Integrada 2023, revisándose los avances de su elaboración, así como los resultados del proceso de materialidad, bajo las directrices del GRI (Global Reporting Initiative); (iii) Status de implementación de la Ley REP; (iv) Marco normativo en materia de sostenibilidad, y (v) Revisión anual de los resultados de la evaluación del Cuestionario CSA (Corporate Sustainability Assessment) para el Dow Jones Sustainability Index. Además, durante este

MEMORIA INTEGRADA 2023

año se incorporó, el monitoreo de un Cuadro de Mando de Sostenibilidad con indicadores de las iniciativas más relevantes en materia ESG.

Los integrantes del Comité de Sostenibilidad fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 26 de abril de 2021. Además de los cuatro directores, en este Comité también participan el gerente general, la gerenta corporativa de personas y sostenibilidad y la gerenta de sostenibilidad de SMU S.A., estas dos últimas solo con derecho a voz.

Comité de Sostenibilidad: Integrantes y Remuneraciones 2023 y 2022

Nombre	Cargo	2023 (M\$)	2022 (M\$)
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer *	Presidenta	9.920	6.610
Pilar Dañobeitía Estades	Directora Titular	7.745	6.613
Fernando Del Solar Concha	Director Titular	5.765	6.600
Francisca Saieh Guzmán	Directora Titular	7.745	6.614

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas.

El Comité de Sostenibilidad no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2023.

4.2.3.6

COMITÉ DE CUMPLIMIENTO

Las facultades y deberes del Comité de Cumplimiento son la siguientes: (i) Proponer al Directorio el nombramiento y remoción del Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia; (ii) velar por el buen cumplimiento de los deberes del Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia; y (iii) monitorear y hacer seguimiento periódico al plan de cumplimiento de libre competencia, y evaluar y proponer mejoras.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias, reportando al Directorio después de cada sesión y sometiendo a su aprobación las materias que requieren ser aprobadas por éste. Las sesiones ordinarias se celebran cada tres meses y no requieren de citación especial. Las sesiones extraordinarias se celebran cuando las cite especialmente el Presidente del Comité por sí, o a indicación de uno o más de sus miembros, o del Encargado de Libre Competencia, sin que los otros miembros estén facultados para calificar previamente la necesidad de la reunión.

En relación a la gestión del Comité durante este año 2023, destaca la revisión de los siguientes temas: (i) Plan del Programa de Cumplimiento Libre Competencia 2023, su avance y monitoreo, (ii) Resultado de los Monitoreos semestrales incluidos en el Programa, (iii) Estado de avances Cumplimiento del fallo del TDLC por caso colusión pollos, incluido el

estados de las Auditorías ordenadas por Fallo, y el reporte a la Fiscalía Nacional Económica de su cumplimiento, (iv) Revisión y seguimiento a la actualización de la Matriz de Riesgo de Libre Competencia, (v) Seguimiento a demanda colectiva derivada por caso solución pollos y acuerdo con Sernac y Conadecus , (vi) Revisión y seguimiento al sistema de alertas DLP, (vii) Revisión del Programa de Cumplimiento de Libre Competencia para el año 2024 y (xii) Seguimiento al presupuesto año 2023 y propuesta presupuesto año 2024.

Los integrantes del Comité de Cumplimiento fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 26 de abril de 2021.

Comité de Cumplimiento: Integrantes y Remuneraciones 2023 y 2022

Nombre	Cargo	2023 (M\$)	2022 (M\$)
Pilar Dañobeitía Estades	Presidenta	11.675	6.520
Andrés Olivos Bambach	Director Titular	9.505	6.515
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer *	Directora Titular	9.505	6.520

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas.

El Comité de Cumplimiento no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2023.

4.2.3.7

COMITÉ DE ESTRATEGIA

El principal objetivo del Comité de Estrategia es generar una instancia consultiva formal, de asesoría y coordinación entre la presidencia y la vicepresidencia del Directorio y la administración de la Compañía, principalmente para la evaluación de los proyectos estratégicos más relevantes tales como E-Commerce, marcas propias, servicios financieros y para revisar, analizar y sugerir su plan estratégico trienal Asimismo, analiza los proyectos inmobiliarios más relevantes de la Sociedad, las oportunidades estratégicas y la compra o venta de activos importantes.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias. Las primeras se celebran semanalmente y no requieren de citación especial. Las segundas se celebran cuando las cite especialmente el Gerente General de la sociedad, o el Presidente del Directorio de la Sociedad.

Durante el año 2023 el Comité de Estrategia brindó apoyo a la administración en temas: (i) Inmobiliarios, (ii) Marcas propias, (iii) Ecommerce, (iv) Alianzas y (v) Eficiencia operacional.

Los integrantes del Comité de Estrategia fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU S.A. celebrada el 25 de mayo de 2020. Además de las dos directoras, el comité está integrado por el Gerente General de la Compañía y por un miembro externo

MEMORIA INTEGRADA 2023

asesor cuya asesoría fue renovada por acuerdo del Directorio por tres años a contar del 1 de mayo de 2023.

Comité de Estrategia: Integrantes y Remuneraciones 2023 y 2022

Nombre	Cargo	2023 (M\$)	2022 (M\$)
Pilar Dañobeitia Estades	Presidenta	-	-
Francisca Saieh Guzmán	Directora Titular	-	-

El Comité de Estrategia incurrió en gastos de asesoría por UF 6.400 durante el año 2023.

4.3 INFORME ANUAL DEL COMITÉ DE DIRECTORES

Santiago, 25 de marzo de 2024

Señora
Pilar Dañobeitia Estades
Presidenta del Directorio
SMU S.A.
PRESENTE

Ref.: Informe de Gestión Anual Comité de Directores año 2023.

De mi consideración,

Por la presente y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley N°18.046 sobre Sociedades Anónimas (“LSA”), a continuación, informo a usted de la gestión anual del Comité de Directores (el “Comité”) de SMU S.A. (la “Sociedad”), correspondiente al año 2023.

CONFORMACIÓN COMITÉ DE DIRECTORES

En junta ordinaria de accionistas celebrada con fecha 20 de abril de 2021 yo, Rodrigo Perez Mackenna, fui designado como miembro del Directorio de SMU S.A. en calidad de director independiente de conformidad con el artículo 50 bis de la Ley 18.046.

En sesión extraordinaria de Directorio de SMU S.A. celebrada con fecha 26 de abril del año 2021, tal como establece el Artículo 50 bis de la Ley sobre Sociedades Anónimas, el Comité de Directores estaría integrado por tres miembros, la mayoría de los cuales deberían ser independientes. Teniendo en cuenta lo anterior, la Junta de Accionistas celebrada con fecha 20 de abril de 2021 eligió en calidad de independiente a la señora Tina Rosenfeld y al suscrito. Ahora bien, tal y como establece la norma antes citada, así como las instrucciones impartidas por la autoridad de valores al respecto, al haber dos directores independientes electos, el tercer miembro del Comité lo elige el Directorio.

Dando cumplimiento a lo dispuesto a lo anterior el Directorio eligió como tercer miembro del Comité a don Alejandro Álvarez Aravena.

Le hago presente que, al momento de mi designación como miembro del Comité y presidente del mismo, y a esta fecha, quien suscribe reúne los requisitos necesarios para ser considerado como director independiente de la Sociedad, según lo dispuesto en la LSA.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR EL COMITÉ DE DIRECTORES

Durante el año 2023, el Comité de Directores de SMU S.A. sesionó en 26 oportunidades y, haciendo uso de sus facultades y cumpliendo con sus deberes legales, se abocó a lo siguiente:

- i. Revisar propuestas y proponer al Directorio los auditores externos que realizarían la auditoría de los estados financieros de la Compañía, cuya contratación sería sometida a decisión de los accionistas en la junta ordinaria anual;
- ii. Revisar propuestas y proponer al Directorio las Clasificadoras Privadas de Riesgo cuya contratación sería sometida a decisión de los accionistas en la junta ordinaria anual;
- iii. Revisar la conclusión de Auditoría Externa a SMU S.A. y Filiales año 2022;
- iv. Revisar la presentación de carta control interno 2022 realizada por KPMG;
- v. Examinar los estados financieros trimestrales (FECU) sometidos a consideración del Directorio en forma previa a su envío a la Comisión para el Mercado Financiero (“CMF”) y al mercado en general;
- vi. Revisar los informes de Auditoría Interna sobre los Estados Financieros;
- vii. Revisar resumen de los conflictos de interés directores y ejecutivos principales segundo semestre 2022 y la cuenta trimestral correspondiente al año 2023 de la gestión de conflictos de interés de directores y ejecutivos principales;
- viii. Examinar los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes, ejecutivos principales y trabajadores de la Compañía, lo que incluyó:
 - a. Revisar bono incentivo corto plazo año 2022, sus indicadores y resultados; y bono incentivo largo plazo 2021-2023;
 - b. Revisar propuesta plan incentivo corto plazo año 2024;
- ix. Revisar las distintas presentaciones relativas al negocio de la filial Unicard, derivando en las propuestas detalladas en la sección “Recomendaciones y Solicitudes del Comité de Directores”, punto iv.;
- x. Revisar las operaciones con partes relacionadas vigentes;
- xi. Revisar comparativo de propuestas de contratación de asesoría en compensaciones e incentivos;
- xii. Revisar la propuesta de actualización de la política de donaciones, y en específico, la campaña Unidos;
- xiii. Revisar la propuesta de contratación a KPMG de verificación limitada de información ESG;
- xiv. Revisar la propuesta de actualización de lista de competidores, clientes y proveedores según lo estipulado en el Artículo 18 de la Ley N°18.045, Ley de Mercado de Valores;
- xv. Revisar la política de habitualidad de la Compañía y presentación sobre normativa en consulta de la CMF sobre esta materia,
- xvi. Revisar propuesta de cambios en la política de conflicto de intereses;

- xvii. Revisar presentación sobre proceso para la elección de auditores externos para el próximo período;
- xviii. Revisar propuesta de agenda del comité de directores para el año 2024.
- xix. Revisar y recomendar al Directorio la aprobación de los Contratos con Partes Relacionadas detallados en el número siguiente.

OPERACIONES CON PERSONAS O ENTIDADES RELACIONADAS Y OTROS CONTRATOS

En relación a las operaciones con personas o entidades relacionadas, comunico a usted que, de conformidad con lo establecido en el Título XVI de la LSA, las siguientes operaciones realizadas durante el año 2023 fueron revisadas e informadas en su oportunidad al Directorio de SMU. El Comité, previo a recomendar al Directorio su aprobación, revisa que la respectiva operación con personas relacionadas, sometida a su conocimiento tenga por objeto contribuir al interés social y se ajuste en precio, términos y condiciones a aquellas que prevalezcan en el mercado al tiempo de su aprobación. Para lo anterior, solicita que en la sesión donde se revisará la operación con personas relacionadas, se presenten además otras alternativas o referentes similares presentes en el mercado y se expliquen los motivos del porqué se recomienda esta alternativa por sobre las otras:

- i. Contrato de arriendo de espacios para lugar de alimentación de Oficina Central a sociedad en que participa el director Sr. Abel Bouchon;*
- ii. Designación del Miembro Externo del Comité de Estrategia, definiendo al Sr. Álvaro Saieh, controlador de SMU S.A.;*
- iii. Compra de terreno en Zapallar a sociedad (Terranueva) relacionada con el director Sr. Alejandro Álvarez por ser director de la matriz;*
- iv. Contrato entre SMU y Copesa, sociedad relacionada con el controlador Sr. Álvaro Saieh Bendeck, para el desarrollo de beneficios exclusivos para Club Unimarc;*
- v. Contrato de Prestación de Servicios de Recaudación entre Rendic Hermanos S.A. con Unicard S.A., sociedades relacionadas con el controlador Sr. Álvaro Saieh Bendeck.*
- vi. Otorgamiento de Líneas de crédito, posteriores renovaciones y aumento de capital a Unicard, sociedad relacionada con el controlador Sr. Alvaro Saieh Bendeck.*

En conclusión, puedo informar al Directorio que durante el ejercicio 2023, el Comité de Directores se ocupó cabalmente de las materias que precisa el artículo 50° bis de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas, analizando y contribuyendo al mejor desarrollo del accionar de los órganos de dirección de la Sociedad.

RECOMENDACIONES Y SOLICITUDES DEL COMITÉ DE DIRECTORES

Durante su gestión por el período correspondiente al año 2023, el Comité de Directores realizó, entre otras, las siguientes actividades, recomendaciones y solicitudes:

- i. Acordó proponer al Directorio la siguiente priorización de propuestas de los auditores externos para ser a su vez sugeridos a la junta ordinaria de accionistas de SMU: 1er lugar: KPMG y 2do lugar: PWC;
- ii. Acordó proponer al Directorio que se mantengan las clasificadoras de riesgo con las que opera SMU, Feller-Rate e ICR, para ser a su vez sugeridos a la junta ordinaria de accionistas de SMU;
- iii. Acordó recomendar al Directorio (a) aprobar el pago del incentivo de corto plazo para el año 2022 en los términos expuestos; (b) aprobar la implementación de Incentivo cuatrimestral para equipo de productos digitales en los términos expuestos, (c) aprobar el Incentivo de largo Plazo 2021-2023, y (d) aprobar la propuesta de incentivo de corto plazo 2024, en los términos expuestos.
- iv. En relación al negocio de Unicard, acordó: (i) proponer al Directorio aprobar una línea de crédito a corto plazo por 6 meses para Unicard, con la misma tasa de interés con que el Banco Estado le presta a SMU, más un spread de 0,38% mes, sin garantía, por un monto de MM\$4.900, (ii) proponer al Directorio aprobar la tarifa propuesta de 0,00286 UF + IVA por cada transacción de recaudación de Unicard que opere en cajas SMU, (iii) solicitar al asesor externo una nueva valorización de Unicard para lo cual solicitó una propuesta de honorarios y plazo para realizarla; (iv) acordó aprobar la propuesta de honorarios presentada por el asesor externo; (v) proponer al Directorio aprobar extender la línea de crédito a corto plazo hasta finales de diciembre de 2023 para Unicard, con la misma tasa de interés con que el Banco Estado le presta a SMU, más un spread de 0.38% mes, sin garantía, por un monto de MM\$5.700; (vi) Solicitar a la Administración revisar con los otros accionistas de Unicard, Omega y Sams su eventual participación en un aumento de capital en Unicard, y una eventual venta de sus participaciones minoritarias en Unicard, (vii) proponer al Directorio aprobar la valoración de Unicard realizada por el asesor externo para el aumento de capital, avanzar con el aumento de capital de Unicard por MM\$4.900 así como una capitalización de la deuda garantizada por MM\$15.000, y aprobar un earn out para los minoritarios de Unicard, consistente en pagar el diferencial de la valoración de Unicard utilizada para el aumento con la valoración efectuada por el asesor externo considerando un socio estratégico, en caso que se venda Unicard en un periodo máximo de 12 meses desde la compra de sus participaciones, a los interesados hasta ese entonces;
- v. Acordó que los EE.FF, al 31 de diciembre de 2022, al 31 de marzo de 2023, al 30 de junio de 2023 y al 30 de septiembre de 2023 sean presentados al Directorio para su aprobación;
- vi. Acordó recomendar al Directorio avanzar con la contratación de WTW como asesores en compensaciones e incentivos dado que obtuvo la mayor puntuación respecto de los otros asesores presentados, considerando las recomendaciones de mitigación que realizará la oficial de libre competencia;

- vii. Acordó proponer al Directorio la aprobación de la “Campaña Unidos”, en los términos expuestos, y aprobar las modificaciones a la política de donaciones en los términos expuestos;
- viii. Acordó proponer al Directorio la aprobación de modificación de la política de conflicto de intereses;
- vii. Acordó proponer al Directorio aprobar la verificación limitada ofrecida por KPMG, por considerar que no es una asesoría, sino que más bien se trata de una auditoría no financiera;
- viii. Acordó proponer al Directorio listado de competidores, clientes y proveedores por el Artículo 18 Ley 18045 de la Ley de Mercado de Valores;
- ix. Acordó proponer al Directorio que solicite para la elección de auditores externos para el próximo periodo, se realice una licitación incorporando a las big four con indicación de socio y equipo a cargo (y su experiencia), las horas contempladas en la auditoría, el costo y cualquier otra consideración relevante para ser revisada antes de fin de año;
- x. Acordó proponer al Directorio que el seguimiento de los temas relacionados a la Política de donaciones sea visto por el Comité de Sostenibilidad, con excepción de las materias entregadas por ley al Comité de Directores;
- xi. Acordó aprobar la propuesta de calendario para el Comité de Directores para el año 2024 en los términos expuestos.

Asimismo, recomendó al Directorio aprobar una serie de operaciones con partes relacionadas que se detallan en el punto III. del presente “Informe Anual del Comité de Directores”, denominado “Operaciones con Personas o Entidades Relacionadas y Otros Contratos” procurando que se ajusten en precio, términos y condiciones a aquellas que prevalezcan en el mercado según alternativas similares, y que sea beneficiosa para la Sociedad.

GASTOS

En relación a los gastos del Comité de Directores, durante el año 2023 éste hizo uso del presupuesto de gastos de funcionamiento aprobado por la Junta General Ordinaria de Accionistas de la Compañía, celebrada con fecha 20 de abril del año 2023, por un monto de 450 UF contratada al asesor externo además los gastos relativos al pago de remuneraciones de los miembros de dicho Comité. Asimismo, se pagó 200 UF durante el año 2023 al asesor externo por asesorías financieras encargadas y realizadas a fines del año 2022.

Se deja constancia que la asesoría contratada no corresponde a los auditores externos de la Compañía, KPMG.

Sin otro particular, saluda atentamente a Ud.

Rodrigo Pérez Mackenna

Presidente

Comité de Directores

SMU S.A.

4.4 ADMINISTRACIÓN

4.4.1 EJECUTIVOS PRINCIPALES

Al 31 de diciembre de 2023, los ejecutivos principales de SMU incluyen al gerente general y los gerentes corporativos que le reportan directamente, además del gerente corporativo de contraloría, quien reporta al Directorio.

Ejecutivos Principales

Nombre	Cargo	RUT	Profesión	Fecha Designación	% Participación Acciones SMU*
Marcelo Gálvez Saldías	Gerente General	9.544.470-9	Ingeniero Comercial	08-05-2013	0,03%
Arturo Silva Ortiz	Gerente Corporativo de Administración y Finanzas	10.328.312-4	Ingeniero Comercial	05-12-2013	0,01%
Luisa Astorino Morales	Gerente Corporativa de Clientes y Marketing	22.780.768-7	Ingeniera Comercial	01-02-2022	0%
Horacio Montalva Jeréz	Gerente Corporativo Comercial	12.661.497-7	Ingeniero Comercial	01-07-2011	0%
Juan David Quijano	Gerente Corporativo de Contraloría	8.668.650-3	Contador Auditor	25-11-2019	0%
Carolina Selume Aguirre	Gerente Corporativa de Desarrollo Inmobiliario	13.242.147-1	Arquitecta	05-11-2019	3,258%
Javier Fernández Fernández	Gerente Corporativo de eCommerce	15.378.068-4	Ingeniero Comercial	12-04-2021	0%
Claudia González Montt	Gerente Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos	10.407.827-3	Abogada	15-06-2020	0%
Eduardo Herrera Barros	Gerente Corporativo de Tecnología y Digital	8.455.707-2	Ingeniero Civil Industrial	01-07-2019	0,001%

Nombre	Cargo	RUT	Profesión	Fecha Designación	% Participación Acciones SMU*
Marcelo Fuentes Guglielmetti	Gerente Corporativo de Operaciones	6.067.313-6	Tecnólogo de Alimentos	28-04-2017	0%
Paula Coronel Kurte	Gerente Corporativa de Personas y Sostenibilidad	12.162.559-8	Egresada de Derecho	03-07-2017	0%
Gustavo Persson Donoso	Gerente Corporativo de Estrategia y Desarrollo	13.036.147-1	Ingeniero Civil Industrial	08-03-2021	0%
Patricio Llosa Bellido	Gerente General SMU Perú	DNI 06451167	Ingeniero Comercial	02-02-2011	0%

* Incluye participaciones directas e indirectas. Sin cambios durante el último año.

4.4.2

REMUNERACIONES Y COMPENSACIONES

La compensación de los principales ejecutivos de SMU, incluyendo el gerente general, busca alinear los incentivos con los objetivos y resultados de la Compañía. Por lo tanto, los ejecutivos principales poseen una remuneración fija mensual y dos sistemas de remuneración variable:

- Corto plazo: que consiste en un bono anual por cumplimiento de objetivos. Estos objetivos son definidos y aprobados por el Directorio. Al comienzo de cada período de evaluación son entregados e informados a cada ejecutivo.
- Largo plazo: que consisten en un bono que tiene un componente retención y otro de cumplimiento de objetivos a tres años (2021-2023). Estos objetivos son definidos y aprobados por el Directorio y corresponden a objetivos financieros, incluyendo EBITDA, rentabilidad sobre patrimonio y apreciación bursátil de la acción de SMU versus IPSA.

Componentes Remuneración Variable Ejecutivos Principales

	Incentivo Corto Plazo (Anual)	Incentivo Largo Plazo (Trienal)
Categoría de Indicadores Aplicables	Financieros	Financieros
	Clientes	Bursátiles
	Proyectos plan estratégico	
	Gestión	

Ambos tipos de remuneración variable pueden contener diferentes categorías de indicadores asociados. Por ejemplo, indicadores financieros puede incluir KPIs de ventas, EBITDA o brecha total, mientras que los indicadores asociados a los proyectos del plan estratégico tienen que ver con el cumplimiento y desarrollo de determinadas iniciativas. A continuación se proporcionan ejemplos de algunos proyectos estratégicos considerados en el incentivo de corto plazo para el año 2023.

Ejemplos Proyectos Estratégicos Considerados en Incentivo Corto Plazo 2023

Cargo	Tipo Incentivo	KPI
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Cumplimiento plan de crecimiento orgánico (nuevas aperturas)
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Desarrollo de programa de marcas propias
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Migración a tarifa a cliente libre para locales que califican, asegurando el suministro de energía de fuentes renovables
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Gestión de consumo de energía a través de una plataforma de monitoreo, para reducir el consumo y gasto
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Debida diligencia en derechos humanos: Llevar a cabo proceso para formatos no cubiertos en 2022
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Electromovilidad: implementación de camiones eléctricos para despachos entre centros de distribución y locales
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Empaques reciclables para productos de marcas propias.
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	No desperdicio de alimentos: aumentar productos donados y valorizados como porcentaje de la merma

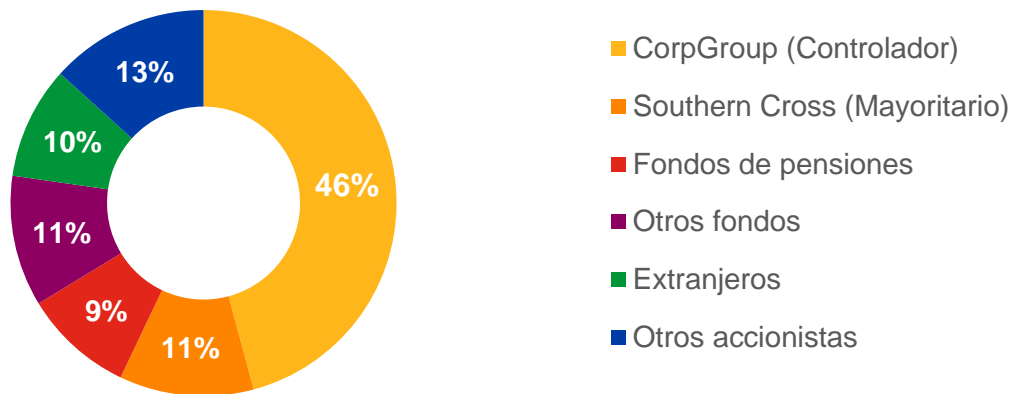
Durante los años terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2022, las remuneraciones percibidas por los gerentes y principales ejecutivos del Grupo SMU ascienden a M\$ 5.431.093 (remuneración fija M\$3.503.075 y remuneración variable M\$1.928.018) y M\$9.864.904 (Remuneración fija M\$3.030.096 y remuneración variable M\$6.834.808), distribuidos en 13 ejecutivos en ambos períodos.

Por otra parte, la Compañía mantiene un seguro complementario de salud para los ejecutivos principales y sus respectivos grupos familiares. Adicionalmente, para el grupo de ejecutivos principales, la Compañía mantiene un seguro de vida. El plan de compensación no considera pagos basados en opciones sobre acciones de la Compañía.

4.5 ESTRUCTURA ACCIONARIA

Al 31 de diciembre de 2023, la propiedad de SMU está compuesta por 5.772.576.856 acciones suscritas y pagadas, de una única serie, y 185 accionistas, cuya distribución por tipo de accionista es como sigue:

Estructura Accionaria SMU S.A.



Acciones SMU S.A.

Serie	N° de Acciones Autorizadas	N° de Acciones Suscritas	N° de Acciones Pagadas	N° de Acciones con Derecho a Voto	N° de Acciones en Cartera
Única	5.772.576.856	5.772.576.856	5.772.576.856	5.763.205.697	9.371.159

MEMORIA INTEGRADA 2023

Durante el año 2023, el accionista controlador redujo su porcentaje de participación de un 50,6% a un 45,8%, manteniendo el control de la Sociedad. Por otra parte, los fondos de pensiones aumentaron su participación desde aproximadamente un 5% hasta un 9%.

Con fecha 21 de abril de 2022, se celebró la Junta Extraordinaria de Accionistas de SMU S.A. en la que se aprobó el programa de recompra o adquisición de acciones de propia emisión, de acuerdo con lo establecido en los artículos 27 A al 27 C de la Ley sobre Sociedades Anónimas. El programa considera que el monto máximo a adquirir sea hasta por el monto de las utilidades retenidas de SMU S.A., no pudiendo mantener en cartera acciones de su propia emisión representativas de un monto superior al 5% de sus acciones suscritas y pagadas. El plazo de duración del programa es de cinco años contados desde la fecha de la Junta. La Compañía realizó compras de 9.371.159 acciones propias durante el año 2022. No hubo cambios durante el año 2023.

4.5.1 SITUACIÓN DE CONTROL

Al 31 de diciembre del 2023, la familia Saieh Guzmán compuesta por don Álvaro Saieh Bendeck, su cónyuge e hijos (en adelante, la “Familia Saieh Guzmán” y/o el “Grupo Controlador”), controlan el 45,76% de las acciones de SMU S.A., a través de las sociedades Inversiones SAMS SpA, Inversiones SMU Matriz Limitada, Fondo de Inversión Privado Epsilon, CorpGroup Inversiones Limitada, CorpGroup Holding Inversiones Limitada, Retail Holding S.A. y Retail Holding II SpA. A través de dichas sociedades, la Familia Saieh Guzmán indirectamente posee una participación de 40,55% de las acciones de SMU S.A. La Familia Saieh Guzmán controla el 100% de la sociedad CorpGroup Holding Inversiones Limitada, y ésta, a su vez, controla directa e indirectamente a las sociedades antes mencionadas que son accionistas directos de SMU S.A. Los miembros del Grupo Controlador tienen un acuerdo de actuación conjunta que no se encuentra formalizado.

Identificación del Grupo Controlador

Accionista	RUT	Porcentaje de Participación
Álvaro José Saieh Bendeck	5.911.895-1	0,02%
Jorge Andrés Saieh Guzmán	8.311.093-7	13,51%
María Catalina Saieh Guzmán	15.385.612-5	13,51%
María Francisca Saieh Guzmán	13.829.073-5	13,51%
Total Grupo Controlador		40,55%

4.5.2

OTROS ACCIONISTAS MAYORITARIOS³

SMU ha sido informada que al 31 de diciembre de 2023, Southern Cross Latin America Private Equity Fund III, L.P. y Cyprus SCG Co-Investments, L.P., ambas sociedades relacionadas a Southern Cross Group Management, L.P., controlan, indirectamente, el 11,25% de la propiedad de SMU S.A. a través de su participación en las siguientes sociedades: (i) Gestora Omega Limitada Holding y Compañía en Comandita por Acciones, RUT N° 76.025.301-4, (ii) Gestora Omega Limitada BG Uno y Compañía en Comandita por Acciones, RUT N° 76.204.906-6, (iii) Gestora Omega BG Cuarenta y Uno Limitada y Compañía en Comandita por Acciones RUT N° 76.204.917-1, (iv) Gestora Omega Limitada BG Dos y Compañía en Comandita por Acciones, RUT N° 76.204.923-6; (v) Inversiones Eland SpA, RUT N° 76.616.441-2; y (vi) SCG SpA, RUT N° 77.125.447-0.

4.5.3

POLÍTICA DE DIVIDENDOS

A diciembre de 2023, se mantiene como política de dividendos que, en la medida que la situación de los negocios sociales así lo permita y siempre teniendo en consideración los proyectos y planes de desarrollo de la Sociedad, se contemplará distribuir como dividendo a los accionistas hasta el 75% de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Sujeto a la aprobación del Directorio y, en su caso, de la Junta de Accionistas, se procurará que la referida distribución de utilidades de cada ejercicio se lleve a cabo mediante el reparto de tres dividendos provisorios, sobre la base de los resultados de los estados financieros del primer, segundo y tercer trimestre, más el dividendo definitivo a repartir en la Junta Ordinaria de cada año.

³ De acuerdo a lo requerido por la Norma de Carácter General N°461 de la Comisión para el Mercado Financiero, se deja constancia de que no existen comentarios o proposiciones efectuadas por accionistas que representen el 10% o más de las acciones con derecho a voto y que cumplan con lo prescrito en el inciso tercero del artículo 74 de la Ley N°18.046.

4.5.4 DISTRIBUCIÓN DE DIVIDENDOS

Durante los últimos tres años, la Compañía ha repartido los siguientes dividendos:

Dividendos Pagados

Dividendo	Tipo	Fecha	Dividendo por Acción (\$)	Dividendo Total (\$)	Correspondiente al Ejercicio
N° 3	Eventual	05-02-2021	1,83765	10.607.975.859	Ejercicios Anteriores
N° 4	Definitivo	27-04-2021	2,03769	11.762.722.134	2020
N° 5	Provisorio	23-06-2021	0,65525	3.782.480.985	2021
N° 6	Provisorio	28-09-2021	2,48282	14.332.269.270	2021
N° 7	Provisorio	22-12-2021	2,93258	16.928.543.436	2021
N° 8	Definitivo	29-04-2022	3,76549	21.736.580.425	2021
N° 9	Provisorio	06-06-2022	6,47041	37.350.939.015	2022
N° 10	Provisorio	06-09-2022	2,82270	16.267.800.721	2022
N° 11	Provisorio	07-12-2022	3,81874	22.008.184.123	2022
N° 12	Definitivo	28-04-2023	4,06695	23.438.669.409	2022
N° 13	Provisorio	05-06-2023	2,89043	16.658.142.643	2023
N°14	Provisorio	07-09-2023	2,44451	14.088.213.958	2023
N°15	Provisorio	05-12-2023	1,46218	8.426.844106	2023

4.5.5

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA: TRANSACCIONES EN BOLSAS

Las acciones de SMU S.A. se cotizan en la Bolsa de Comercio de Santiago y en la Bolsa Electrónica de Chile, bajo el código nemotécnico SMU. A continuación se presenta un resumen de las transacciones durante el año 2023:

Transacciones en Bolsas

Período	Precio Promedio (\$)	N° Acciones Transadas	Volumen Transado (\$)	Presencia Bursátil (% al cierre período)
Trimestre I	132,4	412.688.353	54.647.530.504	97,22
Trimestre II	141,5	376.678.430	53.301.500.489	98,33
Trimestre III	155,6	665.108.368	103.506.332.589	99,44
Trimestre IV	161,8	409.453.146	66.252.998.406	100,00
Año 2023	149,0	1.863.928.297	277.708.361.988	100,00

4.5.6

OTROS VALORES

Además de las acciones que transan en la Bolsa de Comercio de Santiago y la Bolsa Electrónica, al 31 de diciembre de 2023, SMU cuenta con los valores de renta fija que se describen a continuación.

Con fecha 26 de mayo de 2011, fue inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros bajo el registro N°667, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 7.000.000 y bajo el registro N 668 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 30 años por UF 7.000.000. No obstante lo anterior, el Emisor sólo podrá colocar bonos por un valor nominal total que no exceda de UF 7.000.000, considerando el total de los bonos que se emitan con cargo a las líneas 667 y 668.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dichas líneas vigentes al 31 de diciembre de 2023 y 2022:

- Con fecha 09 de junio de 2011 se colocaron bonos por UF 3.000.000 con cargo a la línea N°668, serie BCSMU-B, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,80%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 01 de diciembre de 2021 hasta el 01 de junio de 2032.
- Con fecha 24 de abril de 2017, se colocaron bonos por UF 1.500.000 con cargo a línea N°667, serie BCSMU-G, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija

MEMORIA INTEGRADA 2023

anual de 4,50%, y amortización de capital al vencimiento el 25 de marzo de 2021. Al 31 de diciembre de 2021 se encuentra pagado.

- Con fecha 24 de abril de 2017, se colocaron bonos por UF 1.500.000 con cargo a línea N°667, serie BCSMU-K, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,50%, y amortización de capital al vencimiento el 25 de marzo de 2021. Al 31 de diciembre de 2021 se encuentra pagado.

Producto de la fusión por incorporación de Supermercados del Sur S.A., en septiembre de 2011, SMU adquirió las obligaciones con terceros de dicha sociedad. Esto incluye las series de bonos con cargo a las líneas inscritas por Supermercados del Sur S.A.

Con fecha 20 de diciembre de 2010, fue inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros bajo el registro N°649, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 5.500.000 y bajo el registro N° 650 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 30 años por UF 5.500.000. No obstante lo anterior, el Emisor sólo podrá colocar bonos, en su primera emisión, por un valor nominal total que no exceda de UF 5.500.000, considerando el total de los bonos que se emitan con cargo a las líneas 649 y 650.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dichas líneas vigentes al 31 de diciembre de 2023 y 2022:

- Con fecha 20 de enero de 2011, se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°650, serie BSDSU-D, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,70%, y amortización de capital al vencimiento el 10 de noviembre de 2028.
- Con fecha 05 de abril de 2018, se colocaron bonos por UF 2.500.000 con cargo a la línea N°650, serie BCSMU-T, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,00%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 15 de septiembre de 2022 hasta el 15 de marzo de 2025.
- Con fecha 14 de junio de 2018, se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N 650, serie BCSMU-T, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,00%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 15 de septiembre de 2022 hasta el 15 de marzo de 2025.
- Con fecha 20 de junio de 2019, se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°650, serie BCSMU-W, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 2,50%, y amortización de capital el 01 de junio de 2040.
- Con fecha 19 de junio de 2020, se colocaron bonos por UF 3.000.000 con cargo a la línea N°649, serie BCSMU-AK, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,00%, y amortización de capital el 25 de abril de 2025.

Con fecha 13 de septiembre de 2019, fue inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero bajo el registro N°964, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 3.000.000 y bajo el registro N°965 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 30 años por UF 3.000.000. No obstante lo anterior, el Emisor sólo podrá colocar bonos por un valor nominal total que no exceda de UF 3.000.000, considerando el total de los bonos que se emitan con cargo a las líneas 964 y 965.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dichas líneas vigentes al 31 de diciembre de 2023 y 2022:

- Con fecha 23 de diciembre de 2020 se colocaron bonos por UF 3.000.000 con cargo a la línea N°964, serie BCSMU-AL, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,25%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 30 de mayo de 2022 hasta el 30 de noviembre de 2024.
- Con fecha 14 de septiembre de 2023 se colocaron bonos por UF 1.500.000 con cargo a la línea N°964, serie BCSMU-AP, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,50%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 01 de marzo de 2024 hasta el 01 de septiembre de 2033

Con fecha 07 de marzo de 2022, fue inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero bajo el registro N°1.098, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 5 años por UF 2.000.000.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dicha línea vigente al 31 de diciembre de 2023 y 2022:

Con fecha 15 de marzo de 2022 se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°1.098 serie BCSMU-AO, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 6,30% y amortización de capital al vencimiento, el 1 de marzo de 2027.

4.6 GESTIÓN DE RIESGOS

Consciente de que una adecuada gestión de riesgos es un elemento fundamental para la sostenibilidad de su negocio y el cumplimiento de sus objetivos estratégicos, SMU se ha preocupado por fortalecer esta función dentro de su gobierno corporativo. El desarrollo e implementación de un modelo sistemático de gestión de riesgos le permite identificar y evaluar riesgos de diversas naturalezas—incluyendo riesgos operacionales, financieros, sociales (incluyendo laborales y de derechos humanos), ambientales (incluyendo de cambio climático) y legales—y con diversos horizontes de tiempo, incluyendo riesgos con probabilidad de ocurrencia en la actualidad y riesgos emergentes que pueden tener un mayor impacto en el futuro. De esta forma, y en paralelo con la identificación de las oportunidades estratégicas, la Compañía puede adaptar su estrategia de corto, mediano y largo plazo, mejorando la efectividad de sus iniciativas y mitigando potenciales riesgos que pueden afectar el cumplimiento de sus objetivos.

4.6.1

GOBERNANZA DE RIESGOS

SMU cuenta con una Política de Gestión de Riesgos, en base a la norma ISO 31.000, y una Política de Control Interno, en base a COSO (*Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*). Asimismo, aplica otras mejores prácticas, como las recomendaciones del TCFD (*Task Force on Climate-Related Financial Disclosures*) para los riesgos de cambio climático.

El Directorio de SMU tiene como principal función en esta materia velar por un adecuado funcionamiento de la gestión de riesgos, ejerciendo la supervisión a través del Comité de Auditoría y Riesgos conformado por directores. Para más información, ver sección 4.2.3.2 Comité de Auditoría y Riesgos.

El Comité de Auditoría y Riesgos ejerce su rol de supervisión a través del Comité de Riesgos de la Administración, el que se reúne en forma mensual y supervisa el modelo de gestión de riesgos y el estado del control interno de la Compañía, reportando al Comité de Auditoría y Riesgos al menos trimestralmente.

El Comité de Riesgos de la Administración busca asegurar y mejorar la calidad, la eficacia del diseño, la implementación y los resultados del proceso de gestión de riesgo. Este trabajo se realiza en conjunto con todas las gerencias de SMU, las cuales realizan un relevamiento y/o actualización, al menos anualmente, de los principales riesgos a los que está expuesta la Compañía, con el fin de analizarlos y valorarlos en términos de su probabilidad de ocurrencia y potencial impacto, para luego establecer las correspondientes medidas para abordar cada riesgo según sea necesario.

La Gerencia de Control Interno está encargada de acompañar metodológicamente a quienes gestionan riesgos dentro de la Compañía, utilizando como base el modelo definido y

aprobado en las distintas instancias responsables, abordando las mejores prácticas en la detección, cuantificación, monitoreo y comunicación de riesgos.

Tal como define la Política de Gestión de Riesgos, el equipo de auditoría interna, que reporta directamente al Directorio, evalúa el modelo de gestión de riesgos de manera periódica e independiente, proponiendo cambios cuando lo estime necesario. Asimismo, el equipo de auditoría interna realiza en forma permanente auditorías a los principales procesos y situaciones que se perciben como riesgosas de manera que exista plena consistencia entre la identificación y evaluación de los riesgos, y las auditorías a los procesos y actividades que representan mayores niveles de riesgo. Este equipo además revisa la eficacia de los mecanismos de control y riesgos asociados al proceso de evaluación de riesgos de la Compañía.

La comunicación y la capacitación forman parte central de la gestión de riesgos en SMU. Las políticas y procedimientos de la Compañía están disponibles para todos los colaboradores en el sitio de intranet, y se difunden a través de correos electrónicos, exhibición en pantallas y otros medios, de acuerdo con cada caso.

La gestión de riesgos es una consideración importante al momento de definir el programa de capacitación, el que aborda, entre otras materias, los principales riesgos de negocio de SMU, tales como delitos económicos, libre competencia, protección a consumidores, protección de datos y seguridad de la información, permitiendo reforzar el conocimiento y cumplimiento de las políticas y procedimientos de la Compañía.

4.6.2

MODELO DE GESTIÓN DEL RIESGO DE SMU

La Compañía ha implementado el modelo de las tres líneas de defensa propuesto por el Instituto de Auditores Internos, para mejorar la comprensión de la gestión de riesgo y control. Cada una de las tres líneas tiene una función distinta dentro del marco general de gobierno de la organización:

- Primera línea de defensa: Quienes confrontan y gestionan diariamente el riesgo (ej. áreas de operaciones). Participan en la definición y aplicación de las medidas de control necesarias.
- Segunda línea de defensa: Quienes supervisan y apoyan que los controles y procesos de gestión de riesgo implementados por la primera línea de defensa estén diseñados correctamente y funcionando de la forma esperada (ej. área de calidad) y de esta forma aportando en la mejora de la gestión del riesgo en la Compañía.
- Tercera línea de defensa: Quienes proporcionan aseguramiento independiente en relación con la eficacia de la gestión del riesgo y del control (área de auditoría interna).
- Auditoría externa: Los auditores externos realizan una evaluación del ambiente de control interno para diseñar su plan de auditoría, levantando potenciales deficiencias y debilidades.

MEMORIA INTEGRADA 2023

- Entidades supervisoras: Autoridades como la Dirección del Trabajo y la Comisión para el Mercado Financiero, entre otras, que supervisan y fiscalizan a la Compañía

Cuando cada una cumple con su rol asignado de forma eficaz, se aumenta la probabilidad que la organización tenga éxito en su tarea de alcanzar sus objetivos generales.

Modelo de Gestión del Riesgo de SMU



La etapa de identificación de riesgos se aborda principalmente utilizando las directrices de la norma internacional ISO 31.000, la que tiene por objetivo encontrar, reconocer y describir las incertidumbres que pueden ayudar o impedir el logro de los objetivos planteados por la Compañía. Adicionalmente, se tienen en consideración las mejores prácticas respecto a otros estándares de gestión. Por otra parte, los cambios en la regulación existente tienen un proceso de seguimiento permanente desde el momento en que están en su etapa inicial (proyecto de ley). Este considera un análisis respecto de los posibles impactos que implicaría su aprobación y una priorización según dichos resultados.

Para ello se aplican las técnicas más apropiadas según corresponda (reuniones con personal clave, encuestas, eventos materializados, contexto, opinión experta, otros). La importancia de los riesgos se determina según criterios estandarizados que entregan resultados luego de tomar en consideración la experiencia y opinión de los distintos involucrados en el modelo, entre otra información. Algunos de los criterios utilizados son las posibles consecuencias (impacto de la materialización de los riesgos en distintos ámbitos: financiero, legal, medioambiente, personas y su calidad de vida, derechos humanos, salud y seguridad.), probabilidad de ocurrencia, efecto de las medidas de control existentes y niveles de riesgo (bajo, medio o alto) que permiten decidir cuándo es necesario aplicar medidas de mitigación. Finalmente, se consolidan y comparten los resultados del proceso con las áreas involucradas.

De acuerdo con su Política de Gestión de Riesgos, para definir las medidas de mitigación necesarias de aplicar, SMU ha definido su apetito al riesgo como la cantidad y tipo de riesgo que está dispuesta a aceptar para alcanzar sus objetivos. Para determinar el apetito, se ha tomado en consideración el propósito, la visión, los valores y la estrategia de la Compañía, definiendo tres niveles de riesgo. En el Nivel Bajo están aquellos riesgos cuya materialización afectaría de manera mínima la consecución de los objetivos definidos por la Compañía, representando el apetito al riesgo. En el Nivel Medio se ubican aquellos riesgos cuya materialización generaría puntos medios de afectación a la capacidad de lograr los objetivos definidos, representando la tolerancia al riesgo. En el Nivel Alto se ubican aquellos riesgos cuya materialización influiría de manera significativa en el cumplimiento de los objetivos definidos por la compañía, representando la capacidad de riesgo. La Compañía podrá decidir tomar riesgos de carácter “Alto” o “Medio” si después de un análisis de impacto-costo-beneficio de estos, resulta que merece asumirse este tipo de riesgos. Esta situación deberá ser siempre analizada y aprobada por los comités de supervisión del modelo de gestión del riesgo.

Mejora Continua

Durante el año 2023, la Compañía realizó un proyecto de estandarización de la gestión del riesgo, con el apoyo de una consultora externa, lo que implicó un proceso de alineación para uso de metodología única e identificación de riesgos a alto nivel en todas las áreas de la Compañía.

Adicionalmente, durante la implementación de este proyecto, se realizaron capacitaciones en metodología de gestión de riesgos a todas las gerencias corporativas de la Compañía y a los comités supervisores (Comité de Riesgos de la Administración y Comité de Auditoría y Riesgos del Directorio).

Para avanzar en la madurez del modelo de gestión del riesgo, en 2024 se implementará un software de gestión, que permita agilizar y desarrollar de mejor manera el proceso, mejorando así la disponibilidad de la información para la toma de decisiones y la iteración en el desarrollo de las distintas etapas del modelo.

4.6.3

FACTORES DE RIESGO

A continuación se indica una breve descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía.

Riesgos de mercado

El principal riesgo de mercado al que está expuesta la industria del retail corresponde a los períodos de contracción de la economía y que están asociados a un menor consumo. Los ingresos de operaciones en Chile de SMU representaron el 98,9% y el 99,3% de sus ingresos consolidados para los años terminados al 31 de diciembre de 2023 y 2022, respectivamente. Por consiguiente, los resultados de operaciones y condición financiera de la Compañía dependen en gran medida del nivel de actividad económica en Chile. La economía chilena

MEMORIA INTEGRADA 2023

puede ser afectada por diversos factores, incluyendo entre otros las condiciones económicas y políticas en otros países de mercados emergentes y en América Latina, y las condiciones económicas y políticas en otros países a los que Chile exporta una gran cantidad de productos

Un bajo crecimiento de la economía chilena, y otros hechos que afecten la economía chilena en el futuro, podrían generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de SMU.

Sin embargo, este riesgo está mitigado por los siguientes factores:

- La Sociedad y sus filiales comercializan productos que en gran parte corresponden a bienes de primera necesidad (alimentos), los que por su naturaleza tienen una demanda relativamente estable, a pesar de cambios que se puedan dar en la situación económica.
- La Sociedad y sus filiales poseen un proceso de abastecimiento amplio comercializando una gran variedad de productos, lo que le permite no depender particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos.
- La Sociedad y sus filiales comercializan sus productos a través de distintos formatos que apuntan a clientes de los distintos segmentos socioeconómicos distribuidos a lo largo del territorio nacional. De esta forma; cambios en la economía que pudieran afectar a algún formato, pudieran ser compensados por algún otro.

Riesgo de cumplimiento legal y regulatorio

Los diversos cambios en la legislación laboral, tributaria y comercial, entre otros que se han visto en los últimos tiempos, sumado a los nuevos cambios propuestos, podrían imponer nuevas obligaciones a la Compañía y a la vez restricciones y limitaciones operativas que finalmente impactan los costos. Asimismo, se genera un riesgo de cumplimiento legal en relación con las nuevas regulaciones. Para mitigar este riesgo, la Sociedad cuenta con una política de cumplimiento, a cargo de un Encargado de Cumplimiento, quien vela por la permanente capacitación de los colaboradores y el monitoreo de las diferentes áreas sujetas a algún tipo de regulación, particularmente prevención de delitos, seguridad de datos de terceros y protección al consumidor. Igualmente, a partir del mes de septiembre de 2020, la compañía a través de sus Estatutos Sociales constituyó un Comité de Cumplimiento de Libre Competencia integrado por Directores; comité encargado, entre otras funciones, del monitoreo y seguimiento del plan de cumplimiento de libre competencia de la compañía. Este plan de cumplimiento está a cargo del Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, cargo que fue designado por el Directorio durante el mismo mes de septiembre de 2020, y que comenzó en sus funciones en el mes de octubre de 2020. A contar del mes de septiembre de 2023, se comenzó una revisión del modelo de prevención del delito considerando la Ley 21.585, cuya vigencia está diferida en el tiempo, al 1 de septiembre de 2024 y que tiene impactos en la Ley 20.393.

Riesgo logístico

Dada la cobertura geográfica de las tiendas de SMU, que están presentes en todas las regiones de Chile, existe el riesgo de no atender bien a todos los clientes por desabastecimiento y/o paralizaciones operativas, riesgo que se ha manifestado este último tiempo a consecuencia de la pandemia, sean estas internas o de servicios tercerizados, en alguno de sus centros de distribución, debido a por ejemplo factores climáticos, desastres naturales, incendios, conmoción interna u otros. Para mitigar este riesgo, la Compañía cuenta con varios centros de distribución a lo largo del país, en conjunto con una política de compras flexible que se hace cargo de eventuales contingencias realizando un monitoreo constante sobre indicadores claves en las tiendas, como es el caso del “instock” y “nivel de servicio en góndola” entre otros. Lo anterior se refuerza por el hecho de contar con un sistema logístico diversificado y una amplia matriz de proveedores locales e internacionales, para asegurarnos que todas las tiendas están debidamente abastecidas y dispuestas para satisfacer las necesidades de los clientes en forma oportuna.

Riesgo de seguridad de la información

El negocio de SMU es altamente transaccional, por lo tanto, es dependiente de contar con sistemas informáticos y de comunicaciones eficientes y seguros. Los sistemas informáticos de la Compañía están sujetos a daños o interrupciones debido a cortes de energía, fallas computacionales o de telecomunicaciones, eventos catastróficos, errores humanos, virus computacionales o violaciones de seguridad, incluyendo los de sistemas de procesamiento de transacciones u otros sistemas que podrían comprometer los datos. Si los sistemas informáticos de la Compañía sufren daños o interrupciones, se podría generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de la Compañía. Para ayudar a mitigar este riesgo, la Compañía cuenta con sistemas de respaldo y de recuperación de datos, que podrían ser utilizados en el caso de una contingencia o falla en los sistemas primarios de la Compañía.

Adicionalmente, el procesamiento y recopilación de datos requieren que SMU reciba y almacene ciertos datos personales junto con el historial de compra de sus clientes que se identifican como miembro de sus clubes de lealtad. Estos datos podrían estar afectos a robo, uso malicioso por parte de terceros o a fallas en la seguridad de los sistemas de la Compañía, lo que podría generar un impacto adverso en el negocio de SMU, sus relaciones con clientes y su reputación

Para mitigar este riesgo, la Compañía cuenta con una filial dedicada al resguardo y tratamiento de datos; ésta consolida los datos en un repositorio único de almacenamiento de altos estándares de seguridad y donde los datos son transformados en códigos internos de trabajo; cuenta con un Oficial de Seguridad de Información con dedicación exclusiva para temas de protección de datos; y cuenta con un Comité de Seguridad de la Información integrado por representantes de las áreas legal, compliance y tecnología, junto con asesores externos y áreas de negocio para abordar este tema de manera integral y en línea con la legislación vigente.

Riesgo de eventos de fuerza mayor

Condiciones climáticas severas y otros desastres naturales en áreas en las que SMU tiene tiendas o centros de distribución, o desde las cuales la Compañía obtiene productos, pueden afectar los resultados operacionales de la Compañía de manera adversa. Chile es un país sísmico que ha sido afectado adversamente por terremotos y tsunamis en años recientes, lo cual podría repetirse en el futuro, produciendo daños significativos a la infraestructura general en Chile, como carreteras, caminos, vías férreas y accesos a fuentes productivas de bienes y, por consiguiente, podrían tener un impacto importante en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de la Compañía. Adicionalmente, producto de eventos catastróficos o conmoción interna, la Compañía podría sufrir interrupciones severas en su negocio, generando disminuciones significativas en sus ingresos o costos adicionales significativos. No obstante, estos riesgos se mitigan en el caso de SMU ya que, por un lado, cuenta con pólizas de seguros para reducir los impactos financieros que pudieran derivarse de dichos siniestros, y, por otro lado, la extensa cobertura logística a nivel nacional permite mantener en operación buena parte de la red. Sin embargo, las pólizas de seguros normalmente contemplan tanto un monto deducible como un monto de cobertura máximo por siniestro.

Riesgo de competencia

En Chile y Perú, SMU enfrenta fuerte competencia de operadores internacionales y nacionales de supermercados, tiendas mayoristas, e-grocers y tiendas de conveniencia, y es posible que, en el futuro, otros operadores internacionales o locales relevantes ingresen en los mercados en los que compete la Compañía, ya sea a través de negocios conjuntos o en forma directa.

Una mayor competencia puede llevar a SMU o sus competidores a tomar acciones que podrían tener un impacto material adverso sobre las ventas, margen bruto o gastos de la Compañía.

Riesgo de cambio climático

El cambio climático podría generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de la Compañía, tanto producto de los riesgos de transición a una economía baja en emisiones de carbono, así como también de los riesgos físicos derivados del cambio climático. Los riesgos de transición incluyen, entre otros, modificaciones en procesos o tecnologías; cambios en el comportamiento de los clientes; y restricciones en la venta de determinados productos. Asimismo, los riesgos físicos incluyen cambios en los regímenes de precipitación y mayor variabilidad en los patrones climáticos. Los riesgos antes mencionados podrían afectar la disponibilidad y los costos de las mercaderías que comercializa la Compañía; los otros costos operacionales; y la demanda de los clientes, entre otros. Para intentar mitigar estos riesgos, SMU cuenta con diversas iniciativas enfocadas en entender las necesidades y preferencias de sus clientes, para ajustar su surtido de productos de acuerdo a los cambios que percibe. Otro factor mitigador es el hecho de que la Compañía cuenta con una gran diversidad de proveedores, no dependiendo

particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos. Adicionalmente, ha comenzado un levantamiento de las certificaciones con las que cuentan sus proveedores de mercadería para tener mayor visibilidad acerca de la sostenibilidad de su cadena de abastecimiento en el tiempo.

Riesgo de proveedores

SMU depende de varios proveedores para el suministro y entrega de sus inventarios de productos en forma permanente. La pérdida de sus proveedores, y la incapacidad de conseguir nuevos proveedores a costos comparables, podrían tener un impacto negativo en la disponibilidad de los productos que vende en sus tiendas, lo que podría generar un impacto adverso en las ventas de la Compañía. Un factor que puede ayudar a mitigar este riesgo es el hecho de que la Compañía no depende particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos, lo que se ve ratificado en las nuevas relaciones con proveedores de marcas propias, los cuales han aumentado de manera importante.

Riesgo de condiciones comerciales

Los proveedores de SMU habitualmente le otorgan incentivos promocionales por una variedad de razones relacionadas con la venta de sus productos en las tiendas de la Compañía. Dado que gran parte de estos incentivos promocionales forman parte de las estrategias de marketing de los proveedores, SMU no puede asegurar que podrá obtener un nivel similar de dichos incentivos en el futuro. En el caso de que alguno de sus principales proveedores reduzca o elimine estos acuerdos, el margen de los productos afectados se podría ver impactado, lo que a su vez, podría generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados de la Compañía. Un factor que puede ayudar a mitigar este riesgo es el hecho de que la Compañía no depende particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos.

Riesgos laborales

Al 31 de diciembre de 2023, SMU tenía un total de 23.550 empleados, de los cuales el 96,93% estaban en Chile y el 3,07% en Perú. Aproximadamente el 74,1% de los empleados están representados por más de 133 organizaciones sindicales, cada una de las cuales, al menos, mantiene un instrumento colectivo vigente. Dichos acuerdos tienen una duración de aproximadamente dos a tres años, venciendo en diferentes fechas, lo que lleva a la Compañía a estar en un constante proceso de negociación. Estos procesos podrían eventualmente terminar en un proceso de huelga, lo cual podría tener un efecto adverso en la condición financiera y resultados operacionales de SMU. Para mitigar estos riesgos, la Compañía cuenta con una Gerencia de Relaciones Laborales que desarrolla un trabajo conjunto permanente con cada una de las organizaciones sindicales.

Riesgo de litigios

SMU está sujeta a procedimientos de arbitraje y litigios que podrían tener un impacto adverso en el negocio, posición financiera y resultados operacionales de la Compañía en el caso de un fallo adverso. Los litigios están sujetos a incertidumbres inherentes, y es posible que ocurran fallos adversos.

Riesgo de cobertura de seguros

Las pólizas de seguros de SMU normalmente excluyen ciertos riesgos y están sujetas a ciertos umbrales y límites. SMU no puede asegurar que sus propiedades, muebles, equipos, propiedades de inversión e inventarios no sufrirán daños debido a eventos imprevistos o que las coberturas disponibles de sus pólizas de seguros serán siempre suficientes para proteger a la Compañía de todas las posibles pérdidas o daños que resulten de tales siniestros.

Asimismo, el costo de dicha cobertura puede aumentar a tal nivel que la Compañía podría tomar la decisión de reducir las coberturas de las pólizas o de aceptar ciertas exclusiones de las mismas.

Riesgos financieros

En el curso normal de sus negocios y actividades de financiamiento, la Sociedad está expuesta a diversos riesgos financieros que pueden afectar de manera significativa el valor económico de sus flujos y activos y, en consecuencia, sus resultados. Las políticas de administración de riesgo son aprobadas y revisadas periódicamente por la alta administración de SMU.

La Administración es la responsable de la obtención de financiamiento de la Sociedad, y de la administración de los riesgos de tipo de cambio, tasa de interés, liquidez, riesgo de inflación, riesgo de mercado y riesgo de crédito. Esta función opera de acuerdo con un marco de políticas y procedimientos que es revisado regularmente para cumplir con el objetivo de administrar el riesgo financiero proveniente de las necesidades del negocio.

De acuerdo a las políticas de administración de riesgos financieros, se utilizan instrumentos derivados con el propósito de cubrir exposiciones a los riesgos de tipo de cambio y tasas de interés provenientes de las operaciones de la Sociedad y sus fuentes de financiamiento. La Sociedad no adquiere instrumentos derivados con propósitos especulativos.

A continuación se presenta una definición de los riesgos financieros que enfrenta la Sociedad, una caracterización y cuantificación de éstos, así como una descripción de las medidas de mitigación actualmente en uso por parte de ésta:

(i) Riesgo de crédito

Clientes de supermercados

SMU cuenta con mecanismos preventivos y correctivos para administrar el riesgo de incobrabilidad de deudores por venta de supermercados. Las ventas con cheque son verificadas y garantizadas por terceros, mientras que las ventas a crédito cuentan en su mayor parte con seguros de crédito, por lo cual los clientes son evaluados y la cartera de clientes es permanentemente monitoreada. En caso de siniestro, el valor impago se encuentra cubierto hasta un 90%. Junto con lo anterior, se realizan evaluaciones y gestiones internas que son apoyadas con servicios externos de scoring, informes comerciales y cobranza externa.

El riesgo de deterioro de los deudores por venta de supermercados se establece considerando la pérdida esperada evaluada en función del incremento significativo del riesgo (roll over). Para ello, la Sociedad mantiene una política vigente de riesgo de su cartera de clientes y determina de forma periódica las provisiones necesarias para registrar e informar en sus estados financieros consolidados los efectos de este deterioro cumpliendo así con la normativa vigente.

La provisión de deterioro se compone por deudores por venta a crédito, deudores comerciales y deudores por venta con cheque

La provisión de deterioro se basa en una estimación prudencial de la pérdida esperada de las cuentas por cobrar que probablemente no serán recuperadas. Este modelo está construido en base a antecedentes de conocimiento público, comportamiento histórico interno y análisis individual de cada cliente.

Las matrices de factores consideran las siguientes variables como determinantes de los segmentos de riesgos: formato, tipo de deuda (factura crédito, otros deudores, rebate, inmobiliaria; cheque protestado o cobranza judicial); antigüedad de la deuda (en tramos mensuales de 0 a 12); si opera como acreedor para el caso de rebate si realiza operaciones factoring; y seguro de crédito (con o sin seguro).

Para el segmento supermercados, los porcentajes aplicados al modelo de provisiones están calculados con técnica de roll over, agrupando la historia en función de los tramos de mora y cierres de cada mes, determinando mediante una tasa de traspaso los porcentajes de provisiones.

El deterioro es reconocido en cada cierre contable considerando la totalidad de la deuda expuesta (EAD) realizando la evaluación de riesgos definidos como alto y bajo para aplicar luego la Probabilidad de Default (PD) y Lost Given Default (LGD) de acuerdo con los tramos de antigüedad de la deuda. Las tablas que contienen las últimas tasas mencionadas son las siguientes:

MEMORIA INTEGRADA 2023

Tramos	Cartera: Antigüedad	Cliente Crédito			
		Riesgo alto		Riesgo bajo	
		PD	LGD	PD	LGD
0	No vencido	0,21%	32,20%	0,05%	7,26%
1	1 a 30 Días	0,13%	32,20%	0,22%	7,26%
2	31 a 60 Días	3,10%	32,20%	2,21%	7,26%
3	61 a 90 Días	41,81%	32,20%	14,13%	7,26%
4	91 a 120 Días	71,94%	32,20%	24,20%	7,26%
5	121 a 150 Días	79,54%	32,20%	28,84%	7,26%
6	151 a 180 Días	79,54%	32,20%	38,36%	7,26%
7	Más de 180 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tramos	Cartera: Antigüedad	Rebate			
		Riesgo alto		Riesgo bajo	
		PD	LGD	PD	LGD
0	No vencido	0,59%	100,00%	0,30%	100,00%
1	1 a 30 Días	0,59%	100,00%	0,30%	100,00%
2	31 a 60 Días	6,61%	100,00%	5,37%	100,00%
3	61 a 90 Días	16,54%	100,00%	11,38%	100,00%
4	91 a 120 Días	28,85%	100,00%	23,13%	100,00%
5	121 a 150 Días	49,07%	100,00%	44,80%	100,00%
6	151 a 180 Días	74,60%	100,00%	53,47%	100,00%
7	181 a 210 Días	82,90%	100,00%	63,83%	100,00%
8	211 a 240 Días	94,74%	100,00%	67,64%	100,00%
9	241 a 270 Días	98,67%	100,00%	77,02%	100,00%
10	Más de 271 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Cartera: Otros deudores			
Tramos	Antigüedad	PD	LGD
0	No vencido	0,71%	100,00%
1	1 a 30 Días	0,71%	100,00%
2	31 a 60 Días	13,95%	100,00%
3	61 a 90 Días	28,93%	100,00%
4	91 a 120 Días	40,67%	100,00%
5	121 a 150 Días	52,96%	100,00%
6	151 a 180 Días	64,44%	100,00%
7	181 a 210 Días	72,09%	100,00%
8	211 a 240 Días	85,58%	100,00%
9	241 a 270 Días	94,57%	100,00%
10	Más de 270 Días	100,00%	100,00%

Cartera: Inmobiliaria					
Tramos	Antigüedad	Riesgo alto		Riesgo bajo	
		PD	LGD	PD	LGD
0	No vencido	8,96%	100,00%	0,75%	100,00%
1	1 a 30 Días	8,96%	100,00%	0,75%	100,00%
2	31 a 60 Días	25,88%	100,00%	1,63%	100,00%
3	61 a 90 Días	62,95%	100,00%	1,63%	100,00%
4	91 a 120 Días	83,21%	100,00%	2,17%	100,00%
5	121 a 150 Días	100,00%	100,00%	2,60%	100,00%
6	151 a 180 Días	100,00%	100,00%	6,07%	100,00%
7	181 a 210 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
8	Más de 210 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Cartera: Cheques			
Tramos	Antigüedad	PD	LGD
0	No vencido	7,15%	32,20%
1	1 a 30 Días	10,54%	32,20%
2	31 a 60 Días	16,67%	32,20%
3	61 a 90 Días	25,27%	32,20%
4	91 a 120 Días	58,61%	32,20%
5	121 a 150 Días	67,99%	32,20%
6	151 a 180 Días	80,10%	32,20%
7	181 a 210 Días	81,29%	32,20%
8	Más de 210 Días	100,00%	100,00%

MEMORIA INTEGRADA 2023

Adicionalmente, para el caso de deudores crédito, que cuentan con línea de crédito autorizada, se considera como expuesto a deterioro una tasa igual a 24,65% sobre el disponible de línea de crédito, esto constituye base de cálculo para deterioro por concepto contingente.

Clientes de Servicios Financieros:

El 20 de diciembre de 2022, SMU incrementó su participación en la sociedad Inversiones RF S.A., accionista controlador de las sociedades Unicard S.A., Administradora de Tecnologías y Servicios Unicard Ltda. y Unimarc Corredores de Seguros Ltda., pasando a controlar Inversiones RF al ser el principal accionista. Lo anterior, implica que, a partir de dicha fecha, SMU consolida las sociedades antes mencionadas.

La provisión de deterioro se compone de los deudores comerciales aplicando el modelo de provisión de deterioro, el cual se basa en una estimación prudencial de las pérdidas esperadas de cuentas por cobrar que no serán recuperadas. Este modelo está construido en base a comportamiento interno y análisis individual de cada cliente, de acuerdo a las normas contables señaladas en NIIF 9

Los modelos de evaluación, criterios, y procedimientos para evaluar integralmente el riesgo de crédito y determinar el monto de las provisiones, se encuentran aprobados por el Directorio y están definidos en la Política de Créditos.

Los procesos y cumplimiento de la política son evaluados y supervisados de acuerdo a los procedimientos de control interno, a fin de asegurar su cumplimiento y la mantención de un nivel de provisiones adecuadas que sustenten las pérdidas atribuibles a deterioros esperados. Las provisiones se denominan “grupales” cuando corresponden a un alto número de operaciones con características homogéneas cuyos montos individuales son bajos y se trata de personas naturales o de empresas de tamaño pequeño. Las provisiones se clasifican en:

- Provisiones grupales sobre cartera normal
- Provisiones grupales sobre cartera en incumplimiento

Provisiones Grupales

Las evaluaciones grupales requieren de la conformación de grupos de créditos con características homogéneas en cuanto al tipo de deudores y condiciones pactadas, a fin de establecer, tanto el comportamiento de pago del grupo de que se trata como de las recuperaciones de sus créditos incumplidos.

La metodología de constitución de provisiones se basa en la experiencia recogida que explica el comportamiento de pago para cada grupo homogéneo de deudores y de recuperación de garantías y acciones de cobranza, para estimar directamente un porcentaje de pérdidas esperadas que se aplica al monto de los créditos del grupo respectivo.

Dentro de los créditos evaluados grupalmente, se distinguen dos estados: normal y en incumplimiento. La cartera en incumplimiento comprende las operaciones de crédito efectivas asociadas a los deudores que presentan atraso igual o superior a 90 días en el pago de sus obligaciones.

Los factores de provisión para la cartera normal y renegociada de clientes servicios financieros, incluyendo las tasas de pérdida promedio por tramos de mora, aplicada sobre la cartera de M\$17.868.889 al 31 de diciembre de 2023, es la siguiente:

	31.12.2023		
	Cartera normal	Cartera renegociada	Total cartera bruta
Clientes al día	10,21%	30,57%	11,88%
Menor a 30 días	44,61%	51,35%	45,95%
Entre 31 y 60 días	46,76%	57,07%	49,31%
Entre 61 y 90 días	50,68%	61,09%	53,33%
Entre 91 y 120 días	77,84%	77,59%	77,77%
Entre 121 y 150 días	83,15%	83,14%	83,15%
Entre 151 y 180 días	87,80%	87,80%	87,80%
Totales	20,69%	48,34%	24,06%

Obligaciones de contrapartes en derivados

Corresponde al valor de mercado a favor de la Sociedad de contratos derivados vigentes con instituciones financieras. Como mitigante a este riesgo, la Sociedad tiene una política de administración de productos derivados que especifica parámetros de calidad crediticia que deben cumplir las instituciones financieras para poder ser consideradas elegibles como contrapartes.

(ii) Riesgo de liquidez

Este riesgo está asociado a la capacidad de la Compañía para: (i) amortizar o refinanciar a precios de mercado razonables los compromisos financieros adquiridos y (ii) ejecutar sus planes de negocios con fuentes de financiamiento estables.

La Administración realiza un seguimiento diario de su posición de caja y continuamente efectúa proyecciones de ésta, con el objeto de pagar, prepagar, refinanciar y/u obtener nuevos créditos, de acuerdo con la capacidad de generación de flujos con que cuenta actualmente.

MEMORIA INTEGRADA 2023

El detalle de la deuda, incluyendo los intereses devengados, con instituciones financieras, obligaciones con el público, las obligaciones por arrendamientos que califican como pasivos financieros 31 de diciembre de 2023 es el siguiente:

	Hasta 90 días	Más de 90 días hasta 1 año	Más de 1 año hasta 2 años	Más de 2 años hasta 3 años	Más de 3 años hasta 4 años	Más de 4 años hasta 5 años	Más de 5 años	Total
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Deuda bancaria	16.505.901	3.040.329	2.000.000	-	-	-	-	21.546.230
Obligaciones con el Público	23.591.733	69.250.878	140.891.128	9.806.795	46.399.976	46.570.567	129.034.004	465.545.081
Obligaciones por derechos de uso con opción de compra (*)	959.350	2.497.714	3.404.365	3.358.921	3.104.959	3.271.902	29.930.700	46.527.911
Obligaciones por derechos de uso (*)	13.777.169	40.582.107	53.497.484	55.815.323	50.614.478	43.412.753	288.552.954	546.252.268
Totales	54.834.153	115.371.028	199.792.977	68.981.039	100.119.413	93.255.222	447.517.658	1.079.871.490
Intereses devengados (**)	3.930.541	-	-	-	-	-	-	3.930.541

(*) Se realiza la apertura de las obligaciones por derechos de uso con y sin opción de compra, con el objetivo de entregar información para el cálculo de uno de los covenants de endeudamiento por emisión de bonos.

(**) Los intereses devengados están incluidos en los totales informados.

La Compañía estima que la generación de flujos para hacer frente a las obligaciones financieras es suficiente y con el fin de minimizar el riesgo de liquidez, mantiene dentro de su estructura de financiamiento una mezcla de deuda de corto y largo plazo, diversificada por tipo de acreedor y mercado.

La Compañía cuenta con Líneas de Crédito de corto plazo que le permiten cubrir eventuales déficit de caja, como resultado de las necesidades estacionales derivadas del negocio.

Efectivo y equivalentes al efectivo

Corresponde a los saldos de efectivo y equivalente de efectivo, depósitos a plazo, fondos mutuos y pactos en general. La capacidad de SMU S.A. de recuperar estos fondos a su vencimiento depende de la solvencia de la contraparte en el que se encuentren depositados.

Como mitigante a este riesgo, el Grupo SMU tiene una política financiera que especifica parámetros de calidad crediticia que deben cumplir las instituciones financieras para poder ser consideradas elegibles como depositaria de los productos señalados anteriormente, así como límites máximos de concentración por institución. Estos activos financieros están expuestos a un bajo riesgo.

(iii) Riesgo de tasa de interés

La estructura de financiamiento de SMU, en general, considera una mezcla de fuentes de fondos afectos a tasa fija y variable.

La deuda financiera consolidada y las obligaciones por arrendamientos que califican como obligaciones por derechos de uso al 31 de diciembre de 2023 se resumen en el siguiente cuadro, desglosada entre deuda a tasa fija y deuda a tasa variable, que incluyen los intereses devengados:

	Tasa fija M\$	Tasa variable M\$	Total M\$
Deuda bancaria	15.511.798	6.034.432	21.546.230
Obligaciones con el Público	465.545.081	-	465.545.081
Obligaciones por derechos de usos con opción de compra	46.527.911	-	46.527.911
Obligaciones por derechos de uso	546.252.268	-	546.252.268
Totales	1.073.837.058	6.034.432	1.079.871.490

Para los pasivos con tasa variable, el riesgo de la variación en la tasa de interés de un 1%, significaría un efecto en el resultado anual de:

	Interes (M\$)	
	Gasto Anual	Diferencias
Tasa Actual	473	-
+ 1%	518	46
-1%	427	(46)

(iv) Riesgo de Tipo de Cambio (CLP / USD; CLP/EURO)

El peso chileno está sujeto a variaciones con respecto al dólar de los Estados Unidos de América y otras monedas internacionales. Parte de los productos ofrecidos para la venta en nuestras tiendas son adquiridas en países extranjeros, por lo tanto, durante el período en que tales operaciones de importaciones están pendientes de ser canceladas, existe una exposición a la fluctuación cambiaria.

La política de la Sociedad es, en lo posible, cubrir el riesgo originado por las variaciones de tipo de cambio sobre la posición de pasivos exigibles netos, mediante instrumentos de mercado diseñados para dichos efectos.

De acuerdo a la posición de pasivos netos en dólares, al 31 de diciembre de 2023, por cada peso que sube el dólar, el efecto es una pérdida por tipo de cambio de M\$ 726.

(v) Riesgo de Inflación

El riesgo de inflación proviene principalmente de las fuentes de financiamiento de la Sociedad, que están expresadas en Unidades de fomento (UF).

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee una deuda financiera por un total de UF 13.915.285 y deuda por las obligaciones por arrendamientos que califican como financieros por un total de UF 14.491.074.

Por cada peso que sube la UF el efecto neto es una pérdida por unidades de reajustes de M\$13.915.

La composición de la deuda financiera, según moneda de origen es:

Moneda Origen	Deuda en moneda de origen	Deuda en pesos M\$	Composición de la deuda	Impacto en resultado por el aumento en \$1 M\$
Unidades de pesos (CLP)	22.352.210.000	22.352.210	2,07%	-
Unidades de fomento (UF)	28.406.358	1.045.051.749	96,78%	13.915
Unidades de dólares (USD)	2.048.764	1.797.012	0,17%	726
Miles de Euros (EUR)	36.439	35.348	0,00%	36
Unidades de Soles (PEN)	44.879.820	10.635.171	0,98%	-
Totales		1.079.871.490	100,00%	

4.6.4 RIESGOS EMERGENTES

SMU desarrolla sus operaciones en una industria que presenta un sin número de incertidumbres apalancadas en el contexto nacional y global. Con el objetivo de prevenir o mitigar impactos negativos y de adaptar su estrategia frente a eventos que pueden modificar el contexto en el que opera la Compañía, su modelo de gestión de riesgos contempla los riesgos emergentes. Para efectos del análisis, se consideran aquellos riesgos de corto, mediano y largo plazo que: surgen de un cambio en los objetivos de negocio o de un cambio en el contexto, por ejemplo, en el ámbito empresarial que puede no haber aplicado previamente a la entidad; o que no se identificaron previamente o se identificaron, pero desde entonces han sido alterados debido a cambios comerciales o de apetito al riesgo, entre otros.

Riesgos Emergentes

Riesgo Emergente	Descripción del Riesgo	Potenciales Impactos en el Negocio	Acciones de Mitigación
Medio ambiente: Pérdida de biodiversidad y colapso de ecosistemas	<p>El cambio climático puede provocar consecuencias irreversibles para el medio ambiente, la humanidad y la actividad económica, y una destrucción permanente del capital natural. En el contexto del negocio de SMU, se genera un riesgo para la cadena de abastecimiento y disponibilidad de productos que comercializa en sus tiendas, por ejemplo, ciertos cultivos agrícolas y productos de origen animal, cuya producción depende de condiciones climáticas, incluyendo la disponibilidad del agua, entre otras variables que pueden ser afectadas por el cambio climático.</p>	<p>El negocio de SMU depende de contar con una oferta atractiva de productos que satisfacen las necesidades de sus clientes. Cambios en las condiciones climáticas que afectan la producción de las mercaderías comercializadas por la Compañía implicaría una oferta menos completa y atractiva y menores ingresos por ventas.</p> <p>Adicionalmente, los proveedores pueden enfrentar alzas en sus costos de producción, lo que podría ser trasladado a la Compañía, afectando la rentabilidad de su negocio.</p> <p>Asimismo, una menor disponibilidad en el universo de productos disminuiría la factibilidad de optimizar la actividad promocional, elemento central en su estrategia comercial.</p>	<p>SMU ha desarrollado una diversificada matriz de proveedores y de distintos orígenes, para no depender particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos. Además de buscar potenciales proveedores nuevos en forma permanente, la Compañía se relaciona con sus proveedores existentes para entender los riesgos que enfrentan, por ejemplo, en materia de escasez hídrica para anticipar impactos futuros.</p>

MEMORIA INTEGRADA 2023

Riesgo Emergente	Descripción del Riesgo	Potenciales Impactos en el Negocio	Acciones de Mitigación
<p>Tecnología:</p> <p>Resultados adversos de los avances tecnológicos</p>	<p>Avances tecnológicos, como por ejemplo en los ámbitos de inteligencia artificial, biotecnología, geoingeniería, computación cuántica, entre otros, podría generar efectos negativos, por una parte, si la Compañía no logra una adecuada y oportuna adaptación e implementación, y por otra parte, si las tecnologías implementadas no funcionan adecuadamente. También existe el riesgo de incumplimientos de nuevas normativas relacionadas con avances tecnológicos.</p>	<p>La tecnología es un elemento crítico en el negocio de SMU, siendo necesario contar con sistemas que soportan las transacciones físicas y online, los programas de fidelización, la analítica avanzada, la planificación de la demanda, y otros procesos del negocio. Las innovaciones tecnológicas se aceleran, poniendo en riesgo la obsolescencia de tecnologías existentes y/o menor competitividad en relación con competidores que logran implementar los últimos avances, afectando los ingresos y la rentabilidad.</p> <p>Asimismo, un mal funcionamiento en las tecnologías implementadas puede generar interrupciones operacionales, impactos negativos en la experiencia de clientes y/o problemas reputacionales.</p> <p>Adicionalmente, si la Compañía no se adapta a cambios normativos relacionados con avances tecnológicos, puede tener que pagar multas y/o enfrentar problemas reputacionales.</p>	<p>La evaluación e implementación de nuevas herramientas tecnológicas forma parte del plan estratégico de SMU, y la innovación se incluye en sus planes de inversión.</p> <p>Los modelos de gestión y cumplimiento se han modificado de acuerdo a mejoras prácticas, y la Compañía ha contratado certificaciones y auditorías externas para medir la efectividad e identificar oportunidades de mejora.</p>

Riesgo Emergente	Descripción del Riesgo	Potenciales Impactos en el Negocio	Acciones de Mitigación
<p>Geopolítica:</p> <p>Conflicto entre estados</p>	<p>Conflicto beligerante bilateral o multilateral entre estados con consecuencias globales: ataques biológicos, químicos, cibernéticos y/o físicos, intervenciones militares, guerras de poder, etc.</p>	<p>La materialización de ese escenario podría provocar un alza de los costos de compra de mercadería y materiales para el desarrollo de proyectos inmobiliarios, esto asociado a la detención de operaciones en las regiones productoras o las dificultades logísticas tanto nacionales como en las importaciones. Potencias comerciales que impidan o impongan condiciones en caso de negociaciones con proveedores provenientes de la potencia rival. Otro efecto posible es la ocurrencia de movimientos migratorios que afecten la demanda de mercadería y la disponibilidad de stock.</p>	<p>SMU ha desarrollado una diversificada matriz de proveedores y de distintos orígenes, para no depender particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos. Además de buscar potenciales proveedores nuevos en forma permanente, la Compañía se relaciona con sus proveedores existentes para entender los riesgos que enfrentan.</p>

4.6.5

CAMBIO CLIMÁTICO

El Modelo Corporativo de Sostenibilidad de SMU tiene como eje la preocupación por el medioambiente, y a su vez, el plan estratégico de la Compañía para el período 2023-2025 contempla una serie de iniciativas de cuidado del medioambiente, incluyendo la gestión de residuos y la eficiencia energética, permitiendo gestionar y reducir la huella de carbono que genera. (Más información en capítulo 10: Nos Preocupamos por el Medioambiente.) La Compañía busca evaluar los riesgos, oportunidades e impactos con el cambio climático de acuerdo a las recomendaciones del TCFD (*Task Force on Climate-Related Financial Disclosures*).

Tal como se señala en la sección Gobernanza en Riesgos la supervisión de riesgos en SMU, incluyendo riesgos de clima, considera la existencia de un Comité de Riesgos de la Administración, y un Comité de Auditoría y Riesgo, formado por directores.

SMU cuenta además con un Comité de Sostenibilidad integrado por directores y ejecutivos de la Compañía, cuyas tareas consideran el seguimiento de iniciativas y proyectos y KPIs asociados con el medioambiente y en específico con Cambio Climático. Este Comité además expone un resumen de los principales temas abordados, en cada sesión, al Directorio de la Compañía.

Asimismo, existe una Gerencia de Sostenibilidad que monitorea a nivel transversal las materias relacionadas con el clima en relación a los proyectos que se gestionan, informando a su vez en las sesiones del Comité de Sostenibilidad.

4.6.5.1

RIESGOS DE TRANSICIÓN Y RIESGOS FÍSICOS

Bajo el marco del TCFD⁴, los riesgos relacionados con el clima se dividen en dos categorías principales: riesgos de transición y riesgos físicos. Los riesgos de transición consideran que la transición a una economía baja en emisiones de carbono puede conllevar grandes cambios políticos, jurídicos, tecnológicos y en el mercado para abordar los requisitos de mitigación y adaptación relacionados con el cambio climático, y que estos cambios pueden significar riesgos para las organizaciones. En tanto, los riesgos físicos pueden provocar eventos (agudos) o cambios a largo plazo (crónicos) en los patrones climáticos, pudiendo afectar el desempeño de las organizaciones debido a impactos en la cadena de producción, infraestructura, transporte y disponibilidad de agua, entre otros.

Para identificar y evaluar los posibles riesgos relacionados con el clima, la Compañía tomó en consideración las recomendaciones expuestas por TCFD y la metodología de gestión de riesgos de SMU, considerando dentro de esto un proceso de levantamiento de información secundaria, de tal forma de conocer el contexto de la organización y la industria (considerando la revisión de leyes y proyectos de ley en discusión), e incluyendo un análisis *upstream* y *downstream*, de tal forma de visualizar los impactos en su cadena de abastecimiento y productos. Luego de esto efectuó un proceso de análisis con las áreas responsables de la gestión ambiental, de tal forma de llegar al listado definitivo.

Bajo esta mirada, SMU ha identificado los siguientes posibles riesgos de transición y riesgos físicos.

Riesgos de Transición

Naturaleza	Descripción	Posibles Impactos
Políticos y jurídicos	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios regulatorios (ej. modificaciones de procesos claves del negocio; mayor carga tributaria asociada a procesos vigentes; mayores exigencias de reporte). • Restricciones sobre contratación de determinados servicios o venta de determinados productos. • Litigio con grupo de interés por contribución a los efectos del cambio climático. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de costos operacionales. • Amortización, deterioro de activos y retiro anticipado de activos existentes. • Reducción de la demanda de productos y servicios.

⁴ <https://assets.bbhub.io/company/sites/60/2020/10/TCFD-2017-Final-Report-Spanish-Translation.pdf>

MEMORIA INTEGRADA 2023

Naturaleza	Descripción	Posibles Impactos
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Invertir en tecnologías emergentes de pronta obsolescencia. • Transición obligada a tecnología de bajas emisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Amortización y retirada temprana de los activos existentes. • Demanda reducida de productos. • Costos para implementar/utilizar nuevas prácticas y procesos.
De mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en comportamiento de clientes. • Aumentos en costos de mercadería y materiales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción en demanda por productos y servicios. • Aumento de costos directos e indirectos (ej. energía, agua, tratamiento de residuos). • Cambios en precios de activos (ej. valor de terrenos o permisos)
Reputacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en preferencias de clientes. • Aumento en exigencias de grupos de interés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción en demanda por productos y servicios. • Dificultades para atraer y retener talento. • Reducción en disponibilidad de capital.

Riesgos Físicos

Naturaleza	Descripción	Posibles Impactos
Agudos	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de fenómenos meteorológicos extremos. 	<ul style="list-style-type: none"> Mayores costos de mercadería (ej. disminución de la oferta, costos de importación). Reducción en demanda por productos y servicios. Mayor ausentismo por efectos en salud y seguridad de colaboradores. Daños a activos en ubicaciones de alto riesgo.
Crónicos	<ul style="list-style-type: none"> Cambios en regímenes de precipitación. Variabilidad extrema en patrones climáticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de costos de operación (ej. refrigeración de mercadería). Aumento de primas de seguros y posible reducción de cobertura/disponibilidad de seguros para activos en ubicaciones de “alto riesgo”. Posibles racionamientos de agua y energía que afecten el funcionamiento de tiendas y centros de distribución.

4.6.5.2

OPORTUNIDADES Y RESILIENCIA

El análisis de los riesgos asociados al cambio climático permite también evaluar la resiliencia de la estrategia de las organizaciones y cómo puede mitigar estos riesgos. Por otra parte, los esfuerzos realizados para mitigar y adaptarse al cambio climático también pueden crear oportunidades para las organizaciones. A continuación, se describen algunas posibles oportunidades identificadas por SMU:

Oportunidades

Naturaleza	Descripción	Posibles Impactos
Eficiencia de recursos	<ul style="list-style-type: none"> Edificios corporativos, centros de distribución y salas de venta estructuralmente más eficientes. Métodos más eficientes de operación (compra, logística, distribución y venta). Uso de reciclaje. Reducción de uso y consumo de recursos (agua, luz, combustible, otros). 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción de costos operacionales. Aumento en capacidad de distribución y venta de mercadería, por mejor disponibilidad de productos, lo que se traduce en un aumento de ingresos. Aumento del valor de activos fijos.
Fuentes de energía	<ul style="list-style-type: none"> Uso de fuentes energéticas de baja emisión. Uso de incentivos políticos de apoyo. Uso de nuevas tecnologías. Participación en el mercado del carbón. Cambio hacia la generación de energía distribuida. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción de costos operacionales. Reducción de incertidumbre en precio de combustibles fósiles. Menor exposición a cambios en costos del carbón por reducción de emisiones de GEI. Rentabilidad de inversión en tecnología de bajas emisiones. Aumento de disponibilidad de capital por preferencia de inversionistas. Beneficios reputacionales en el aumento de demanda.
Productos y servicios	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo y expansión de servicios de bajas emisiones. Cambios en preferencias de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Mayor rentabilidad por demanda de servicios o mercadería de bajas emisiones. Mejor posición competitiva y aumento de ventas por incorporar cambios en preferencias de clientes.

4.6.5.3

MEDIDAS ADOPTADAS POR LA COMPAÑÍA ASOCIADAS A LOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES DETECTADAS EN MATERIA DE CAMBIO CLIMÁTICO

En SMU existe la convicción de promover acciones en materia de cuidado y gestión ambiental, y la urgencia de ejecutar proyectos enfocados al cambio climático, considerando tanto medidas de mitigación como de adaptación.

La Compañía ha definido una cartera de proyectos medioambientales, que responden a las principales materias asociadas a cambio climático vinculadas al negocio, siendo éstos coherentes con los riesgos y oportunidades detectados, permitiendo anticiparse a los efectos adversos del cambio climático. Estos proyectos incluyen:

- **Proyecto Cuantificación y Reducción de la Huella Hídrica:** La actual situación de sequía, producto del cambio climático, ha impulsado a la Compañía a desarrollar este proyecto que busca abordar la escasez de este recurso, poniendo énfasis en acciones de reutilización del agua, como una forma de adaptarse a este escenario. Para más información, ver 10.4 Gestión de la Huella Hídrica.
- **No Desperdicio de Alimentos:** El programa de no desperdicio de alimentos de SMU tiene como objetivo reducir las emisiones generadas por la sobreproducción de alimentos que no se consumirán, respondiendo así a uno de los problemas de sostenibilidad relevantes para la industria. El proyecto incluye acciones orientadas a disminuir los residuos en origen, además de evitar las emisiones provenientes del transporte de residuos y, finalmente, las emisiones de GEI en la etapa de disposición final. Para más información, ver 10.1.1 No Desperdicio de Alimentos.
- **Envases Reciclables:** La Compañía entiende que tiene un rol importante en promover y facilitar el reciclaje de los empaques de los productos de marcas propias que comercializa, y es por esto que ha avanzado en la certificación de la reciclabilidad de estos empaques, alcanzando el 19% de su surtido en 2023. Para más información, ver 10.1.2 Comprometidos con el Reciclaje.
- **Sistema de Gestión de Energía:** Como parte de su Programa de Energía, durante 2023 la Compañía implementó un Sistema de Gestión de Energía basado en la norma ISO 50.001:2018 en el 100% de las instalaciones operadas por SMU Chile⁵. Para más información, ver 10.3 Eficiencia Energética.
- **Electromovilidad:** Para minimizar los impactos causados por las emisiones en el ámbito de la operación logística, y específicamente vehículos de transporte, SMU busca utilizar alternativas de energías limpias con fin de sustituir los motores convencionales. La Compañía tiene la meta de utilizar camiones eléctricos para el 10% de los despachos realizados entre sus centros de distribución y sus tiendas en Chile al año 2025. Para más información, ver 10.3 Eficiencia Energética.

⁵ Considera instalaciones que estaban en funcionamiento a inicios del año 2023.

4.6.5.4

MÉTRICAS Y OBJETIVOS

La Compañía ha definido indicadores ESG, dentro de los cuales se encuentran aquellas métricas asociadas a cambio climático, que son fundamentales para gestionar los riesgos y oportunidades en materia de cambio climático

Siguiendo los lineamientos de la Guía de TCFD sobre Métricas, Objetivos y Planes de Transición, en SMU se monitorea la huella de carbono así como el consumo de electricidad y el reciclaje de residuos.

En el marco del Plan Estratégico, SMU se ha fijado la meta cuantitativa de reducir año a año las emisiones de gases efecto invernadero por M2 de alcance 1 y 2, generadas por la Compañía. Así mismo, en 2022 se comprometió con avanzar hacia la carbono neutralidad al año 2050 como parte de su compromiso con cinco criterios de sostenibilidad promovidos por el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible. Junto a esto, la empresa se ha propuesto la meta al año 2025 de tener contratado el suministro eléctrico a través de fuentes renovables para locales que representan el 40% del consumo de energía eléctrica de SMU Chile.

Métricas de Cambio Climático


Métrica	Unidad de Medida	Resultado 2023	Para más información
Huella de Carbono		250.140	
Alcance 1	Ton CO2e.	59.839	10.2 Huella de Carbono
Alcance 2		80.731	
Alcance 3			
Consumo de energía eléctrica a partir de fuentes renovables	MWh	30.691	10.3 Eficiencia Energética 10.5 Indicadores Ambientales
Residuos reciclados como porcentaje del total de residuos	%	20,5%	10.1.2 Comprometidos con el Reciclaje 10.5 Indicadores Ambientales

5

1

CULTURA DE LA INTEGRIDAD Y LA GESTIÓN ÉTICA

En SMU existe un fuerte compromiso con la ética, formando parte de su cultura e identidad, y reflejando cómo logra sus metas de forma sostenible. La Compañía permanentemente está en la búsqueda de mejorar sus prácticas, de capacitar a todos sus colaboradores en materias éticas y de conducta, así como de protección al consumidor, responsabilidad penal de las personas jurídicas, diversidad e inclusión, derechos humanos en la empresa, protección de datos, y comunidad, entre otros.

TEMAS	AVANCES 2023	ODS
Gestión ética	Expansión del proceso de debida diligencia en derechos humanos a Alvi, M10, S10 y Perú.	
Libre competencia		
Protección al consumidor	Auditoría nivel de madurez de prácticas de seguridad de la información: mejora 65% vs. 2021.	Contribuye a metas: 5.1 5.2 16.5 16.10
Privacidad de datos	Capacitación en prevención de acoso laboral y sexual a 88% de colaboradores.	



SMU desarrolla su negocio basado en principios éticos con un actuar respetuoso y honesto, en busca que las decisiones y acciones que se tomen sean el fiel reflejo de su marco valórico y con pleno apego normativo a los más exigentes estándares nacionales e internacionales. La Compañía cuenta con un Código de Ética y Conducta de Negocios que define los principios y lineamientos que deben guiar a su personal propio y a todos con quienes se relaciona, lo que incluye al Directorio, la Administración, colaboradores, y terceros como contratistas, asesores y otros proveedores.

Para fortalecer la ética corporativa en su cultura organizacional, SMU ha implementado políticas, procedimientos, capacitaciones, charlas, talleres, difusión de materiales comunicacionales y otras acciones. También se destaca su trabajo con la debida diligencia en derechos humanos en los últimos años.

5.1 GESTIÓN DE LA ÉTICA

SMU cuenta con un **Comité de Ética y Conducta de Negocios**, conformado por los gerentes corporativos y la Gerente de Ética y Cumplimiento. El objetivo del Comité es velar por el cumplimiento de las disposiciones del Código de Ética y Conducta de Negocios a través de una adecuada difusión y capacitación de éste. Las principales funciones del comité incluyen, entre otras, revisar y actualizar periódicamente el Código de Ética y Conducta de Negocios y definir el plan de divulgación de éste; asegurar la existencia de canales de denuncia y consultas apropiados, reservado y confidencial; conocer y analizar las denuncias y consultas recibidas, como asimismo recomendar medidas correctivas; evaluar controversias que constituyan o puedan constituir incumplimiento del Código de Ética y Conducta de Negocios; y conocer y analizar los resultados de los controles asociados a los programas de cumplimiento de SMU. Este comité reporta al Directorio trimestralmente a través del **Comité de Auditoría y Riesgos**.

Por su parte, los colaboradores, los directores y quienes prestan servicios en SMU asumen el compromiso de cumplir con el Código de Ética y Conducta de Negocios, el Modelo de Prevención del Delito, las normas de la libre competencia, declaraciones de conflicto de interés, privacidad de datos, protección al consumidor, derechos humanos, entre otros, desde que ingresan a la Compañía, al ser parte de su contrato de trabajo el cumplimiento y durante todo el tiempo que esté vigente la relación laboral, misma exigencia que se hace a proveedores y contratistas que se relacionan con la Compañía, compromiso que se está recordando de forma permanente a través de comunicados, reuniones, cursos normativos, charlas operacionales, relatores, entre otros, y se incluye expresamente en los contratos de prestación de servicios.

Barómetro de Valores y Ética Empresarial

Durante los últimos años, SMU ha aplicado la medición de Barómetro de Valores y Ética Empresarial de Fundación Generación Empresarial (FGE), una encuesta destinada a medir la cultura ética y de cumplimiento en las empresas y organizaciones. Los resultados de la medición complementan la gestión de la integridad corporativa entregando un diagnóstico—en el que participan los propios colaboradores—tanto de la percepción implícita, como la explícita del comportamiento ético de la Compañía.

Este 2023 SMU se encuentra nuevamente en el cuadrante superior de acreditación de buenas prácticas y medición de barómetro de valores, considerando a más de 170 empresas participantes. Es así como, por cuarto año consecutivo, la Compañía fue reconocida por el Compromiso con la Integridad al elevar sus estándares éticos resaltando su trabajo permanente con las buenas prácticas.

5.1.1 CAPACITACIÓN Y EVALUACIÓN

La formación, educación y evaluación en buenas práctica y cumplimiento son parte esencial de la gestión de la ética, por lo que SMU anualmente capacita a su personal sobre situaciones de riesgo, generando conciencia y una cultura de la prevención. El plan de capacitación permite reforzar el cumplimiento de la normativa y procedimiento, incluyendo la aplicación del Código de Ética y Conducta de Negocios. Las actividades de formación incluyen dilemas éticos, charlas y cursos, entre otras.

Durante el año 2023, se ejecutaron más de 230 mil horas de capacitación en materias relacionadas con el cumplimiento y la ética.

Capacitación Cumplimiento y Ética 2023

Tema Curso	Horas	Personas
Cumplimiento	94.148	4.089
Derechos Humanos en la Empresa	8.286	4.143
Gestión de Clientes y Protección al Consumidor	49.032	4.079
Libre Competencia	8.450	4.312
Modelo del Compromiso	6.208	3.104
Prevención de Riesgos	49.128	4.090
Seguridad de la Información	8.276	4.138
Sostenibilidad	8.228	4.114
Total General	231.756	4.367

SMU ha definido que aquellas personas que ejercen funciones con mayor riesgo en materias de cumplimiento y conducta deben capacitarse en estos contenidos de manera regular. Este grupo objetivo incluye a más de 4.000 colaboradores, apuntando especialmente a roles de liderazgo. La tasa de realización de este programa por parte de este grupo alcanzó un 97% en 2023.

Adicionalmente, los sistemas de evaluación de desempeño de la Compañía incorporan los lineamientos del Código de Ética y Conducta de Negocios. Los criterios de evaluación de desempeño se basan en los valores corporativos: Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad, y la evaluación de la dimensión del Respeto incorpora competencias directamente relacionadas con la ética. Por ejemplo, se evalúa si el colaborador o la colaboradora “Trabaja con honestidad, cumple sus compromisos y asume responsabilidad por errores propios y del entorno, aprendiendo de ellos y toma medidas para evitar que se repitan” y si “Vela por la sostenibilidad del negocio, promueve los valores de la Compañía, garantiza el cumplimiento de estándares éticos para proteger la reputación y asegurar el éxito del negocio y cuestionando aquellas situaciones donde ve una oportunidad.

5.1.2

CANAL DE DENUNCIAS Y CONSULTAS

Desde hace años SMU ha puesto a disposición de sus clientes, proveedores, asesores, colaboradores, accionistas, vecinos, comunidad y el público en general en Chile y Perú un Canal de Denuncias y Consultas provisto por un tercero independiente a la empresa. El objetivo del Canal es que quien tenga inquietudes sobre temas de ética o de otra índole pueda consultar o quienes sean víctima o estén en conocimiento de alguna actividad que pudiese implicar transgresión a ley o normativa, al Código de Ética y Conducta de Negocios, y/o a políticas y procedimientos internos de la Compañía, puedan informarlo sin temor a represalias, de forma confidencial, transparente, con facilidad de acceso y anónimamente, de considerarlo necesario, además permite al denunciante conocer el estado de su denuncia y comunicarse directamente con el/ella en caso de ser necesario.

La Compañía promueve el uso del Canal de Denuncias y Consultas en distintas instancias como son los contratos de trabajo, contratos con proveedores, charlas operacionales, capacitaciones y campañas comunicacionales, entre otras.

Al Canal de Denuncias y Consultas se puede acceder desde la página web de la Compañía y durante el 2023 se realizaron 80 consultas y 1.279 denuncias en materias relacionadas con: resguardo de las personas y ambiente en el trabajo; prevención de delitos, responsabilidad penal y Ley N° 20.393; conducta en los negocios y libre competencia; uso de bienes de la Compañía; y reclamos de clientes. A continuación, se proporciona un desglose del número de denuncias y consultas recibidas durante el año.

Denuncias y Consultas 2023 por Grupo de Interés

Grupo	Número de Denuncias y Consultas (1.359)	Principales Materias
Clientes⁶	402	Mercaderías, atención.
Colaboradores	899	Distintas materias de acoso, discriminación, infracciones normativas.
Proveedores	22	Infracción a procedimientos y/o Código de Ética y Conducta de Negocios.
Vecinos	14	Cambios en horarios de descargas, ajustes en maquinaria por ruido.
Otro	22	
Total	1.359	

⁶ Las denuncias y consultas recibidas de clientes que corresponden a reclamos son derivadas al área de Servicio a Clientes, donde se le da respuesta en tiempo y forma, registrándose la gestión y medidas tomadas. Las denuncias y consultas recibidas de clientes pero que no corresponden a reclamos son investigadas y gestionadas de la misma forma que las denuncias y consultas recibidas de otros grupos de interés.

Denuncias y Consultas 2023 por Materia

Materia	2023	2022 ⁷
Acoso laboral y maltrato	382	198
Acoso sexual	37	31
Brecha, fraude, falsificación o alteración de información y/o registros	33	-
Cohecho y soborno	1	-
Conflictos de interés	-	1
Consulta	80	81
Corrupción entre particulares	2	-
Falta en la igualdad de oportunidades o discriminación	61	16
Libre competencia	1	1
Otras denuncias	39	30
Otros delitos de la Ley 20.393	1	1
Otras materias de recursos humanos	306	143
Reclamo cliente	348	411
Represalias	13	3
Robo/malversación	23	10
Seguridad en el trabajo y cuidado con el medioambiente	31	18
Uso de información privilegiada y confidencial	1	-
Total	1.359	944

El objetivo de SMU es dar solución a los reclamos planteados, y asimismo identificar oportunidades de mejora en las materias, locales o áreas que requieren un refuerzo adicional, a través de capacitaciones, visitas, medidas de resguardo, entre otras medidas que buscan erradicar todas aquellas conductas que se aparten de su sello CERCA.

Por su parte, las infracciones constatadas se sancionan de forma oportuna, teniendo un plazo definido de investigación. Dentro de las sanciones aplicadas están: amonestación verbal, amonestación escrita, descuento del 25% de la remuneración diaria y terminación del

⁷ Algunas denuncias recibidas en 2022 han sido reclasificadas entre tipos de materia con respecto a lo informado en la Memoria Integrada 2022.

MEMORIA INTEGRADA 2023

contrato de trabajo. Adicionalmente, se toman medidas de resguardo inicial de la persona denunciante, como el cambio de lugar de trabajo, y medidas adicionales al término de la investigación, como son la capacitación, cursos, charlas, entre otras. Además de las sanciones internas que se puedan aplicar, SMU colabora con mecanismos judiciales y no judiciales cuando corresponde.

Materias Sancionadas Internamente 2023

Materia	Amonestación escrita	Amonestación verbal	Desvinculación	Multa	Otro
Acoso laboral y maltrato	75	15	20	11	3
Acoso sexual	6	-	11	3	-
Brecha, fraude, falsificación o alteración de información y/o registros	6	1	7	3	-
Conflictos de interés	-	-	-	-	-
Falta en la igualdad de oportunidades o discriminación	4	4	4	1	-
Libre competencia	-	1	-	-	-
Otras denuncias	3	-	1	-	-
Otros delitos de la Ley 20.393	1	-	-	-	-
Otras materias de recursos humanos	27	8	7	4	1
Reclamo cliente	4	20	6	-	-
Represalias	2	1	-	-	-
Robo/Malversación	4	2	3	-	-
Seguridad en el trabajo y cuidado con el medioambiente	1	-	1	-	2
Uso de información privilegiada y confidencial	1	-	-	-	-
Total	134	52	60	22	6

5.1.3

COMPROMISO Y GESTIÓN DE DERECHOS HUMANOS

La Declaración de Derechos Humanos en la Empresa de SMU establece el compromiso de la Compañía en esta materia, lo cual además es consistente con los valores y principios que orientan su actuar, expresamente reconocidos en su sello CERCA, su Código de Ética y Conducta de Negocios y su Modelo de Sostenibilidad. La Compañía se compromete a respetar, promover y proteger los derechos humanos en sus distintas acciones y en la cadena de valor. En caso de infracción, ha establecido mecanismos de reclamo y sanción cuya finalidad es la de mitigar y reparar su afectación.

Toda infracción a los derechos humanos puede ser reclamada en el Canal de Denuncias y Consultas, descrito en la sección 5.1.2.

5.1.3.1

DEBIDA DILIGENCIA EN DERECHOS HUMANOS

SMU está comprometida con el respeto a los Derechos Humanos, tal como establece su “Declaración de Derechos Humanos en la Empresa, una cultura de integridad”, y para asegurar una adecuada gestión integral de sus riesgos e impactos en esta materia, a partir del año 2022, comenzó el proceso de debida diligencia en derechos humanos.

El objetivo de este proceso, que tiene un enfoque preventivo, es identificar riesgos, reales y potenciales, que pudiesen impactar negativamente a las personas, sociedad y medio ambiente, y así poder prevenir y mitigar y/o reparar, en caso de materialización. Se llevó a cabo junto a asesores externos, basándose en estándares y normas internacionales, tales como Los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas, Guía de la OCDE de Debida Diligencia para una Conducta Empresarial Responsable, OIT, entre otros.

En 2023, SMU mejoró su puntaje en el Diagnóstico sobre Empresas y DDHH en un 27% con respecto a 2022, y alcanzó el cuarto lugar en el ranking, avanzando cinco puestos⁸

El proceso de debida diligencia ha incluido: a) evaluar el impacto de las actividades de la empresa sobre los derechos humanos; b) integrar los análisis y las conclusiones obtenidas; c) actuar tomando las acciones necesarias para prevenir y mitigar los impactos; d) hacer seguimiento de las acciones; y e) comunicar de manera efectiva la forma en que se hace frente a las consecuencias negativas.

⁸ Diagnóstico realizado por el Programa de Sostenibilidad Corporativa de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Chile en colaboración con la World Benchmarking Alliance y el Proyecto CERALC.

MEMORIA INTEGRADA 2023

En 2022, se implementó el proceso en oficina central, Unimarc y División Logística, y en 2023, culminó el proceso de debida diligencia para el resto de las operaciones en Chile, considerando aquí los formatos Alvi, M10 y S10.

En el caso de las operaciones en Perú, durante 2023 se avanzó en la identificación de los riesgos con potencial impacto en derechos humanos, mientras que el proceso de evaluación se hará coincidir con la revisión de la metodología de gestión de riesgos de esas operaciones.

Grupos de interés

El proceso de debida diligencia consideró los posibles impactos en los derechos humanos de diferentes grupos de interés de SMU, incluyendo colaboradores internos, colaboradores externos (contratistas), otros proveedores, clientes y miembros de la comunidad. Algunos de los grupos de interés considerados en el análisis incluyen mujeres, migrantes y/o niños y niñas.

Derechos humanos considerados

El proceso de debida diligencia consideró los posibles impactos en los siguientes derechos humanos:

- Derecho al trabajo.
- Derecho a la vida.
- Derecho a disfrutar de condiciones justas y favorables de trabajo (incluyendo la igualdad de remuneración).
- Derecho a no ser sometido a torturas o tratos crueles, inhumanos o degradantes.
- Derecho a fundar y afiliarse a los sindicatos y derecho a la huelga.
- Derecho a la libertad y seguridad personal.
- Derecho a la seguridad social.
- Derecho a no ser sometido a esclavitud, servidumbre ni trabajos forzados.
- Derecho a la vida familiar.
- Derecho a un nivel de vida adecuado.
- Derecho a la salud.
- Derecho a la libertad de expresión.
- Derecho a la privacidad.
- Derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva.
- Derechos de protección del niño.
- Derechos de protección de la familia.
- Derecho a la igualdad ante la ley, sin discriminación.
- Derecho a vivir en un medioambiente seguro, limpio, saludable y sostenible.

Proceso de identificación

El proceso de debida diligencia 2023 comenzó con un análisis del contexto sectorial y geográfico que permitió identificar factores críticos en derechos humanos. Este análisis consideró los siguientes elementos:

- Marcos regulatorios, tratados internacionales, contexto político, gobernanza institucional, contexto social y ambiental
- Benchmark de empresas líderes en la gestión de DDHH.
- Revisión estándares y exigencias sectoriales pertinentes: (1) Principios Rectores sobre Empresas y DDHH - ONU, (2) Guías Chile - Fundación Casa La Paz, (3) Las empresas y los Derechos Humanos - Business & HR, (4) Plan de acción Nacional de DDHH y Empresas, (5) Guía de la OCDE de Debida Diligencia, (6) Herramienta empresarial en DDHH - Pacto Global, (7) Guía CEO DDHH – WBCSD.
- Revisión y análisis de información secundaria: políticas / procedimientos.
- Entrevistas a diferentes áreas de la Compañía con el objetivo de identificar: operación y comprensión concepto DDHH. Áreas entrevistadas: Gerencias Corporativas; Operaciones, Supply Chain & Logística, Personas y Sostenibilidad, Auditoría, Marcas propias, Desarrollo, Relaciones Laborales, Comercial, Conocimiento y Experiencia de Clientes y Prevención de Riesgos.
- Entrevistas a grupos de interés, entre los cuales se encuentran: representante de trabajadores; empresas de transporte; empresas de aseo, empresas de servicios de seguridad; y comunidad.

A partir del proceso de debida diligencia realizado, se identificaron un total de 51 riesgos con potenciales impactos en derechos humanos.

Los 51 riesgos detectados se clasifican en 12 categorías: “operación y desarrollo”, “colaboradores”, “diversidad, inclusión y no discriminación”, “salud y seguridad en el trabajo”, “proveedores/ contratistas”, “servicios de guardias de seguridad”, “relacionamiento con clientes”, “comunidad”, “condiciones en espacios subarrendados”, “privacidad de la información”, “acceso al canal de denuncias y consultas” y “comunicación de derechos humanos en SMU”.

Proceso de evaluación

De acuerdo con la metodología de gestión de riesgos de SMU, una vez identificados los riesgos que pueden impactar en los derechos humanos, se identifican controles y se priorizan los riesgos. El análisis se realiza desde los equipos responsables para la gestión de los riesgos respectivos, incluyendo los equipos de desarrollo organizacional, relaciones laborales, calidad, sostenibilidad, comercial, desarrollo inmobiliario, prevención de riesgos, operaciones y logística, entre otros.

En base a este proceso, los 51 riesgos detectados en la etapa anterior fueron priorizados, clasificándose cada uno de ellos en “alto” (9), “medio” (24) y “bajo” (18).

Mitigación y remedio

Si llegase a ocurrir que un riesgo se materializa, a pesar de la existencia de controles y planes de acción, SMU se compromete a establecer las medidas de reparación necesarias, según la situación y/o circunstancia lo amerite. Además, para conocer eventos de este tipo, la Compañía ha establecido mecanismos de reclamación disponibles para las personas potencialmente afectadas a través del Canal de Denuncias y Consultas al que pueden acceder directamente en la página web de la empresa.

Este canal es de acceso a cualquier grupo de interés, con un procedimiento claro, concreto, transparente y sin represalias, con comunicaciones directas con la persona afectada, manteniendo el carácter de reserva y confidencial. Se entiende que se ha hecho reparación, en aquellos casos ingresados por el canal de denuncias y que han dado lugar a una resolución, mediante la cual se ha mitigado o cesado el daño o afectación. Para más información, ver 5.1.2 Canal de Denuncias y Consultas.

Monitoreo de actividades de control de impactos en DDHH

La debida diligencia en Derechos Humanos es un proceso continuo, por lo que los riesgos identificados y sus respectivos controles se monitorean anualmente. Es así como, durante 2023, se realizó el primer monitoreo de las actividades de control de los potenciales impactos en derechos humanos de SMU matriz, Unimarc y División Logística, operaciones en las cuales se ejecutó el proceso de debida diligencia en 2022. El monitoreo consideró:

- Reunión con los responsables de los riesgos para revisar controles, además de identificar la potencial existencia de nuevos controles o medidas de mitigación.
- Revisión de evidencias que respalden la existencia de las medidas de control y de su cumplimiento.
- Presentación de resultados a los responsables de cada riesgo.

Actualmente se está trabajando en los planes de acción en los diferentes formatos evaluados, los cuales se llevarán a cabo el 2024.

5.1.4 DONACIONES⁹

La estrategia de ciudadanía corporativa de SMU tiene como foco el apoyo a instituciones en el ámbito de la discapacidad cognitiva y física, así como del desarrollo de MIPYMES regionales.

Para asegurar que las solicitudes de donaciones se gestionen de manera correcta, y que las donaciones se realicen conforme a la normativa interna y externa vigente, la Compañía cuenta con una Política Corporativa de Donaciones que fija los lineamientos y criterios para realizar donaciones a terceros, garantizando que éstas se ejecuten conforme a la normativa interna y externa vigente. Asimismo, cuenta con un Procedimiento de Gestión de Donaciones, que establece cómo debe canalizarse y resolverse una solicitud de donación recibida por la Compañía, y un Comité de Donaciones, responsable de la aprobación—ya sea total o parcial—o rechazo de donaciones solicitadas por terceros. El comité está conformado por el Gerente General, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, Gerente Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, Gerente de Cumplimiento, Gerente Corporativa de Personas y Sostenibilidad, y Gerente de Sostenibilidad. Para sesionar, requiere de la participación del Gerente General y al menos tres integrantes adicionales. La periodicidad de sus reuniones es *ad hoc*, siempre que existan solicitudes que deban ser aprobadas. SMU no realiza donaciones a causas políticas.

Las donaciones que realiza la Compañía pueden ser en la forma de Gift Cards que se pueden utilizar para realizar compras en sus tiendas; productos; o dinero. Durante el año 2023, el monto total de las donaciones alcanzó \$159 millones¹⁰, correspondientes a causas relacionadas con la discapacidad cognitiva y física y con el hambre cero.

Cabe señalar que, como parte de su estrategia de ciudadanía corporativa, SMU también realiza auspicios sociales, los cuales no tienen el carácter de donación, pero están enfocados en las mismas áreas prioritarias y también son revisados por el Comité de Donaciones. El monto de los auspicios sociales en 2023 ascendió a los \$907 millones.

⁹ Cabe señalar que en esta sección no están comprendidas las donaciones de alimentos efectuadas en el marco del programa No Desperdicio de Alimentos. Dichas donaciones no son revisadas por el Comité de Donaciones, por ser donaciones de otra naturaleza, pero las organizaciones beneficiarias que reciben las donaciones son previamente revisadas para verificar que no tengan antecedentes de corrupción.

¹⁰ Montos entregados durante el año calendario 2023. Incluye montos aprobados en 2022 y entregados en 2023. No incluye montos aprobados en 2023 que serán entregados en 2024.

5.2 CUMPLIMIENTO

SMU está sujeto a leyes y normas que la rigen sobre una amplia gama de materias que afectan las diferentes áreas del negocio, por lo que se ha establecido el cumplimiento como un elemento estratégico de su quehacer. Para ello, cuenta con una gerencia de cumplimiento, cuya responsabilidad es promover y liderar los esfuerzos a través de capacitaciones, mesas de trabajo que estudian nuevas regulaciones, mediciones de externos, implementación y revisión periódica de políticas y procedimientos internos, entre otros.

5.2.1 PREVENCIÓN DE DELITOS

Con el objetivo de evitar la corrupción y otros delitos, SMU cuenta con modelos de prevención de delitos para sus operaciones en Chile y Perú, basados en el sistema de gestión de riesgos de la Compañía. En el caso de Chile, el modelo considera un Encargado de Prevención de Delitos, quien reporta al Directorio de la Compañía, con actividades de prevención, detección, respuesta, supervisión, capacitación y monitoreo, orientadas a evitar la ocurrencia de los delitos contemplados en la Ley N° 20.393 sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas. Este modelo se encuentra certificado por un tercero independiente y se ha actualizado a medida que se ha ampliado el catálogo de delitos por parte del legislador. Los delitos cubiertos por el modelo incluyen el lavado del dinero, cohecho, financiamiento del terrorismo, delitos informáticos y delitos medioambientales, entre otros. Durante el 2023, se ha comenzado una actualización del modelo de prevención del delito considerando la nueva normativa dispuesta en la Ley 21.595¹¹.

En el caso de Perú, el modelo busca dar cumplimiento a lo establecido en la Ley N° 30.424, que regula sobre la Responsabilidad Administrativa de las Personas Jurídicas, y fortalece la cultura de cumplimiento normativo de la Compañía.

Los modelos de prevención de delitos son vinculantes tanto para personal interno como externo, directores, ejecutivos principales, proveedores y prestadores de servicios que se relacionen con la Empresa. Se sancionan conductas que infringen la normativa contenida en el modelo.

Asimismo, como medida de prevención y gestión, SMU cuenta con una Política de Declaración de Conflicto de Interés para identificar potenciales conflictos de interés y/o situaciones o conductas que podrían ser contrarias a sus valores éticos. La política establece las pautas generales y específicas de actuación que permiten la resolución de éstos respecto de colaboradores o directores generados dentro de la Compañía o con terceros en cuanto a su relación con ella. En caso de que se identifiquen situaciones que pueden constituir conflictos de interés, son presentadas al Comité de Ética y Conducta de Negocios, quien, a

¹¹ Ley 21.595, tiene una vigencia diferida en el tiempo, por lo que la empresa deberá contar con un nuevo modelo de prevención de delitos económicos y medioambientales a contar del 1 de septiembre de 2024.

su vez, reporta los casos fundados al Comité de Directores y al Comité de Auditoría y Riesgo, en caso que corresponda.

Los ejecutivos, gerentes y directores de SMU realizan su declaración de conflicto de intereses al momento de ingresar a la Compañía y la actualizan en forma anual, además de estar obligados a informar todo conflicto sobreviniente. La declaración se realiza en una plataforma digital, proveída por un tercero, que permite hacer seguimiento y tomar medidas en caso de ser necesario. Durante 2023, además se complementan las declaraciones con información públicamente disponible, para llevar a cabo una debida diligencia en esta materia.

En cuanto a los proveedores de la Compañía, estos realizan su declaración de conflicto de interés cada vez que se inicie un proceso de licitación, cotización, negociación o renovación del contrato, la que se renueva cada dos años, de continuar el servicio, sin perjuicio de la obligación de declarar todo eventual conflicto de interés sobreviniente.

Adicionalmente, con el fin de aplicar el principio de debida diligencia en el conocimiento de terceros interesados o vinculados en iniciar o mantener una relación comercial con la Compañía, según corresponda, a través de la verificación de si han sido o no vinculados de alguna manera a los delitos contenidos en la Ley N° 20.393.

A la fecha SMU no ha sido sancionada por delitos de la Ley N° 20.393.

5.2.1.1

RELACIONAMIENTO CON AUTORIDADES

SMU cuenta con una Política Corporativa de Relacionamiento con Autoridades y Funcionarios Públicos, cuyo objeto es asegurar que el relacionamiento de trabajadores y trabajadoras de la Compañía cumpla con las normativas externas e internas aplicables, a fin de garantizar la transparencia y probidad en reuniones o audiencias que se realicen en representación de los intereses de la Compañía. Esta política es más exigente que la legislación vigente en Chile (Ley N° 20.730 que regula el lobby), dado que la ley aplica solo para las reuniones solicitadas por lobistas o gestores de interés (“sujetos activos”), mientras que la política de SMU aplica a toda reunión, audiencia, mesa de trabajo solicitada por la Compañía en calidad de sujeto activo, así como también, por las autoridades (“sujetos pasivos”).

La Gerencia de Asuntos Públicos de SMU autoriza las solicitudes de audiencia o reunión y lleva un registro de todas las instancias. Además, el gerente general reporta al Directorio las gestiones más relevantes que se realizaron ante la autoridad. Asimismo, el cumplimiento de la normativa y de la política es controlado internamente por el área de Cumplimiento de la Compañía y además es auditado por el área de Contraloría.

Las principales gestiones responden a los siguientes fines: 1. Relacionamiento con ministerios y organismos relevantes para la Compañía (ej. SERNAC, Dirección del Trabajo);

2. Temas propios de negocio (ej. tramitaciones de permisos y patentes); 3. Contingencias; y 4. Legislativos.

5.2.2

PROMOCIÓN DE LA LIBRE COMPETENCIA

La libre competencia es una consideración central del negocio de SMU. La Compañía cuenta con una Política de Cumplimiento de Libre Competencia que se enmarca en el programa de cumplimiento de libre competencia, el que involucra a todos sus colaboradores y todas sus áreas. El programa señalado reúne los requisitos establecidos en la "Guía de Programas de Cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia" elaborada por la Fiscalía Nacional Económica (FNE), de junio de 2012, y está certificado por un tercero independiente desde el año 2020.

A ello se suman las demás disposiciones contenidas en la Sentencia N 167/2019 del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, cuyo cumplimiento es oportunamente reportado a la FNE y dentro de las cuales destacan contar con un Comité de Cumplimiento, conformado por tres directores, y una Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, quien reporta al Directorio. Asimismo, se provee una capacitación anual de Libre Competencia realizada por un abogado o economista externo experto en libre competencia y otras capacitaciones (Para más información, ver sección 5.1.1 Capacitación y Evaluación).

Durante el año 2023, la Compañía no fue sancionada en esta materia.

Cabe mencionar que, durante 2023, la Compañía alcanzó un acuerdo de compensación con Conadecus y SERNAC, como consecuencia de las demandas colectivas interpuestas por ambas, por un monto de 3.438 UTA. Con este acuerdo, se pone fin a las demandas colectivas asociadas a la sentencia definitiva de la Corte Suprema recibida con fecha 8 de abril de 2020, de acuerdo con lo informado por la Compañía en un Hecho Esencial de la misma fecha. Dicho monto será entregado al Instituto de Previsión Social, el que compensará homogéneamente como único grupo de consumidores beneficiarios a todas las personas que se registren como pensionados de la Pensión Básica Solidaria de Invalidez. La pérdida total reconocida por SMU por este concepto en 2023 fue de CLP 3.248 millones.

5.2.3

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Los clientes están en el centro del quehacer diario de SMU y de su propósito corporativo: *“Con cercanía hacemos la vida más fácil a nuestros clientes”*. En esa línea, la Compañía busca resguardar los derechos de sus clientes a través de diversas políticas y procedimientos—especialmente la Política Corporativa de Protección al Consumidor— además de capacitaciones y la existencia de un área dedicada al servicio de atención a clientes.

Como parte de su preocupación constante por fomentar buenas prácticas comerciales y de servicio, que permitan entregar una experiencia de consumo satisfactoria a todos sus clientes, y en el contexto de su Política Corporativa de Cumplimiento de Protección al Consumidor, SMU ha diseñado e implementado un Programa de Cumplimiento para abordar todos los riesgos de no cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de los consumidores vigente. Lo anterior, en consideración a: (i) las características propias de la Compañía; (ii) las necesidades y expectativas de las partes interesadas y (iii) la evaluación de riesgos realizada.

El Programa de Cumplimiento de protección al consumidor contiene objetivos de cumplimientos que son propuestos por el Encargado de Cumplimiento, con aprobación del Directorio, en función del tamaño, naturaleza y complejidad de las actividades y el entorno en el que operan los distintos formatos de SMU. Teniendo a la vista dichos objetivos, todas las actividades de la Compañía, tales como la gobernanza, la gestión de riesgos, las auditorías y las asesorías jurídicas consideran los requisitos y las exigencias contenidas en este plan.

La cultura de protección a los derechos del consumidor de SMU se fundamenta en los siguientes principios rectores con enfoque en áreas potencialmente sensibles:

1. Entregar a los clientes la información relevante de los productos que se ofrecen en locales y plataformas digitales, en forma clara, completa, verdadera y oportuna.
2. Cumplir con los compromisos que se asumen con los clientes.
3. Entregar un servicio profesional, basado en el respeto a la dignidad de las personas, en el cuidado de su integridad física y psíquica, y a una atención oportuna, cordial y efectiva, fundada en altos estándares de calidad.

Como parte de la implementación de estos principios, y con el objeto de prevenir las infracciones más recurrentes en la materia, se ha diseñado un Decálogo de Protección al Consumidor, que enumera diez conductas a adoptar en el contacto con los clientes. Específicamente, las conductas descritas en el Decálogo son: (1) Otorgar un trato respetuoso a los clientes y ayudar a que los demás colaboradores también lo hagan; (2) Revisar que todo producto tenga su precio publicado; (3) Respetar el precio informado en góndolas o promociones; (4) Diseñar promociones claras, tanto en su vigencia como en las demás condiciones bajo las que opera; (5) Colaborar en otorgar seguridad a los clientes evitando dejar elementos en los locales que puedan causar accidentes; (6) Informar los fines para los cuales se solicitan datos personales como el RUT; (7) Procurar que en el local esté publicado el nombre completo del jefe de local y el domicilio en un lugar visible; (8) Colaborar frente a un reclamo o ante una fiscalización; (9) Facilitar el ejercicio de garantías; y (10) Proteger la salud de los clientes, informando si se detectan productos en mal estado.

El Modelo de Protección al Consumidor de SMU está certificado por un tercero independiente.

Asimismo, en relación con la protección de la privacidad, SMU informa a sus clientes acerca del uso de sus datos personales a través de las Políticas de Privacidad de sus respectivos clubes de lealtad, Club Unimarc, Club 10 y Club Alvi. Estas políticas proporcionan información acerca del tratamiento de datos, en cuanto a su naturaleza; el uso de estos; los

MEMORIA INTEGRADA 2023

derechos de acceso, rectificación, cancelación, bloqueo y revocación del consentimiento (Derechos ARCO); el tiempo que los datos permanecen en los sistemas de la Compañía; la manera en que se protegen los datos; y la divulgación de los datos a terceros; entre otros.

En sus actividades de marketing, atención y fidelización, SMU recopila y almacena datos personales proporcionados por sus clientes. La Compañía comparte información en determinadas circunstancias, como por ejemplo con proveedores que le asisten en sus operaciones o ante requisitos legales, lo cual se realiza siempre según lo establecido en sus políticas de privacidad. Cabe mencionar también que, de acuerdo con sus políticas de privacidad, la Compañía no utiliza los datos personales de clientes que han solicitado la cancelación o bloqueo del uso de estos. Para más información sobre la protección de datos en SMU, por favor ver Sección 5.2.4 Privacidad de Datos.

A continuación, se proporciona un detalle de las sanciones cursadas por las autoridades competentes en materia de derechos de clientes durante el año 2023. Los casos tienen relación con derecho a seguridad en el consumo referidos a accidente de clientes en tiendas; robos y daños en estacionamientos; trato inadecuado de guardias de seguridad; y garantía legal. Para evitar nuevos incidentes, dependiendo de éste, el área respectiva de la Compañía, como Prevención de Riesgos, Mantenimiento, Servicio de Atención al Cliente, busca permanentemente reforzar las mejores prácticas a través de capacitaciones e inspecciones.

Sanciones Derechos de Clientes

	2023
Número de sanciones ejecutoriadas	13
Monto de sanciones (MM\$)	20,6

5.2.4 PRIVACIDAD DE DATOS

SMU está comprometida con la protección de datos personales de sus trabajadores, clientes, proveedores y, en general, de cualquier persona natural que se relacione con ella. Durante el año 2023, la Compañía ha continuado trabajando en la profundización del modelo de cumplimiento de privacidad de datos, respetando los principios de licitud, finalidad, calidad, transparencia e información, seguridad, confidencialidad, minimización y proporcionalidad.

Resguardar y garantizar la privacidad de los datos es una prioridad en SMU. Para ello, la Compañía cuenta con un Oficial de Seguridad de Información con dedicación exclusiva para temas de protección de datos y un Comité de Seguridad de la Información integrado por representantes de las áreas legal, cumplimiento y tecnología, junto con asesores externos y áreas de negocio para abordar este tema de manera integral y en línea con la legislación vigente. Asimismo, en relación con los datos de sus clientes, la Compañía cuenta con una

filial dedicada al resguardo y tratamiento de datos que los consolida en un repositorio anonimizado de almacenamiento con altos estándares de seguridad donde los datos son transformados en códigos internos de trabajo.

Todo tratamiento de datos personales realizado por la Compañía deberá estar amparado en una base de licitud, esto es, por una hipótesis legal que autorice realizar el tratamiento de datos personales: la autorización legal o el consentimiento del titular o lo que la ley disponga en su momento.

La Compañía informa a los titulares de sus derechos, a través de sus términos y condiciones actualmente vigentes en sus distintos formatos, de las prerrogativas que le asisten en conformidad con la regulación aplicable poniendo a disposición de estos herramientas y procedimientos claros y sencillos para permitir el ejercicio de los siguientes derechos: acceso, rectificación, cancelación, bloqueo y revocación del consentimiento (Derechos ARCO).

El programa de protección de datos de SMU se basa en la ISO 31.000, contemplando la gestión de riesgos en esta materia. El programa considera el tratamiento de datos de clientes, trabajadores y proveedores. Dada la importancia de la protección de datos para SMU y sus clientes, la Compañía refuerza los estándares de seguridad a través de capacitaciones y campañas de comunicación interna. En 2023, 4.079 colaboradores fueron capacitados en privacidad de datos, y 4.138 en seguridad de la información.

SMU busca siempre implementar las mejores prácticas en materia de seguridad de la información, por lo que revisa sus procesos y medidas en forma permanente. Con este fin cuenta con una política de seguridad de la información y una normativa interna para todos los aspectos de protección de los activos de información que regula su uso adecuado y de acuerdo con las mejores prácticas internacionales como ISO 27.000 y NIST. Durante 2023 se auditó el nivel de madurez, obteniendo un resultado un 65% superior al conseguido dos años atrás.

Durante el año 2023, la Compañía no fue sancionada en esta materia. Cabe constatar que tampoco recibió reclamos por pérdida de datos de clientes. Además, toda infracción a la Política de privacidad de datos y a los procedimientos o normas que deriven de ella, por parte de un trabajador (a) de la Compañía, podrá dar lugar a medidas disciplinarias en contra del infractor de acuerdo con lo establecido en el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad de la Compañía.

5.2.5

PROTECCIÓN A DERECHOS DE COLABORADORES

Tal como lo establece su Modelo Corporativo de Sostenibilidad, SMU es una compañía de personas, y el respeto y cuidado de los derechos y el bienestar de sus colaboradores es un elemento clave de los valores y cultura de la Compañía. Para lo anterior, cuenta con diversas políticas, procedimientos y herramientas, buscando que todas sus trabajadoras y trabajadores cuenten con información completa y transparente acerca de sus derechos y de cómo denunciar situaciones que los puedan vulnerar.

Entre ellos está el reglamento interno de orden, higiene y seguridad, que incluye el Código de Ética y Conducta de Negocios, y define las normas en diversos ámbitos de la relación laboral, incluyendo la jornada de trabajo, el feriado legal, las obligaciones y prohibiciones de los trabajadores y las trabajadoras, procedimientos por vulneración de derechos fundamentales y denuncia de acoso laboral, e igualdad de oportunidades e inclusión social de personas con discapacidad, entre otros.

Quienes estén en conocimiento de alguna actividad que pudiese implicar transgresión a ley o normativa, al Código de Ética y Conducta de Negocios, y/o a políticas y procedimientos internos de la Compañía, puedan informarlo de forma confidencial, transparente, con facilidad de acceso y anónimamente, de considerarlo necesario, a través del Canal de Denuncias y Consultas.

Otro ejemplo es el Procedimiento de Registro Confidencial y Tratamiento de Reclamos Relativos a Situaciones No Equitativas o Discriminatorias tiene como objetivo establecer la metodología, responsabilidades y acciones a seguir cuando se reciba un reclamo de parte de un trabajador o trabajadora por alguna situación que considere discriminatoria.

A continuación, se proporciona un detalle de las sanciones ejecutoriadas en materia de derechos de colaboradores durante el año 2023.

Sanciones Derechos de Colaboradores

	2023
Número de sanciones ejecutoriadas*	345
Monto de sanciones (MM\$)	852

*Número contempla sentencias ejecutoriadas y multas laborales ejecutoriadas cursadas por la Dirección del Trabajo.

Durante el año 2023, la Compañía fue objeto de 46 acciones en materia de Tutela Laboral¹². Cabe destacar que durante este período, la Compañía no fue condenada por este tipo de acciones.

Para evitar nuevos incidentes, la Compañía busca evitar las conductas asociadas a través de capacitaciones y charlas, entre otras acciones.

5.2.5.1 PREVENCIÓN DEL ACOSO LABORAL Y SEXUAL

SMU promueve un buen clima laboral, buscando que la relación entre sus colaboradores sea respetuosa, honesta y colaborativa. La Compañía no acepta el acoso laboral ni sexual, y trabaja proactivamente para prevenir estas conductas, a través de políticas, procedimientos, capacitaciones, campañas comunicacionales y otras acciones. Asimismo, aplica sanciones a los casos de acoso comprobados, de acuerdo con su Código de Ética y Conducta de Negocios y al marco del Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación (SIGIGC) que describe los mecanismos y responsabilidades para prevenir, detectar, denunciar, investigar, y sancionar las conductas de acoso laboral y sexual.

La capacitación es una herramienta importante para prevenir el acoso laboral y sexual y también para informar a los colaboradores acerca de cómo denunciar estas conductas.

Capacitación para Prevenir Acoso Laboral y Sexual

	N° Personas Capacitadas	% Dotación Capacitada
Capacitación para prevenir acoso laboral y sexual (año 2023)	20.830	88%

Denuncias por Acoso Laboral y Sexual

	2023
Número de denuncias por acoso laboral (Ley N°20.607 o equivalente) *	382
Número de denuncias por acoso sexual (Ley N°20.005 o equivalente) *	37

* Todas las denuncias presentadas ante la Compañía también se informan a la Dirección del Trabajo u organismo equivalente.

¹² Numero de juicios laborales por tutela laboral ingresados en 2023

MEMORIA INTEGRADA 2023

Cada denuncia recibida es debidamente investigada y, cuando se constata una infracción, sancionada. De las 419 denuncias por acoso laboral y sexual recibidas durante 2023, el 100% fue investigado, derivando en 144 sanciones.

Denuncias por Acoso Laboral y Sexual Sancionadas Internamente 2023

Materia	Amonestación escrita	Amonestación verbal	Multa	Desvinculación	Otro
Acoso laboral y maltrato	75	15	11	20	3
Acoso sexual	6	-	3	11	-

5.2.6

PROTECCIÓN AL MEDIOAMBIENTE

El cuidado del medioambiente es uno de los ocho ejes del Modelo Corporativo de Sostenibilidad de SMU, y su gestión se enmarca en la Política Corporativa de Gestión Ambiental, además de procedimientos específicos relacionados con temas como gestión de residuos y medición de ruidos, entre otros. La Compañía busca prevenir, controlar y mitigar los impactos ambientales que pueden ocasionar las actividades propias de la operación, logrando cada vez una mejor relación con su entorno y un desarrollo positivo del negocio.

Durante el año 2023, no hubo programas de cumplimiento ni planes de reparación por daño ambiental necesarios de presentar ni ejecutar.

SMU cuenta con una Resolución de Calificación Ambiental (RCA) asociada al centro de distribución Lo Aguirre, la que establece compromisos ambientales. La Compañía realiza seguimiento periódico y una auditoría interna anual, con el objetivo de verificar y procurar el cumplimiento de todos los compromisos ambientales asociados a la RCA, dentro de los que se puede mencionar Monitoreos de Riles mensuales, seguimiento al Plan de Reforestación ejecutado, permisos sectoriales, entre otros. Cabe destacar que dichos compromisos ambientales se encuentran en cumplimiento.

Durante el año 2023, la Compañía no fue sancionada en esta materia.

5.3 MARCO REGULATORIO

SMU se encuentra sujeta a las leyes, normas, regulaciones y fiscalizaciones que generalmente aplican a las sociedades que operan en Chile y Perú, incluyendo leyes laborales, previsionales, de salud pública, de protección al consumidor, de protección al medio ambiente, de valores y de libre competencia. Dichas leyes incluyen normas para

asegurar las condiciones sanitarias y de seguridad en las instalaciones en que la Compañía vende y distribuye alimentos. Asimismo, incluye los requerimientos para obtener la aprobación de los permisos de obras y sus recepciones finales para las instalaciones de la Compañía, ante la Municipalidad que corresponda.

5.3.1

CHILE

Ley de Protección al Consumidor y SERNAC

SMU y todos sus formatos que operan en Chile están sujetas a la Ley Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, cuyo cumplimiento, respecto de consumidores finales, es fiscalizado por el Servicio Nacional del Consumidor (“SERNAC”).

El SERNAC intercede o actúa de mediador en disputas entre consumidores y proveedores y, adicionalmente, interpone denuncias ante los Juzgados de Policía Local para sancionar la responsabilidad de los proveedores ante hechos que afecten el interés general. El SERNAC, además, está facultado para interponer demandas colectivas cuando los intereses colectivos o difusos de un conjunto de consumidores son afectados.

En los últimos años se ha fortalecido la protección a los consumidores, a través de la Ley N° 21.081 que modifica la Ley Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores y la Ley N° 21.398 (“Ley Pro Consumidor”), estableciendo medidas para incentivar la protección de los derechos de los consumidores; aumentando el valor de las multas para los proveedores que sean condenados por infracción a los derechos de los consumidores; entregando nuevas facultades fiscalizadoras al SERNAC; y creando un nuevo procedimiento de mediación voluntaria entre proveedores y consumidores; entre otros cambios.

Libre Competencia

SMU y todas sus filiales que operan en Chile están sujetas a la legislación de libre competencia contenida en el Decreto con Fuerza de Ley N°1 de 2004, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que fija el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado del Decreto Ley N° 211, que tiene por objeto promover y defender la libre competencia en los mercados.

La defensa y promoción de la libre competencia corresponde a la Fiscalía Nacional Económica (“FNE”), al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) y a la Corte Suprema.

Secretarías Regionales Ministeriales del Ministerio de Salud

Los supermercados de SMU en Chile están sujetas a fiscalización por parte de las Secretarías Regionales Ministeriales del Ministerio de Salud, que inspeccionan los locales en forma regular y toman muestras para ser analizadas, además de velar por el estricto cumplimiento del Reglamento Sanitario de Alimentos y del Reglamento Interno de Orden,

MEMORIA INTEGRADA 2023

Higiene y Seguridad, junto a todas las medidas que sean indicadas por la autoridad, incluyendo la implementación de protocolos cuando sea necesario. La Compañía regularmente contrata servicios de inspección privada en sus instalaciones para asegurar que dicha normativa se cumple.

Adicionalmente, los supermercados de SMU en Chile están sujetas a fiscalizaciones por parte del Servicio Agrícola y Ganadero.

5.3.2 PERÚ

Las filiales de SMU que operan en Perú están sujetas al Decreto Legislativo N° 1034 que aprueba la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, la que regula, prohíbe y sanciona las prácticas anticompetitivas, y a la Ley N° 29.751 Código de Protección y Defensa del Consumidor. El cumplimiento de dichas leyes es fiscalizado por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (“INDECOPI”). Del mismo modo, las adquisiciones de sociedades y cualquier otra operación de concentración empresarial se encontrará sujeta a control previo por parte de INDECOPI a partir del 20 de abril de 2020, de conformidad con la Quinta Disposición Complementaria Final del Decreto de Urgencia N° 013-2019 – que establece el Control Previo de Operaciones de Concentración Empresarial.






Otro aspecto importante que regula las operaciones de las filiales de SMU en Perú, está constituido por el marco normativo de Protección de Datos Personales, el cual tiene por objeto que se brinde tratamiento adecuado de los datos personales, para lo cual se requiere la inscripción del Banco de Datos Personales, la obtención del consentimiento informado de los titulares de los datos personales, entre otros. La norma general está contenida en la Ley N° 29.733 – Ley de Protección de Datos Personales. Recientemente, se ha publicado la Directiva N° 01-2020-JUS/DGTA-PD, en la que se establecen disposiciones para el tratamiento de datos personales captados a través de sistemas de video vigilancia con fines de seguridad, control laboral y otros. Dicha norma entró en vigencia el 6 de abril de 2020. El cumplimiento de este marco normativo se encuentra a cargo de la Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales.

No se requieren licencias o permisos especiales gubernamentales para la venta y distribución de alimentos u otros productos comercializados en las tiendas de SMU en Perú, con la excepción de las licencias gubernamentales requeridas para la venta de bebidas alcohólicas, productos horneados, fármacos, mariscos y verduras, y de las licencias de negocios habitualmente requeridas por las autoridades, como por ejemplo el Ministerio de Agricultura o el Ministerio de Salud. Las tiendas mayoristas de SMU en Perú están sujetas a fiscalizaciones por parte de la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (“DIGESA”), un órgano técnico normativo del Ministerio de Salud que verifica, entre otras cosas, la inocuidad alimentaria de los alimentos destinados al consumo humano elaborados industrialmente. Las municipalidades locales son responsables de las inspecciones sanitarias de las tiendas.

6.

SOMOS UNA EMPRESA DE PERSONAS

La cultura organizacional de SMU es la base sobre la cual se asienta la gestión de personas. En este marco, la estrategia busca desarrollar equipos ágiles y de excelencia, orientados al cliente, colaborativos entre sí y comprometidos con su trabajo diario, en un ambiente de respeto que promueve la diversidad e Inclusión.

TEMAS	AVANCES 2023	ODS
Inclusión & Diversidad	Certificación en la Norma Chilena N°3262 de Equidad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal en Servicios Logísticos Santiago y avanzando en un autodiagnóstico en Alvi.	 
Desarrollo de personas		 
Relaciones laborales	Incremento participación de mujeres en operación logística a través de programa Operadoras Logísticas.	
Gestión de personas	Certificación de CD Lo Aguirre como espacio laboral preventivo en consumo de drogas y alcohol.	<p>Contribuye a metas:</p> <p>1.2 8.8</p> <p>5.1 10.2</p> <p>5.5 16.7</p> <p>8.5</p>



6.1 CULTURA ORGANIZACIONAL



El compromiso con la cultura de una organización es un pilar fundamental para la implementación de la estrategia, ya que permite guiar el trabajo y entregar sentido mediante una mirada común. El sello cultural de SMU, CERCA, describe los valores centrales que caracterizan a la Compañía y sus colaboradores: Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad.

SMU busca visibilizar y potenciar estos valores en la vida y gestión diaria, enfatizando el vínculo con el negocio y el alineamiento con el propósito y la estrategia de la Compañía, y reforzando con los procesos de gestión del desempeño, compromiso y capacitación.

6.1.1 COMPROMISO

En el mes de noviembre 2023 SMU realizó una nueva aplicación abreviada de la Encuesta de Compromiso, denominada “Pulso Compromiso”, la cual corresponde a la medición de un subconjunto de preguntas del instrumento 2022 y permite contar con un punto de control para entender las tendencias e impacto de los planes de acción dentro de la organización.

El indicador de satisfacción de la encuesta de este año se mantiene en rangos considerados buenos, es decir, sobre un 70%. El resultado de 71,6% considera Chile y Perú, donde las preguntas con mayores alzas fueron aquellas relacionadas a la recomendación de la empresa y al conocimiento de los beneficios. Por otro lado, las preguntas a trabajar están contenidas en las dimensiones de Colaboración y Oportunidades de Desarrollo. Al igual que en años anteriores, los resultados, se presentan a los equipos a través de sus jefaturas, con el propósito de trabajar en conjunto los planes de mejora.

Resultados Encuesta Compromiso (*)

	Pulso 2023	2022
% Respuestas	93%	96%
Encuesta Compromiso	71,6%	73,8%
Meta Encuesta Compromiso 2023	70,0%	70,0%

* La Encuesta de Compromiso estuvo disponible vía online para todas las personas con al menos un mes de antigüedad en la empresa.

Resultados Encuesta Compromiso por Género

	Pulso 2023	2022
Mujeres	70,8%	73,3%
Hombres	72,9%	74,9%

Resultados Encuesta Compromiso por Grupo Etario

	Pulso 2023	2022
18-25 años	73,2%	74,7%
26-36 años	68,0%	70,8%
37-49 años	71,5%	74,5%
50 y más años	74,2%	76,1%

6.2 DESARROLLO DE PERSONAS

En SMU las personas son el pilar fundamental para alcanzar los objetivos trazados y el propósito de negocio. Por tanto, la atracción y retención del talento, la inversión en oportunidades de formación y el proceso de evaluación de desempeño son factores clave para el desarrollo y, con esto, para la sostenibilidad de la Compañía.

Anualmente la Compañía dispone de un plan formativo que recoge la nivelación de conocimientos requeridos por el negocio, pero también la habilitación y preparación de nuevas necesidades de capacitación y/u obtención de talento que el entorno o las actualizaciones del negocio y sus proyectos exijan.

Asimismo, en busca de impulsar la diversidad de capacidades, conocimientos, condiciones, experiencias y visiones dentro de las personas que desempeñan funciones en los distintos niveles de la organización, continuamente se impulsan programas de contratación y desarrollo para jóvenes, personas con condiciones de discapacidad, adultos mayores y mujeres.

Para mantener este conjunto de capacidades y experiencias al interior de la organización, y para continuar desarrollando al talento, SMU cuenta con programas de capacitación y desarrollo; un sistema de evaluación de desempeño; y con una estructura de incentivos competitiva que cautela además la equidad.

6.2.1 SELECCIÓN

Para contar con un equipo de personas que permitan a SMU cumplir su propósito corporativo y alcanzar sus objetivos estratégicos, la Compañía cuenta con procesos de selección y reclutamiento para potenciar talento interno y atraer talento externo.

Dichos procesos se rigen por el Procedimiento de Reclutamiento y Selección de Personal, cuyo objetivo es establecer criterios para el reclutamiento, selección y contratación de posiciones vacantes, de manera que estos sean conducidos de forma transparente, objetiva, trazables y libres de sesgos, que permitan a SMU asegurar la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, sin distinción de etnia, religión, orientación sexual u otros que pudieran significar un desmedro en las oportunidades de las personas en el acceso a un cargo de la empresa.

Anualmente se realiza la evaluación de desempeño a todos los trabajadores de la Compañía. En virtud de este resultado, SMU genera programas de perfeccionamiento para personas con desempeños destacados en todos los niveles de la organización, quienes ante oportunidades de crecimiento tienen prioridad para crecimiento. Asimismo, las oportunidades internas se difunden de manera abierta a todos los trabajadores, buscando priorizar crecimiento interno antes de resolver por búsqueda externa. Cada proceso, además de

MEMORIA INTEGRADA 2023

considerar los datos de desempeño, considera la evaluación laboral específica por parte del área de Reclutamiento y Selección.

Movilidad Interna

	2023	2022
Vacantes llenadas internamente (%) (*)	54%	42%

*Considera aquellas posiciones que no corresponden a cargos base, que por definición no pueden ser llenadas internamente.

Los procesos de contratación de SMU y sus filiales consolidan un sistema integrado que aborda el proceso desde la etapa de reclutamiento y selección, hasta la emisión electrónica de documentación, asignando además la ejecución del proceso de inducción operativa y su seguimiento. La postulación preferente se realiza a través de los portales “Trabaja con Nosotros” de cada formato de negocio, portales que integran la gestión de postulaciones, y evaluaciones online.

Nuevas Contrataciones por Género

	2023	2022
Mujeres	4.031	5.787
Hombres	3.806	4.443
Total Nuevas Contrataciones	7.838	10.230

Nuevas Contrataciones por Grupo Etario

	2023	2022
Menor a 30 años	5.290	7.082
30-50 años	2.141	2.577
Sobre 50 años	407	571

Nuevas Contrataciones por Cargo

	2023	2022
Alta gerencia	-	-
Gerencia	11	21
Jefatura	78	80
Operario	2750	4.372
Fuerza de venta	4.387	5.133
Administrativo	62	77
Otros profesionales	207	292
Otros técnicos	343	255

6.2.2 CAPACITACIÓN

La formación y capacitación en SMU y filiales están enfocados en la habilitación para el cargo actual y también para lograr el desarrollo de los colaboradores y colaboradoras, esto de manera de apoyar el logro de los objetivos de la Compañía. La cultura organizacional CERCA es el engranaje que procura entregar las herramientas necesarias para que puedan adquirir conocimientos y desarrollar las competencias, alineadas con el plan estratégico de la Compañía.

La Política de Capacitación de SMU tiene como objetivo habilitar al personal en su cargo actual y desarrollar habilidades para eventuales cargos futuros, asegurando una alta cobertura y una experiencia de capacitación práctica y simple, alineada con los objetivos de negocio, la estrategia de la Compañía y su cultura CERCA.

Asimismo, el Procedimiento de Gestión de Capacitación de la Compañía tiene como objetivo asegurar una correcta y oportuna formación, alineada con los objetivos, estrategias del negocio y su cultura, promoviendo el desarrollo de todas las personas sin ningún tipo de discriminación o sesgo de género, edad, discapacidad o nacionalidad, asegurando el acceso equitativo entre géneros y considerando ciertas condiciones de los participantes para su acceso.

Durante 2023, el foco de capacitación en Chile estuvo en los siguientes programas:

Inducción Operacional Líderes Operacionales y Cargos Base: El modelo de inducción considera el detalle de los procedimientos operativos y un acompañamiento formal durante los primeros 30 días en su cargo, en el caso de los líderes, mientras que para cargos base

MEMORIA INTEGRADA 2023

considera un entrenamiento en el puesto de trabajo realizado por los líderes de su centro de trabajo. En 2023 se logró llegar al 90% de cobertura de las nuevas contrataciones.

Aperturas de Locales y Nuevos Procesos en Tienda: El proceso de inducción y formación para la apertura de nuevos locales y/o procesos, es una actividad crítica para asegurar la buena atención a clientes y la adhesión a los procesos internos desde el primer día de funcionamiento. Durante 2023 se implementaron 13 procesos de capacitación con más de 600 colaboradores contratados.

Actualización Operacional Líderes Operacionales, Especialidades y Cargos Base: Este es un programa de nivelación de conocimientos dirigido a todos los roles dentro de locales y centros de distribución, donde en 2023 se llevó a cabo un plan de reforzamiento de prácticas y procesos de trabajo en terreno, con la participación activa de líderes y cargos base, capacitando a 6.883 colaboradores.

Programa Normativo: Esta iniciativa busca fortalecer el conocimiento y adhesión a materias fundamentales para el funcionamiento del negocio, incluyendo competencia, consumidores, personas, prevención y cultura.

Capacitación

	2023	2022
Total horas de capacitación	2.565.457	2.328.127
Número de personas capacitadas (*)	22.549	20.518
Porcentaje de dotación capacitada	96%	84%

Horas de Capacitación Promedio por Cargo y Género

	2023		2022	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Alta gerencia	64	49	145	84
Gerencia	62	65	99	119
Jefatura	160	174	238	256
Operario	86	95	56	61
Fuerza de venta	88	120	75	75
Administrativo	122	97	139	49
Otros profesionales	80	80	143	140
Otros técnicos	213	203	245	221
Total	103	120	90	103

Horas de Capacitación Promedio por Grupo Etario

	2023	2022
Menor a 30 años	57	88
30-50 años	241	105
Sobre 50 años	91	80
Total	109	95

Horas de Capacitación por Materia

	2023	2022
Habilidades rol actual	2.169.119	1.239.142
Desarrollo para roles futuros	141.532	187.206
Cursos normativos	254.806	901.779

Inversión en Capacitación

	2023	2022
Tiempo de capacitación total (horas)	2.565.457	2.328.127
Tiempo de capacitación promedio por colaborador (horas)	109	95
Monto destinado a capacitación (MMCLP)	2.282	2.302
Monto destinado a capacitación (% ingresos)	0,1%	0,1%
Monto destinado a capacitación por colaborador (CLP)	96.916	94.144

Durante el año 2023, las horas de capacitación aumentaron en un 10% con respecto a 2022, producto de que varios procesos y cargos operativos sufrieron cambios sustanciales, además del aumento de la cantidad de proyectos que requirieron apoyo de capacitación para su correcta implementación. Por lo tanto, las temáticas de capacitación con mayor foco tuvieron que ver con materias operacionales específicas de cada cargo.

6.2.3 EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

El modelo completo de Gestión del Desempeño entrega la posibilidad, al 100% de los colaboradores, de contar con una evaluación y al menos una conversación de retroalimentación anual con su jefatura.

Este modelo consta de dos procesos diferentes de evaluación: el proceso de Ciclo de Desempeño, que se aplica a los colaboradores de áreas de soporte y cargos de liderazgo en la operación con más de tres meses de antigüedad en la organización, y el proceso de Apreciación de Desempeño para aquellas personas con más de un mes de antigüedad que trabajan en locales y centros de distribución en Chile y Perú.

Con el objetivo de complementar el modelo, se ha incorporado al proceso de Ciclo de Desempeño la fijación, seguimiento y evaluación de objetivos individuales, los cuales buscan medir el avance de los resultados y el desarrollo individual. Esta etapa permite que las jefaturas y sus equipos alineen el trabajo del año y trabajen en base a objetivos claros y medibles, los que en el caso de cargos base se concreta en planes de acción orientados a las oportunidades identificadas.

Para facilitar la comprensión de las herramientas de evaluación y apreciación de desempeño, se realizaron campañas comunicacionales, capacitaciones y seguimientos a equipos zonales de recursos humanos, administradores y jefaturas operacionales.

La alta cobertura en este proceso permite que, una vez finalizado, se puedan realizar los análisis comparativos por nivel de cumplimiento, oportunidades de desarrollo y potencial dando la posibilidad a que las personas de desempeño destacado accedan a los programas de desarrollo y crear planes de acción para aquellas que requieran un mayor acompañamiento para mejorar su desempeño de cara al siguiente ciclo de trabajo.

Evaluación de Desempeño: Cobertura Grupo Objetivo (*)

	2023	2022
Colaboradores evaluados – Total	98,1%	98,0%

*Porcentaje de la dotación del grupo objetivo evaluada. El ciclo de evaluación de desempeño de cada año finaliza durante el primer trimestre del año siguiente, por lo que las cifras de 2023 son preliminares.

6.2.4

PROGRAMAS DE DESARROLLO Y ATRACCIÓN DE TALENTO

El desarrollo de personas, entendiéndolo como un ciclo continuo, considera la evaluación de desempeño como una etapa central, pues tiene una estrecha relación con los programas de desarrollo y reconocimiento, permitiendo identificar oportunidades para la mejora continua en las operaciones de la Compañía. Asimismo, la Compañía cuenta con programas enfocados en la atracción de talento para satisfacer las necesidades actuales y futuras del negocio.

En el marco de esta mirada, durante el año 2023 en SMU se han impulsado diferentes iniciativas dentro del programa “Gestión Diferenciada de Desarrollo” que tiene como base el proceso de evaluación de desempeño, buscando preparar a las personas de desempeño destacado para asumir el siguiente nivel de desarrollo dentro de la organización. Adicionalmente, en 2023 se concreta la participación de SMU en el estudio Merco Talento, el cual permite entender la mirada externa de su propuesta de valor, y que ubica a la organización dentro de las 100 empresas más atractivas para atraer y retener talento.

Desarrolla Tu Carrera: Este programa se desarrolla en conjunto con el reconocido Instituto Profesional AIEP, con foco en cargos operacionales y de liderazgo dentro de las filiales de SMU. Durante 2023, un grupo de 735 colaboradores y colaboradoras de desempeño destacado pudieron optar a una malla formativa que los habilita para asumir nuevas responsabilidades y desafíos de carrera dentro de la empresa. Asimismo, al fomentar la contratación de candidatos internos, el programa permite a la Compañía ahorrar en costos de contratación. Como ejemplo del impacto positivo que tiene este programa, el 32,7% de sus graduados de los últimos tres años experimentaron un crecimiento profesional a través de un cambio de cargo dentro de la Compañía.

Gestión de Desarrollo: El año 2023 se realizó la tercera versión de este programa para las personas de cargos profesionales. Esta versión contó con la participación de más de 200

MEMORIA INTEGRADA 2023

personas de desempeño destacado dentro del proceso de Ciclo de Desempeño, quienes, a través de una malla base y una optativa, pudieron escoger entre diferentes instancias de aprendizaje, autoconocimiento, mentorías, entre otros que se adecuaron a sus necesidades para continuar su desarrollo. Un importante beneficio de este programa para la Compañía es que el 88,9% de cargos clave dentro de SMU cuentan con un plan de sucesión o de cobertura definido, lo que permite reducir el riesgo de perder conocimientos y habilidades esenciales cuando personal clave deja la Compañía. Cabe destacar que el 33,5% de los participantes de este programa desde el 2021 ha tenido un movimiento interno.

Programa de Aceleración Digital: Otra iniciativa relevante fue desarrollada en conjunto con la Escuela de Formación Ejecutiva de la Pontificia Universidad Católica de Chile, dentro del cual finalizó la primera versión del diplomado “Aceleración y Transformación Digital”, con 135 participantes graduados principalmente con foco en cargos ejecutivos y colaboradores con destacado desempeño.

Banca de Líderes: Como parte del desafío de atracción de talento a la organización, durante el año 2023 se implementaron diferentes programas con el objetivo de incorporar personas con potencial en cargos clave.

Se realizó la cuarta versión del programa “Banca de Líderes”, el cual busca crear un sistema que asegure la continua incorporación y capacitación de personas con potencial en cargos claves de la operación, asegurando la disponibilidad de talento para el negocio, completando 152 de personas que se incorporaron por esta vía a los distintos formatos de negocio.

Además, durante el año se implementaron diferentes variaciones de este programa, el de Administradores Trainee que buscaba generar un programa formativo para futuros líderes de local con 15 incorporaciones y el de Jóvenes Graduados con 13 incorporaciones que busca profesionales con potencial para desarrollarse dentro del negocio, optando a cargos en nuestra operación de locales, logística o en algún cargo de soporte a la operación.

Desarrolladores Trainee: Este programa contó con la incorporación de 14 jóvenes profesionales que participaron de una malla formativa con foco en el desarrollo dentro de áreas de Tecnología.

Operadoras Logística: Programa orientado a fomentar la incorporación de mujeres en las operaciones logísticas con un plan de formación teórica y práctica en los procesos logísticos. En 2023, se incorporaron a 23 mujeres que habían participado en el programa a las operaciones del Centro de Distribución Lo Aguirre.

Programa de prácticas y memorias: Programa de seguimiento a estudiantes con potencial que necesiten realizar una experiencia práctica o memoria como requisito de su carrera. El objetivo de este programa es acompañar a los estudiantes en su experiencia y atraer a aquellos que quieran incorporarse a la organización a participar de los programas de desarrollo que se cuentan en la Compañía.

6.2.5

ESTRUCTURA DE COMPENSACIONES

La gestión de compensaciones es una parte fundamental de la estrategia de gestión de personas en SMU, ayudando a atraer y retener talentos en la organización. La Compañía cuenta con un fuerte compromiso con la equidad y la igualdad en la administración de las compensaciones, por lo que, desde hace más de 10 años, utiliza el sistema de gestión de compensaciones GGS (*global grading system*).

Este sistema se basa en los principios de equidad interna y competitividad externa y se aplica de manera imparcial y sin distinción para determinar las rentas de cada uno de los cargos de la Compañía, evitando que se incorporen componentes que puedan generar distorsiones y/o discriminaciones arbitrarias basadas en género, edad o nacionalidad, entre otros.

La Política de Remuneraciones y Compensaciones de SMU establece que para cada nivel del GGS se define una banda de renta a nivel de la compensación total (remuneraciones fijas y variables, además de beneficios cuantificables), y a la vez, cada cargo se asocia a una de estas bandas de acuerdo con la evaluación realizada en la herramienta. De esta manera, se garantiza que las compensaciones de los trabajadores sean justas y se basen en su contribución y desempeño en la organización.

Como parte de sus medidas de resguardo, la Política de Remuneraciones y Compensaciones, así como también, el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, contemplan un procedimiento de denuncia para que cualquier trabajador que considere que el derecho a la igualdad de remuneraciones hubiese sido vulnerado o no haya sido respetado pueda presentar un reclamo por escrito a través de una descripción de los hechos que constituyan desigualdad de remuneraciones, adjuntando los antecedentes, que considere necesarios (evaluación de conocimientos y habilidades, competencias técnicas, experiencia y otros que aporten a fundar su reclamo). De esta forma todos los trabajadores de la Compañía tienen la oportunidad también de velar por el cumplimiento de la equidad remuneracional.

MEMORIA INTEGRADA 2023

Como parte del compromiso de SMU con la no discriminación, la política define que una serie de medidas de remuneración no sexista:

- Semestralmente se genera un estudio de brecha salarial y participación de género con la finalidad de detectar, por tipo de cargo, diferencias respecto a la remuneración percibida entre hombres y mujeres, y la participación de estos en los diferentes cargos y niveles de la Compañía.
- Se realiza calibración de cargos cuando es pertinente con independencia de si son ocupados mayoritariamente por hombres o por mujeres.
- Se asegura igualdad en el acceso a los incentivos variables para hombres y mujeres.
- Se identifica si los puestos ocupados mayoritariamente por hombres no reúnen un mayor número de factores asociados a beneficios que los ocupados mayoritariamente por mujeres, y no existe una ponderación discriminatoria en los valores que se dan a dichos factores.
- Para evitar y eliminar cualquier brecha de remuneración al ingreso luego del proceso de búsqueda interno, externo o mixto, la remuneración de búsqueda se entrega al área de Selección (previa a iniciar la búsqueda), luego la renta de ingreso final nunca puede ser menor a lo establecido en la política, es decir, al menor en el punto de entrada de la banda remuneracional respectiva.

A nivel de métricas, la Compañía ha establecido ciertos parámetros a cumplir con la finalidad de mantener el monitoreo y correcto funcionamiento de las medidas de no discriminación:

- Brecha Salarial medida según la norma 461 de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF).
 - Periodicidad: Anual
 - Unidad de medida: %
 - Resultados esperados:
 - Bueno → Disminuyó respecto del año anterior.
 - Regular → Se mantuvo respecto del año anterior.
 - Malo → Aumentó respecto del año anterior.
- Proporción de trabajadoras y trabajadores que han recibido incremento de su compensación por mérito.
 - Periodicidad: Anual
 - Unidad de medida: %
 - Resultados esperados:
 - Bueno → Mejorar respecto del año anterior.
 - Regular → Se mantuvo respecto del año anterior.
 - Malo → Disminuyó respecto del año anterior.
- Proporción de trabajadoras y trabajadores que han recibido incremento de su compensación por cambio de cargo o funciones.
 - Periodicidad: Anual
 - Unidad de medida: %
 - Resultados esperados:
 - Bueno → Mejorar respecto del año anterior.
 - Regular → Se mantuvo respecto del año anterior.
 - Malo → Disminuyó respecto del año anterior.

Equiparidad salarial (*)

	Equiparidad Salarial (Media)	Equiparidad Salarial (Mediana)
Alta Gerencia	94%	90%
Gerencia	79%	90%
Jefatura	92%	88%
Operario	100%	100%
Fuerza de Venta	114%	111%
Administrativo	105%	100%
Otros Profesionales	85%	85%
Otros Técnicos	90%	94%

*La equiparidad salarial se mide de la siguiente forma: sueldo bruto mensual por hora (haber fijos y variables) medio/mediano de todas las colaboradoras de una determinada familia de cargo, dividido por el sueldo bruto mensual por hora (haber fijos y variables) medio/mediano de todos los colaboradores de la misma familia de cargo.

Adicionalmente, en 2023 SMU realizó una evaluación a través de la herramienta de análisis de salario digno dispuesta por el Pacto Global de la ONU, con el fin de entender su nivel de madurez y avance en esta materia, además de establecer una metodología de trabajo y análisis para diagnosticar la existencia o no de brechas respecto a esta temática.

Incentivos

El modelo de compensación variable de SMU está definido para que los colaboradores trabajen de manera más eficiente y se enfoquen en lograr los objetivos de la Compañía. Además, la inclusión de objetivos de desempeño por gerencia y/o área en la estructura de compensación variable permite reconocer y recompensar el trabajo bien hecho en todos los niveles de la Compañía.

Se alinean los incentivos de los colaboradores con los objetivos estratégicos de la organización, para de esta forma lograr también mejorar la retención de talentos y fomentar un ambiente laboral más colaborativo y orientado a los resultados. La estructura de compensación variable motiva a los colaboradores a trabajar juntos en la consecución de objetivos comunes, en lugar de enfocarse exclusivamente en sus propios intereses.

Es importante destacar que la Compañía busca definir incentivos fijados justos y transparentes, y estén basados en objetivos claros y medibles. De esta manera, el modelo de compensación variable cobra relevancia al ser una herramienta valiosa para motivar y retener a los colaboradores más talentosos y comprometidos.

6.3 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

El compromiso con contribuir a una sociedad diversa e inclusiva forma parte esencial de la identidad corporativa de SMU desde sus inicios, y se ha profundizado en concordancia con el sello CERCA, y el valor del Respeto. Los principios de diversidad e inclusión se refuerzan también en su Código de Ética y Conducta de Negocios; Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad; y de Política de Diversidad e Inclusión. Para ampliar su impacto, la Compañía promueve los principios de diversidad e inclusión junto a sus colaboradores y colaboradoras, sus familias, clientes/as, empresas proveedoras y la comunidad en la cual está inserta.

Para lograr estos objetivos, SMU tiene un Modelo de Diversidad e Inclusión, que se enmarca su gestión en el principio base de no discriminación y que se basa en el respeto y se enfoca en el trabajo de cuatro grupos de interés: género, migrantes, generaciones y discapacidad.

SMU mantiene dos programas de difusión y cambio cultural en el contexto de este modelo. El programa #QueNoSeaTema entrega herramientas y guías prácticas. El programa Derribando Mitos se enfoca de manera directa en ir develando los sesgos inconscientes en torno a los diferentes grupos de interés.

Modelo de Diversidad e Inclusión de SMU



6.3.1 GÉNERO

En SMU se reconoce la importancia de avanzar en la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, tanto en el acceso al empleo, capacitación y desarrollo profesional, así como también en las condiciones de trabajo, entre otros aspectos. La Compañía cuenta con diversas iniciativas en el marco de su Modelo de Diversidad e Inclusión, y además participa en diferentes rankings y evaluaciones que permiten medir su desempeño, identificar brechas y desarrollar planes de acción.

El compromiso y la gestión en materia de igualdad y equidad de género se ve reflejado en las cifras de participación femenina en cargos de liderazgo de SMU. Al nivel del Directorio, la Compañía cuenta con tres directoras de un total de nueve directores, siendo los cargos de Presidenta y Vicepresidenta ocupados por mujeres. Con respecto a la alta gerencia, un 31% son mujeres; en cargos gerenciales, un 31%; y en cargos de jefaturas, un 36%. De esta forma, el total de participación femenina en posiciones de liderazgo de la empresa alcanzó un 35% en 2023. Considerando toda la dotación de SMU, hay una gran participación de mujeres, alcanzando el 65% de representación.

Dentro de las iniciativas implementadas durante 2023, se destacan:

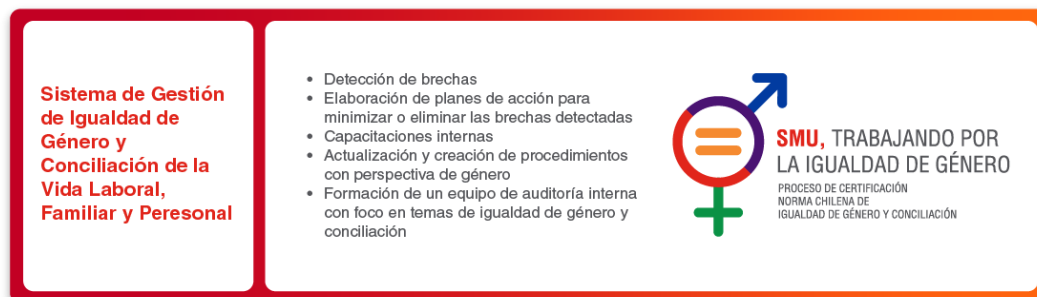
- Programa “Mentorías de Liderazgo” de WoomUp, con foco en liderazgo femenino y diseño de carrera estratégica, con participación de 31 colaboradoras de SMU.
- Publicación de la Guía de Cero Discriminación y las actualizaciones de las Guías para padres y madres, que entrega información sobre beneficios que SMU dispone para los colaboradores y colaboradoras que se convertirán en padres o en madres
- Actualización de las Guías de Corresponsabilidad y Conciliación; la Guía sobre Violencia y cómo prevenirla; la Guía de Autodiagnóstico de Violencia que permite identificar y autoevaluar las situaciones que pueden estar vivenciando los colaboradores y/o colaboradoras; y la Guía Sobre Lenguaje Inclusivo, entre otras.

Norma Chilena 3262:2021

Durante 2023, SMU continuó avanzando con su Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal en sus diferentes formatos, con el fin de expandir su certificación bajo la Norma Chilena 3262:2021:

- **SMU S.A.:** Actualizó sus procedimientos de acuerdo a los nuevos requerimientos de la última versión de la normativa, alcanzando nuevamente la certificación y posicionando a SMU como la primera empresa supermercadista del país en obtener dicha certificación.
- **Servicios Logísticos Santiago:** Obtuvo la certificación por primera vez, reforzando el compromiso de la Compañía con la incorporación de mujeres a operaciones que por años fueron lideradas por hombres. Reforzando nuestro compromiso por la inclusión y Diversidad.

- **Alvi:** Preparó el diagnóstico de preparación para avanzar en la certificación durante 2024.



Igualdad de género: Metas 2024 - 2025

Con el fin de seguir avanzando en materia de igualdad de género, SMU ha definido una serie de metas específicas:

- Avanzar en la Implementación de los sistemas de Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal, bajo la **Norma Chilena 3262:2021** en el resto de los formatos, como así también, lograr las recertificaciones que se contemplan en este proceso para así alcanzar el 100% de las operaciones en Chile certificadas bajo este modelo.
- Potenciar la incorporación de mujeres a labores que tradicionalmente han sido masculinizadas, por ejemplo, a través del programa de formación de mujeres operarias logísticas, creciendo en promedio un 10% entre 2024 y 2025.
- Incluir más mujeres en ámbito de los campos STEM como Tecnologías de la Información, Sistemas, Innovación, Transformación Digital y Comercio Electrónico, entre otros, creciendo un promedio un 5% el número de mujeres en estos cargos entre 2024 y 2025.

Estas metas cuentan con el compromiso y los lineamientos del Directorio, y los avances se comunican periódicamente al Directorio y a la Administración.

Colaboración para fomentar la equidad de género

Durante 2023, SMU ha mantenido y desarrollado vínculos de colaboración en materia de género con las siguientes organizaciones:

- **ONU Mujeres:** SMU Chile forma parte de la comunidad WEPs Global ONU Mujeres, comprometida con los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (“WEPs”), promoviendo la equidad de género y el desarrollo de sus colaboradoras en línea con este compromiso.
- **Red Activa:** Desde 2020 SMU es miembro de esta red que busca promover la equidad de género y políticas más inclusivas.

- **Acción Empresas:** SMU forma parte activa de la Mesa de Personas de Acción Empresas, impulsando iniciativas de promoción de la diversidad. Durante 2023, SMU formo parte del comité temático de personas y trabajo, abordando temas de Corresponsabilidad y Calidad de Vida, entre otras iniciativas.
- **Pacto Global:** SMU a fines del 2021 firmó su Carta de Compromiso al Pacto Global de las Naciones Unidas, impulsando dentro de las iniciativas el aporte al cumplimiento de los Objetivos de desarrollo sustentable (ODS) de cara al 2030.
- **SernamEG:** El Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género proporciona asistencia técnica para el desarrollo de material, además de apoyar en iniciativas específicas que contribuyen a la equidad de género

**6.3.2
MIGRANTES**

En un mundo global, la incorporación de las personas migrantes en los equipos de trabajo representa una gran oportunidad de atracción de talento y de valoración de la diversidad. Por eso, SMU lleva a cabo diversas acciones que promueven la incorporación de personas de otras nacionalidades y construyan ambientes de trabajo con igualdad de trato y sin discriminación de ningún tipo.

En el marco del programa #QueNoSeaTema, durante 2023 se actualizó la Guía de Acogida a Personas Migrantes, para dar orientación a las personas migrantes que se incorporan a la Compañía, dando a conocer canales de ayuda internas y sociales de carácter públicos para la realización de trámites, además de recomendaciones para la acogida al interior de los equipos laborales. Esta guía forma parte del programa de inducción corporativo de las personas migrantes, buscando reforzar su permanencia en la Compañía. Cabe señalar que esta guía fue reconocida y premiada como una Practica Laboral Destacada por la Red de Empresas Interculturales.

SMU también trabaja en colaboración con diversas organizaciones enfocadas en promover y proteger la dignidad y los derechos de las personas migrantes, incluyendo la Organización Internacional para las Migraciones de la ONU (OIM) y la Red de Empresas Interculturales.

Entre las operaciones de Chile y Perú, a diciembre 2023 trabajan 622 personas migrantes en SMU, un 2,6% de la dotación total.

Personas migrantes en SMU al 31.12.2023

	SMU Chile		SMU Perú	
	Número	%	Número	%
Nacionalidad Local	22.208	97,3%	720	99,6%
Nacionalidad Extranjera	619	2,7%	3	0,4%

6.3.3 GENERACIONES

En SMU se tiene la convicción de que los equipos de trabajo se favorecen con la intergeneracionalidad, dando valor a la experiencia y participación de personas en las distintas etapas de su ciclo vital. En esta línea, durante 2023 la Compañía participó de una variedad de actividades e iniciativas, tales como:

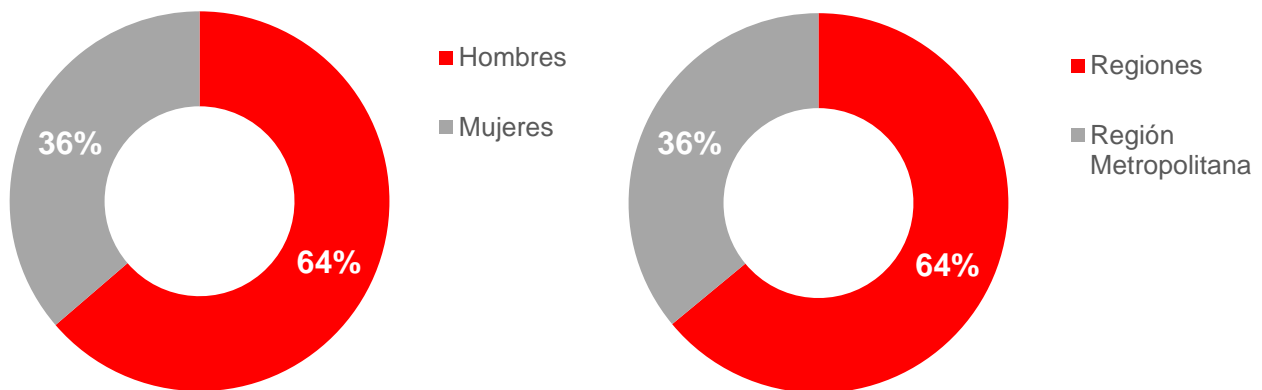
- **1ra jornada de Aprendizaje Colectivo de Red de Empresas con Experiencia** (iniciativa impulsada por SeniorLab de la Pontificia Universidad Católica, buscando promover iniciativas multisectoriales que enfrentan el desafío de la vejez)
- **2do Networking de Red de Empresas con Experiencia**
- Programa de formación SMU: **Programadores Trainee** junto a fundación Generation y AIEP
- **Banca de nuevos lideres SMU**
- **Feria laboral “Conectando tu talento”**: Iniciativa que busca acercar a las empresas a la comunidad estudiantil, para así brindar las mejores alternativas para su inserción en el mundo laboral.
- **Trabajando Pro!** Comunidad que se vincula con empresas comprometidas con la inclusión de personas mayores a 50, ofreciendo puestos de trabajo sin sesgos.

6.3.4 DISCAPACIDAD

La inclusión de personas en situación de discapacidad ha sido un foco de trabajo histórico en SMU, el que nació tempranamente gracias a su vinculación con las fundaciones Teletón y Descúbreme. La Compañía busca potenciar la verdadera inclusión laboral, apoyando a su vez la gestión del trabajo autovalente de las personas con discapacidad.

A diciembre de 2023, la Compañía cuenta con un total de 326 personas en situación de discapacidad, de aquellas el 64% se concentra en regiones.

Colaboradores en situación de discapacidad por género y por región de Chile (2023)



Para seguir fomentando la inclusión laboral, desde el año 2022 SMU cuenta con 18 colaboradores certificados, a través del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales de “Chile Valora”, como Gestores de Inclusión Laboral, formalizando el compromiso con la inclusión laboral y propiciando ambientes laborales de respeto, diversidad e inclusión.

Programa Personas Cuidadoras

El programa Personas Cuidadoras da respuesta a la compleja problemática de personas que tienen a su cargo de familiares que requieren un cuidado permanente debido a una enfermedad o situación de discapacidad que genera dependencia. Este programa busca facilitar la conciliación del trabajo y la corresponsabilidad con el cuidado del familiar. Para ello cuenta con un equipo de asistentes sociales que entrega la asesoría necesaria para acceder a beneficios sociales; proporciona apoyo en la gestión de atención de salud para sus familiares; realiza visitas domiciliarias; y confecciona informes sociales, entre otras. En 2023, participaron 434 personas en el programa, siendo un 86% mujeres, mientras que del universo de personas que requieren cuidados, el 56% son niños, niñas y adolescentes, y el 44% corresponde a personas adultas.

Adicionalmente, se ha conformado la red de afinidad de personas cuidadoras, a través de la cual por segundo año se han realizado encuentros virtuales para abordar temáticas de apoyo y transferencia de herramientas que sean útiles para abordar el rol de personas cuidadoras. Dentro de los temas abordados se han desarrollado: “Autocuidado para personas que cuidan de otras”, “Gestión Emocional y mindfulness”, así como los cambios que introdujo la Ley TEA N°21.545, entre otros.

Colaboración para fomentar la inclusión laboral

Para seguir adoptando mejores prácticas, y para compartir sus experiencias, SMU trabaja colaborativamente con instituciones que promueven la inclusión laboral de personas en situación de discapacidad. Estas organizaciones incluyen Oficinas Municipales de Intermediación Laboral; Oficinas de Discapacidad, Bolsas de Empleo Universitarias, Centros de Rehabilitación de Salud Mental y Organismos Técnicos de Capacitación, entre otras.

Adicionalmente, SMU es parte de la Red de Empresas Inclusivas (REIN) participando activamente en diversas actividades, como Café con Tema, y el Comité de Inclusión Laboral (CIL) de la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA.)

6.3.5

PROMOCIÓN DE UNA CULTURA INCLUSIVA

El Modelo de Inclusión de SMU busca involucrar no solo a sus colaboradores, sino también a sus familias, clientes, empresas proveedoras y la comunidad en la cual está inserta.

Sensibilización a contratistas

Para apoyar la inclusión en las empresas contratistas, en el año 2023 se realizó por quinto año consecutivo la Jornada de Contratistas, contando con la participación de 134 personas representantes de 103 empresas contratistas. El foco estuvo en temáticas de Violencia Intra Familiar, cómo detectarla y cómo abordar estos casos desde el Sistema de Igualdad de Género y Conciliación de la vida laboral, familiar y personal.

Adicionalmente, por cuarto año se realizó el Catastro de Contratistas, que busca estar en permanente conocimiento de la realidad de estas empresas y cómo abordan la inclusión laboral. Participaron 170 empresas, y de los resultados podemos destacar:

- El 20% de las empresas entrevistadas señala contar con una política o compromiso formal en materia de D&I, mientras que el 49% está considerando iniciar el proceso.
- El 20% de las empresas señala tener una persona encargada en materia de D&I en su organización.
- El 22% correspondiente a 38 empresas, indica que sí cuentan en su dotación con personas con discapacidad en sus operaciones.

Trabajo colaborativo con fundaciones y organizaciones

SMU busca potenciar su contribución a una sociedad más diversa e inclusiva a través del trabajo colaborativo con fundaciones y organizaciones. Este trabajo, que tiene un vínculo estrecho con su Modelo de Diversidad e Inclusión, se describe en la sección 9.2 de esta memoria integrada.

6.3.6

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2023

- **Sello Distinción de Fundación Chile Unido y El Mercurio:** Por segundo año se obtiene este reconocimiento a organizaciones que tuvieron resultados sobresalientes en materia de beneficios y medidas de conciliación trabajo y familia.
- **Certificación del Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal** bajo los estándares de la Norma Chilena NCh:3262 para la División Logística y recertificación para Oficina Central.
- **Sello Iguala Conciliación:** otorgado por el Servicio Nacional de la Mujer como una empresa que promueve acciones en pro de la igualdad de género y la conciliación.
- **Ranking IMAD (Mujeres en Alta Dirección):** SMU se situó entre las empresas destacadas, logrando el puesto 14° de un total de 131 participantes de la medición, siendo la mejor evaluada de la industria supermercadista.
- **Sello Inclusivo** de la Fundación de Olimpiadas Especiales Chile, por el aporte de Unimarc a la delegación chilena que participó en las olimpiadas especiales Berlín 2023.
- **Premio Impulsa “Mejores indicadores de diversidad de género”** otorgado por la Fundación ChileMujeres, PwC y LT Pulso.
- **Herramienta Empresarial de Empoderamiento Femenino de ONU Mujeres:** SMU alcanzó un porcentaje de 84%, manteniendo el nivel de “Líder” en diversas políticas y prácticas en materia de igualdad de género.

6.4 BENEFICIOS Y BIENESTAR

Para impactar positivamente en la calidad de vida de los colaboradores y sus familias, SMU trabaja en una Propuesta de Valor 360° que le permite identificar qué viven y sienten en su relación con la Compañía y ambiente de trabajo. Es así como hace más de tres años, se desarrolló el programa Bien Estar que busca ser impulsor de orgullo, compromiso y pertenencia, con foco en la preocupación, cuidado y respeto de todas las personas, así como también propiciando que sea un factor de atracción de nuevos talentos y retención de talento existente.

Dentro de este marco, la Compañía cuenta con diversas iniciativas orientadas a que las personas puedan compatibilizar su vida personal, familiar y trabajo de una manera más fácil, promoviendo valores en temas de sostenibilidad y preocupación por el medio ambiente, buscando ser reales agentes de inclusión y diversidad.

Finalmente, en el mismo sentido de atender las necesidades e intereses de las personas que trabajan en SMU, se gestionan y dan visibilidad de múltiples y diversos convenios con terceros que permiten a las personas acceder a servicios a precios o condiciones preferenciales, que van en directo apoyo a los presupuestos familiares y acorde a sus intereses particulares.

6.4.1

CONCILIACIÓN VIDA LABORAL, FAMILIAR Y PERSONAL

A través de su Sistema de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Personal y Familiar, SMU busca crear condiciones para el fomento de la corresponsabilidad y el equilibrio de las distintas dimensiones de la vida de sus colaboradores.

Flexibilidad y Adaptabilidad Laboral

SMU busca promover la calidad de vida de sus colaboradores y colaboradoras, implementando políticas y programas que faciliten la conciliación entre la vida profesional y la vida personal. Dependiendo de la naturaleza de cada cargo, la Compañía ofrece diferentes alternativas de jornadas (parcial y completa) y horarios (diferentes opciones de horario de entrada y salida), además de la posibilidad de realizar teletrabajo en los cargos que sea compatible, bajo un sistema de trabajo híbrido, distribuyendo las labores entre días en las dependencias de la empresa y otros días en teletrabajo.

Adicionalmente, si bien la Compañía no cuenta con pactos de adaptabilidad de jornada laboral, sí cuenta con programas de apoyo para trabajadores con responsabilidades familiares. SMU, consistente con su compromiso con la diversidad e inclusión, cuenta con un programa de Personas Cuidadoras, a través del cual, se otorgan permisos a colaboradores y colaboradoras que tienen a su cargo a algún familiar que requiere de un cuidado permanente debido a una enfermedad o situación de discapacidad que genera dependencia. Los permisos permiten acompañar a su familiar a horas médicas y otras instancias de cuidado que ocurren durante la jornada laboral.

Con respecto a la conciliación, en abril de 2023 se promulgó un cambio en la legislación laboral de Chile, con el objeto de reducir la jornada laboral en pro de mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias. La ley contempla una reducción de la jornada de trabajo legal de 45 a 40 horas, de manera paulatina a través de un período de cinco años e iniciando en abril 2024 con una reducción a 44 horas semanales.

Por su parte, SMU tomó la definición de avanzar de manera acelerada con esta iniciativa, reduciendo la jornada laboral directamente a 40 horas semanales para aquellos locales que estén 100% adheridos al modelo operativo que la Compañía se encuentra implementando como parte de su plan estratégico. De esta forma, promueve una mejor calidad de vida para sus trabajadores y sus familias.

Dotación por tipo de jornada y género

	Jornada Completa				Jornada Parcial			
	2023		2022		2023		2022	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Mujeres	10.880	46%	11.314	46%	4.459	19%	4.603	19%
Hombres	6.506	28%	7.014	29%	1.705	7%	1.524	6%
Total	17.386	74%	18.328	75%	6.164	26%	6.127	25%

Colaboradores que se acogen a teletrabajo (*)

	2023		2022	
	N°	%	N°	%
Mujeres	585	2%	649	3%
Hombres	696	3%	793	3%
Total	1281	5%	1.442	6%

* SMU cuenta con un sistema de teletrabajo híbrido, distribuyendo las labores entre días en las dependencias de la empresa y otros días desde el lugar que la persona prefiera, para los cargos compatibles.

Descanso Postnatal

En SMU, dentro del marco del sello CERCA y del Modelo de Diversidad e Inclusión, se desarrolla el programa #QueNoSeaTema, sensibilizando a colaboradores y contratistas en temas de corresponsabilidad, mostrando las estadísticas internas e invitándolos a informarse y hacer usos de los beneficios asociados a maternidad y paternidad. Esta guía aborda la corresponsabilidad en materia parental; la normativa legal chilena sobre esta materia; buenas prácticas y consejos asociados a estos beneficios; e iniciativas en pro de la corresponsabilidad, contribuyendo a la promoción de una mejor conciliación de la vida laboral, familiar y personal.

En Chile, la ley establece que la trabajadora embarazada tiene derecho a un descanso de maternidad retribuido con subsidio mensual estatal, permitiéndole ausentarse de su trabajo y considerando tres períodos de descanso:

- **Descanso prenatal:** seis semanas anteriores al parto
- **Descanso postnatal:** 12 semanas posteriores al parto
- **Postnatal parental:** 12 semanas adicionales después de finalizar el descanso postnatal. Este tiempo puede ser cedido en parte por la madre al padre del recién nacido.

Con respecto al padre, la ley establece que tendrá derecho a un permiso pagado de cinco días, el que podrá utilizar a su elección durante el primer mes desde la fecha del nacimiento.

A través de la guía de derechos y beneficios para padres y madres, SMU refuerza materias como:

- Cuidados preventivos a la persona gestante embarazada
- Descanso prenatal
- Fuero Maternal
- Descanso Post Natal y Post Natal Parental
- Permiso Paternal por Nacimiento
- Permiso de Alimentación a hijo(a) menos de 2 años
- Beneficio de Sala Cuna
- Entre otros

Cabe señalar que SMU y sus filiales en el marco a la promoción por la Igualdad de Género y Conciliación del a Vida Laboral, Familiar y Personal, han establecido en forma adicional a lo legal, un sistema de retorno flexible para la madre o persona gestante trabajadora durante el primer mes luego del permiso parental, esto con la finalidad de promover un retorno que le permita conciliar de mejor manera su vuelta al trabajo. Asimismo, el padre trabajador o persona no gestante tendrá derecho a cinco días de permiso adicionales a los cinco días legales los que podrá usar durante el primer año de vida de su hija o hijo.

Por otra parte, en la empresa se implementaron las Guías para Madres y Padres y su Guía de Acogida para Personas Migrantes, en las que se busca informar acerca de los derechos asociados a la maternidad y paternidad e incentivar su uso. Invita a los colaboradores a ser parte de las buenas prácticas de la corresponsabilidad, recordando que esto consiste en la participación equitativa y permanente de ambos progenitores en la crianza de sus hijos o hijas en beneficio de todo el grupo familiar.

En el caso de SMU Perú, se contemplan algunos beneficios por ley:

- **Licencia por maternidad:** Corresponde a una licencia con goce de remuneración emitida a toda colaboradora que cursa con un periodo de maternidad. Esta licencia se activa desde la fecha que estima el Médico tratante (pre natal) hasta cumplir en total 98 días calendario que incluye el periodo post natal. De tener un parto múltiple esta licencia se extiende a 128 días calendario.

MEMORIA INTEGRADA 2023

- **Horario de lactancia:** Es un beneficio que se activa cuando se termina la licencia por maternidad y se regrese al trabajo. Las madres lactantes tienen derecho a una hora diaria de permiso para dar de lactar, en casa, hasta que el bebé tenga un año de edad. Este permiso podrá incrementarse a 1 hora más al día si el parto fue múltiple.
- **Licencia por paternidad:** Corresponde a una licencia con goce de remuneración emitida al colaborador que cursa con un periodo de paternidad y cubre 10 días calendario desde la fecha de nacimiento del bebé. De ser el caso de un parto múltiple corresponde a 20 días calendario. De tratarse de una enfermedad congénita del recién nacido ó tener una enfermedad terminal ó discapacidad severa esta licencia se amplía a 30 días calendario. De tener el caso de complicaciones de salud de la madre “graves” la licencia se amplía a 30 días calendario.

Uso Postnatal (Chile)

	2023			2022		
	Mujeres	Hombres (Permiso paternal 5 días)	Hombres (Permiso parental 6 semanas)	Mujeres	Hombres (Permiso paternal 5 días)	Hombres (Permiso parental 6 semanas)
Personas con derecho a usar permisos de postnatal	569	165	165	648	186	186
Personas que usaron permisos de postnatal	569	129	N/A	648	186	-
Porcentaje de personas que usaron postnatal	100%	78,2%	N/A	100%	100%	0%

Uso Postnatal (Perú)

	2023		2022	
	Mujeres	Hombres (Permiso paternal 10 días)	Mujeres	Hombres (Permiso paternal 10 días)
Personas con derecho a usar permisos de postnatal	16	16	11	12
Personas que usaron permisos de postnatal	16	16	11	12
Porcentaje de personas que usaron postnatal	100%	100%	100%	100%

Permiso postnatal: Promedio de días utilizados por cargo (Chile)

	Mujeres		Hombres (Postnatal paternal 5 días)		Hombres (Postnatal parental 6 semanas)	
	2023	2022	2023	2022	2023	2021
Alta gerencia	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Gerencia	168	92	7	6	N/A	N/A
Jefatura	133	102	6	6	N/A	N/A
Operario	140	109	5	5	N/A	N/A
Fuerza de venta	139	112	5	4	N/A	N/A
Administrativo	134	117	6	6	N/A	N/A
Otros profesionales	141	109	8	9	N/A	N/A
Otros técnicos	140	113	5	5	N/A	N/A

Permiso postnatal: Promedio de días utilizados por cargo (Perú)

	Mujeres		Hombres (Postnatal paternal 10 días corridos)	
	2023	2023	2023	2022
Alta gerencia	N/A	N/A	N/A	N/A
Gerencia	95	N/A	N/A	10
Jefatura	89	N/A	10	N/A
Operario	N/A	N/A	10	10
Fuerza de venta	61	65	10	10
Administrativo	33	44	10	4
Otros profesionales	42	N/A	10	10
Otros técnicos	46	94	7	N/A

6.4.2

PROGRAMA BIEN ESTAR

En 2023, la Compañía continuó con su programa Bien Estar, con el objetivo de fomentar hábitos saludables, fomentar el autocuidado y transferir información relevante a las personas respecto de la prevención de enfermedades.

Este programa busca entregar información relacionada a dónde y cómo deben atenderse las personas, información sobre las coberturas AUGE, y atender también problemáticas emergentes, se trabajó en tres ejes: Prevención en Salud Física, Dimensión Salud Mental y Dimensión cuidados personales y hábitos saludables. A través de charlas, conversatorios y convenios, en estos tres ejes se abordaron temas como la prevención del cáncer; el fomento de la actividad física; el manejo de la ansiedad; la salud emocional; la vida en pareja; el cuidado de la masa muscular; y la alimentación saludable, entre otros.

6.4.3

PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE VIOLENCIA INTRAFAMILIAR (VIF)

En SMU y filiales se ha desarrollado un Programa de Prevención de Violencia Intrafamiliar, que considera la realización de charlas que se han llevado a cabo en conjunto con el Servicio Nacional de la Mujer (SernamEG) y ONU Mujeres Chile.

Asimismo, se ha dispuesto un instrumento de autodiagnóstico para dar visibilidad del tema y entregar herramientas a las personas para que puedan identificar si se encuentran ellas o alguien de su círculo cercano en alguna situación que puede ser violenta.

En esta misma línea, el equipo de Asistentes Sociales ha sido formado en el manejo de casos de VIF, por lo que cuentan con herramientas pertinentes para acompañar estos casos.

6.4.4

BENEFICIOS

En SMU se promueve la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de la mano de nuestra guía de corresponsabilidad, donde las personas pueden acceder a información relevante en materia de beneficios para ellas y sus familias, asociados a temas de salud y vida saludable, beneficios de más tiempo para compartir en familia, actividades recreativas, beneficios económicos como descuentos en compras y pagos de bonos, sumados a los beneficios otorgados por las cajas de compensaciones vigentes (Nacimiento, Matrimonio, escolaridad, entre otros).

A nivel de filiales se establecen beneficios adicionales pactados a través de instrumentos colectivos suscritos con las organizaciones sindicales, donde se abordan materias de: Aguinaldos, Fiestas de fin de año, beneficios para hijos en edad escolar y otros bonos y beneficios particulares de cada organización.

Principales Beneficios SMU Chile

Beneficio ¹³	Descripción
Seguros	Seguro complementario de salud, seguro dental, seguro catastrófico, seguro de vida y descuentos en farmacias y en centros dentales.
Aportes económicos	Giftcard de Fiestas Patrias y de Navidad, ayudas sociales.
Fiesta de Navidad	Fiesta de fin de año para los hijos de colaboradores y colaboradoras de hasta de 12 años de edad
Regalo de Navidad	Entrega un Regalo de Navidad a los hijos de los colaboradores y colaboradoras menores de hasta 12 años de edad
Sala cuna	Convenios con salas cuna en todo el país.
A través de la caja de compensación respectiva	Descuentos en centros educacionales, becas en efectivo para los colaboradores y para sus hijos, cuota por fallecimiento del cónyuge, conviviente o hijo; bono de nacimiento y bono de matrimonio o acuerdo de unión civil. acceso a centros vacacionales y recreativos
Convenios	Convenios en rubros de educación, salud, gimnasios, recreación, comercio, que permitan acceder a servicios y productos a un precio conveniente para colaborador y grupo familiar.
Red de asistentes sociales	Acceso a asistentes sociales, cuyo rol es acompañar, apoyar y orientar a todos los colaboradores en sus requerimientos más específicos.

Principales Beneficios SMU Perú

Beneficio	Descripción
Salud	Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) –
Seguro de Vida Ley	En Perú no es obligatorio por el giro del negocio, siendo un beneficio adicional que cubre accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, invalidez y muerte por accidentes o enfermedades laborales.
Aportes económicos	Aginaldo de Navidad (vale de compras).

¹³ Los beneficios detallados son incompatibles con otros beneficios de igual o similar naturaleza que entregue la Compañía al Trabajador, cualquiera que sea su origen.

6.5 RELACIONES LABORALES

SMU cuenta con un enfoque integral en las relaciones laborales, con una gestión que aborda a sus colaboradores y colaboradoras directos y, a la vez, a empresas contratistas, dentro un marco de capacitación y comunicación permanente, orientado al cumplimiento de las disposiciones legales, laborales y previsionales y con un apego irrestricto al Código de Ética y Conducta de Negocios de la Compañía, buscando asegurar el mantener relaciones permanentes en un marco de respeto, calidad y confianza, respetando su compromiso con los derechos humanos en la empresa. La Compañía procura compartir buenas prácticas con empresas contratistas con las que se relaciona y con sus colaboradores.

6.5.1

RELACIÓN CON SINDICATOS

El respeto por los derechos y garantías de todos los trabajadores y sus organizaciones es un valor fundamental en SMU. La Compañía cuenta con una política de puertas abiertas hacia las organizaciones sindicales, con prácticas que fomentan la comunicación transparente, el respeto y la confianza, propiciando generar ambientes de trabajo armónicos y saludables, lo que finalmente se traduce en mayor compromiso y colaboración.

En 2023, SMU Chile cuenta con más de 15 mil colaboradores sindicalizados, representados por más de 130 organizaciones sindicales, con una tasa de sindicalización total que alcanza el 67% de la dotación. En este contexto, hubo 49 procesos de negociación colectiva, impactando a una dotación total de más de 5.000 trabajadores, logrando proceso de cierre con una vigencia promedio de 35,5 meses, donde el máximo legal es de 36 meses. Lo anterior se llevó a cabo sin registro de huelga legal efectiva. SMU Perú no cuenta con organizaciones sindicales. A nivel consolidado, la tasa de sindicalización es de 65%.

En Chile, la Compañía cuenta con un modelo de relacionamiento con organizaciones sindicales, el que asegura un proceso de comunicación constante, basado en reuniones periódicas que permiten avanzar en el seguimiento y respuesta de los compromisos e inquietudes. Para SMU el rol de las organizaciones sindicales y sus dirigentes sindicales es clave en la búsqueda de acuerdos a través del cual asegura la armonía de sus espacios de trabajo, siempre en un marco de respeto, tanto de la autonomía de las organizaciones como de la normativa laboral vigente.

6.5.2

PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

La gestión de proveedores y contratistas en SMU se rige por su Código de Ética y Conducta de Negocios, así como por la Declaración de Abastecimiento Responsable y el Manual de Proveedores No Retail. Estas políticas definen los estándares laborales que son exigidos a estos proveedores, por ejemplo, que el respeto a la libertad de expresión, de asociación y derecho a la negociación colectiva es una prerrogativa irrenunciable de todo trabajador o trabajadora del Proveedor No Retail de SMU. Otro tema relevante es el asegurar espacios de trabajo libres de toda forma de discriminación y acoso, promoviendo los canales de denuncia y consulta interna a los que los trabajadores externos pueden acceder. Finalmente, se busca fomentar que las empresas externas de proveedores No Retail promuevan internamente equipos de trabajo diversos, garantizando las mismas oportunidades entre sus trabajadores, erradicando actos u omisiones discriminatorios, así como también, velando por evitar actos o acciones que puedan poner en riesgo la vida y salud del personal contratista que se desempeña en nuestras instalaciones.

Es importante señalar que SMU cuenta con un Reglamento Especial para Empresas Contratistas, cuyo objetivo es velar por el cumplimiento de las disposiciones Ley N°16.744 sobre la gestión de la seguridad y salud en el lugar de trabajo, donde se da a conocer la política de prevención de riesgos, se informan los requerimientos de acceso a las instalaciones para evitar accidentes, se detallan las normas de cumplimiento y resguardo laboral, estableciendo las obligaciones y prohibiciones tanto para empresas contratistas como para trabajadores y trabajadoras de las mismas, finalmente se entrega un detalle con la obligación de informar los riesgos laborales y procedimientos de verificación, los que permiten velar por la vida y salud de todas personas que se desempeñan al interior de las instalaciones.

Certificación Laboral y Previsional

De acuerdo a su Procedimiento de Certificación Laboral y Previsional, SMU realiza el seguimiento mensual del cumplimiento laboral y previsional de las empresas contratistas, subcontratistas y empresas de servicios transitorios (EST). Durante 2023, la Compañía trabajó con un total de 216 empresas contratistas, las que agrupaban a 7.478 trabajadores en promedio mensualmente. Las áreas de servicio con mayor representación están en los rubros seguridad (36%); aseo (28%); mantención (9%), Transporte (7%), Panadería (6%), EST (9%), E-commerce, (3%) y otros (5%).

Al cierre de diciembre 2023, se registran 28 retenciones de pago a empresas contratistas con la finalidad de resguardar el cumplimiento de las obligaciones laborales, de seguridad y previsionales de los trabajadores de empresas contratistas. En estos casos, se genera un plan de regularización que se trabaja mensualmente junto a los encargados de servicio de SMU, la empresa certificadora y cada una de las empresas externas que presentaron observaciones y retención.

6.6 SEGURIDAD LABORAL

SMU busca brindar un entorno laboral seguro y saludable para minimizar los riesgos de accidentes u otros eventos dañinos para las personas. La Compañía cuenta con una Política de Seguridad y Salud en el Trabajo que aborda de manera transversal aspectos preventivos en el trabajo, cuyo objetivo es definir y establecer las directrices que permitan implementar un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, orientado al bienestar físico y psicológico de sus colaboradores y colaboradoras, contratistas y proveedores, así como también desarrollar una cultura de prevención de riesgos; contribuir a la calidad del servicio y la productividad; y asegurar la continuidad de las operaciones.

El sello cultural CERCA enmarca la gestión de seguridad laboral de SMU, en un entorno valórico que fomenta un liderazgo preventivo e impulsa a que los colaboradores sean los protagonistas de la prevención.

La Política de Seguridad y Salud en el Trabajo de SMU establece los siguientes compromisos:

- Proporcionar condiciones de trabajo seguras y saludables para todos los colaboradores, cumpliendo con la legislación vigente nacional en materia de seguridad y salud en el trabajo, así como las normativas internas de la Compañía. Como, por ejemplo, difundir, capacitar, implementar y realizar seguimiento al Programa de Seguridad en Máquinas, Equipos y Herramientas Motrices.
- Esta política debe estar documentada y difundida dentro del Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo, ya que representa el compromiso y lineamiento corporativos para que sea implementada y aplicada correctamente en la organización.
- Identificar los peligros y evaluar los riesgos con el propósito de establecer controles preventivos en los procesos de la organización a través de planes de acción, programas de trabajo, procedimientos e instructivos, entre otros.
- Evaluar el Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo con el objetivo de mejorar continuamente su desempeño preventivo.
- Promover y mantener instancias de consulta y participación de los colaboradores o sus representantes en materia de seguridad y salud en el trabajo.
- Garantizar el establecimiento de objetivos y metas del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, generando un marco de implementación y evaluación del desempeño para el monitoreo de su cumplimiento.

De estos compromisos se desprenden, entre otros, el programa de gestión de prevención de riesgos por cada centro de trabajo, procedimientos de trabajo seguro, inspecciones y capacitaciones.

6.6.1 SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

La gestión de la seguridad y salud laboral en SMU tiene un enfoque preventivo, dirigido a mantener el cuidado de la vida de las personas y dar soporte a la continuidad operacional. Dado ese objetivo, y en cumplimiento con la normativa vigente, la Compañía ha implementado un sistema de gestión de la seguridad y salud en sus operaciones en Chile y Perú.

En SMU Chile, el servicio de salud y prevención de los riesgos existentes en los lugares de trabajo es apoyado por personal de Instituto de Seguridad del Trabajo (IST), que cuenta con una vasta experiencia y equipos de especialistas que cubren todo el país, a fin de promover, en conjunto con SMU y sus colaboradores, una cultura laboral basada en la seguridad.

Tanto en Chile como en Perú, la Compañía cuenta con un seguro que cubre a sus colaboradores en caso de accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales.

La Compañía reitera y promueve permanentemente la importancia del control de los riesgos, realizando actividades preventivas para implementar la gestión del riesgo, como por ejemplo, visitas técnicas periódicas a todas las instalaciones, con el objetivo de supervisar los factores de higiene y seguridad. Se busca detectar, eliminar o minimizar los riesgos laborales, proteger la integridad física, tanto de colaboradores como de clientes, y salvaguardar los bienes materiales de la empresa.

SMU cuenta con una plataforma digital donde se registran estas visitas, detallando los hallazgos. También se registran contingencias operativas, como asaltos, fiscalizaciones, accidentes, amagos de incendio; realización de simulacros de emergencia; y capacitaciones en terreno, entre otros.

Con respecto a los contratistas y otros proveedores no retail, ellos deben cumplir con el Manual de Proveedores No Retail de SMU, el que establece que estos proveedores deben:

- i) Ofrecer a sus trabajadores un entorno laboral seguro, con las condiciones de salubridad que ha establecido la autoridad y acorde con los peligros y riesgos específicos de cada actividad.
- ii) Tomar las medidas adecuadas para prevenir la ocurrencia de accidentes laborales y/o enfermedades profesionales, entregando los respectivos implementos de protección y seguridad que garanticen las condiciones mínimas de seguridad en el trabajo.
- iii) Recibir la capacitación idónea en materia de seguridad y salud, de forma tal que puedan identificar los riesgos asociados a la actividad y al entorno laboral y las prácticas necesarias para minimizarlos.

Asimismo, se exige a los contratistas contar con una póliza de seguros de accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales (Perú) y la adherencia a algún organismo mutual o organismo del estado dentro del seguro laboral (Chile).

Cobertura sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo 2023

	Chile		Perú	
	N°	%	N°	%
Colaboradores de SMU cubiertos por el sistema	22.827	100%	723	100%
Empleados de empresas contratistas cubiertos por el sistema	7.478	100%	109	100%
Total cobertura colaboradores y contratistas	30.305	100%	832	100%

6.6.1.1 IDENTIFICACIÓN DE PELIGROS Y EVALUACIÓN DE RIESGOS

Para detectar los potenciales riesgos se elabora, actualiza y revisa la matriz para la identificación de peligros y evaluación de riesgos (IPER), considerando cada una de las tareas de los procesos operacionales. La Gerencia de Prevención de Riesgos, en conjunto con operaciones tanto de locales como de centros logísticos, son responsables de su diseño y actualización continua para asegurar que el proceso cuente con la incorporación oportuna de controles preventivos más efectivos y eficientes de los riesgos inherentes de las tareas.

Producto de esta evaluación y análisis, se priorizan los riesgos, identificando y clasificando los más significativos, considerando su impacto potencial y la probabilidad de ocurrencia. Una vez identificados, se establecen planes de acción específicos con objetivos cuantificados, permitiendo una evaluación precisa de su efectividad a lo largo del tiempo. La priorización e integración de estos planes contribuyen a la gestión proactiva de riesgos.

Los riesgos son revisados de forma anual y, adicionalmente, se revisan en las siguientes situaciones: cada vez que ocurre un accidente del trabajo; cuando los procesos sufren modificaciones relevantes; y cuando un colaborador o colaboradora identifica un riesgo nuevo.

Además de la revisión anual, se hace seguimiento permanente de indicadores estadísticos y del nivel de cumplimiento de las condiciones adecuadas de higiene y seguridad, lo cual permite evaluar los avances en la mitigación y prevención de los riesgos de salud y seguridad con respecto a las metas definidas por la Compañía.

Identificación de riesgos por parte de colaboradores

Como parte de la cultura de la prevención en SMU, los colaboradores tienen un papel fundamental en promover las buenas prácticas en materia de salud y seguridad laboral. El Código de Ética y Conducta de Negocios de SMU establece que cada colaborador es responsable de contribuir en todo momento a que el lugar de trabajo sea seguro y saludable, mediante el cumplimiento de las normas, políticas, procedimientos y prácticas de seguridad y salud, así como de informar oportunamente a su superior jerárquico acerca de accidentes, lesiones y equipos defectuosos, prácticas y eventuales condiciones inseguras en el lugar de trabajo. Asimismo, cada colaborador tiene el derecho y obligación de negarse a realizar

actividades que no sean compatibles con su función, tareas en las que no estén capacitados o si existiera alguna condición insegura para el desarrollo de sus labores.

Al identificar una situación de riesgo, los colaboradores deben notificar a su jefatura, comité paritario o área de prevención de riesgos, para tomar las acciones necesarias de control y corrección. Estos procesos son informados a cada colaborador(a) al momento de incorporarse a la Compañía, a través de la inducción sobre seguridad y salud en el trabajo y la entrega del Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad.

El Código de Ética también estipula la importancia de crear un ambiente laboral en el que cada uno pueda presentar sus inquietudes sobre temas de ética incluidos en este Código, o de otra índole, sin temor a represalias. Si un trabajador o trabajadora considera que ha sufrido represalias, debe informar inmediatamente este hecho a través de los canales estipulados por la organización.

Situaciones de emergencia

Es crucial comprender y fortalecer la administración del riesgo de desastres para gestionar de manera efectiva dicho riesgo y mejorar la preparación ante posibles emergencias. Esta acción no solo busca una respuesta eficaz en situaciones de desastre, sino que también contribuye en los ámbitos de la recuperación, la rehabilitación y la reconstrucción.

El área de prevención de riesgos de SMU ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de los riesgos de desastres, identificando y evaluando tanto los aspectos legales como técnicos relacionados con la gestión del riesgo de desastres en los lugares de trabajo.

Además, el Sistema de Gestión integra en sus procedimientos acciones orientadas a la prevención y mitigación de situaciones de emergencia, que permitan responder y controlar de manera eficiente cada una de ellas. Por ejemplo, se realizan ejercicios de simulacros en cada centro de trabajo a lo menos una vez al año. También se realizan controles o inspecciones de los equipamientos de respuesta ante emergencias, tales como: extintores, red húmeda, pulsadores, etc., además del entrenamiento específico para cada uno de los colaboradores.

Ante este tipo de incidentes, la Compañía también se preocupa por la seguridad y salud mental de los trabajadores, implementando programas de apoyo emocional y de liderazgo adaptativo, contenciones emocionales presenciales y telefónicas, así como la realización de talleres de cuidado mutuo en locales críticos. En Chile lo anterior se desarrolla en conjunto con el IST, y en SMU Perú se desarrolla como parte de las actividades del programa anual de SST, capacitaciones específicas en la prevención de factores de riesgos psicosociales y manejo de estrés, así como herramientas de difusión de manera virtual promoviendo pautas y hábitos saludables para conservar una adecuada Salud Mental.

Control interno

Como parte de su enfoque preventivo, el sistema de seguridad y salud laboral en SMU considera inspecciones internas de las instalaciones, las que son realizadas por el área de Prevención de Riesgos, y auditorías internas realizadas por el área de Contraloría.

Periódicamente se realizan inspecciones de seguridad en cada uno de los centros de trabajo por medio de herramientas tecnológicas, que permiten identificar condiciones subestándares de seguridad, gestionar sus mejoras, hacer el seguimiento y cierre de sus respectivas medidas de control.

Auditoría Interna Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo

	Chile		Perú	
	N°	%	N°	%
Colaboradores de SMU cubiertos por el sistema y que ha sido objeto de auditorías internas	6.868	30%	590	82%
Empleados de empresas contratistas cubiertos por el sistema y que ha sido objeto de auditorías internas	4.245	57%	75	69%
Total cobertura colaboradores y contratistas	11.113	37%	665	80%

Verificación independiente

En forma continua se revisan las actividades y tareas que se llevan a cabo en la empresa, a través de herramientas formales, tales como: identificación de peligros, listas de verificación, levantamiento técnico legal, etc. Las revisiones son ejecutadas por el organismo administrador IST de la ley 16.744 en Chile, y Ley 29783 (Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo) en Perú, y aportan una mirada objetiva y externa de cómo se están cumpliendo las tareas, a nivel técnico y legal, según las normativas chilenas.

Investigación de Incidentes

SMU cuenta con un procedimiento integral de investigación de accidentes, que se activa de forma inmediata con el objetivo de determinar las causas subyacentes de un evento. Esto busca generar medidas de control pertinentes, las cuales se comunican a los responsables de la instalación para su pronta corrección, contribuyendo a evitar la repetición de situaciones similares en el futuro.

La investigación de accidentes se realiza mediante la recopilación meticulosa de diversos antecedentes, tales como la declaración del colaborador(a) afectado(a) y/o testigos, análisis de videos y fotografías, revisión de procedimientos de trabajo, evaluación de capacitación, cumplimiento normativo, o cualquier otro medio de respaldo que facilite un análisis exhaustivo de los hechos. Se consideran dos procesos investigativos formales autónomos e independientes. Uno corresponde al del comité paritario y el otro al de la empresa. Ambos casos son asesorados por el departamento de Prevención de Riesgos.

En el marco de la investigación de los accidentes laborales más significativos, se investigan aplicando la metodología del árbol de causas. Este enfoque permite identificar tanto los factores directos que desencadenaron el accidente, como posibles causales de naturaleza organizativa, a menudo ubicadas en el origen del problema. Este análisis profundo facilita la

adopción de medidas preventivas más efectivas y contribuye a la mejora continua en materia de seguridad laboral.

Implementar las medidas de control después de un accidente requiere de un seguimiento activo, el cual se lleva a cabo con el respaldo del comité paritario (en Chile) o del comité de seguridad (en Perú), además del equipo de Prevención de Riesgos y del responsable de la instalación.

6.6.1.2 CAPACITACIÓN

La capacitación en seguridad y salud ocupacional es un pilar fundamental dentro del enfoque preventivo de la gestión de SMU, permitiendo generar conciencia y contribuir a la reducción de los incidentes. Las áreas de capacitación se definen de acuerdo a las necesidades de cada cargo, y durante 2023 incluyeron:

Materias de capacitación en seguridad y salud ocupacional 2023

Chile	Perú
<ul style="list-style-type: none"> • Uso y manejo de extintores. • Emergencia y evacuación. • Uso de máquinas críticas. • Comités paritarios. • Prevención trabajo en altura. • Riesgos psicosociales y manejo de estrés. • Manejo manual de cargas. • Trastornos musculoesqueléticos. • Radiación UV. • Primeros auxilios. • Uso de elementos de protección personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Notificación de accidentes e incidentes. • Importancia de la ergonomía en el trabajo (personal administrativo y operativo). • Importancia de la prevención de factores de riesgo psicosociales y manejo de estrés. • Primeros auxilios y uso de extintores. • Brigadas de emergencia. • Uso de equipos críticos. • Prevención trabajo en altura. • Manejo manual de cargas. • Primeros auxilios. • Uso de elementos de protección personal. • Capacitación de temas preventivos de salud.

6.6.1.3 PROMOVRIENDO LA SALUD

Servicios de salud ocupacional

En el caso de SMU Chile, en cumplimiento con las disposiciones legales, la Compañía y las empresas contratistas trabajan con una mutualidad, la que es fiscalizada por la Superintendencia de Seguridad Social para garantizar la calidad y cumplimiento de la cobertura. Dentro de las prestaciones que brindan las mutualidades, se destaca la asistencia preventiva, médica y económica por accidentes del trabajo y enfermedades profesionales. Adicionalmente, con el propósito de evitar accidentes del trabajo o enfermedades profesionales, realizan la identificación de peligros y evaluación de riesgos durante sus visitas a instalaciones. Se facilita el acceso a los servicios de la mutualidad a través de su página web, donde se ponen a disposición cursos, fichas técnicas y preventivas e información general de seguridad, además de información de horarios y ubicación de centros de atención.

En el caso de SMU Perú, por norma, las empresas deben contar con un médico ocupacional, que tiene como función fundamental trabajar en la prevención de enfermedades profesionales. Dicho profesional trabaja de manera conjunta con el área de salud y seguridad en el trabajo en la elaboración de la matriz de riesgos, diseño de controles y seguimiento de accidentes, entre otras labores. Para facilitar el acceso de los trabajadores a los servicios, en su proceso de inducción reciben una capacitación por parte del área médica sobre los procesos de notificación de estados prepatológicos, accidentes y situaciones similares.

Servicios médicos y de cuidado de la salud

Además de los servicios de salud ocupacional, SMU promueve la salud y bienestar de sus colaboradores a través de su programa BienEstar, el que tiene el objetivo de fomentar hábitos saludables y el autocuidado a través de tres ejes: prevención en salud física, dimensión de la salud mental y dimensión de los cuidados personales y hábitos saludables. La Compañía también ofrece un conjunto de beneficios relacionados con la salud. Para más información, ver sección 6.4 Beneficios y Bienestar.

Salud mental

La gestión de factores psicosociales y de la salud mental forma parte del cuidado de la seguridad y salud en el trabajo en SMU, incluyendo evaluaciones, herramientas de apoyo emocional y capacitaciones orientadas a desarrollar competencias comunicacionales, relacionales y de liderazgo que contribuyen a ambientes de descompresión emocional e instalan habilidades de cuidado mutuo. Durante 2023, en SMU Chile se evaluaron un total de 224 centros de trabajo de manera satisfactoria, y donde participaron cerca de 10.000 colaboradores. En Perú, se realizó el monitoreo de los factores de riesgo psicosocial en todas las sedes, teniendo una participación de 497 colaboradores.

Protección de datos personales

La protección de datos personales de salud forma parte del modelo de protección de datos de SMU. Resguardar la confidencialidad de estos datos es una obligación tanto en Chile como en Perú. Adicionalmente, la utilización de información relacionada con el uso de servicios de salud en el trabajo para dar un trato favorable o desfavorable a los colaboradores constituiría, por una parte, un uso ilegal de la información y, por otra, un acto ilegal de discriminación. Si un colaborador considera que se ha hecho mal uso de sus datos personales, lo debe informar a través del Canal de Denuncias y Consultas de SMU.

6.6.1.4 PARTICIPACIÓN DE COLABORADORES

Comités Paritarios

Uno de los protagonistas relevantes en materia de prevención de riesgos son los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad (CPHS), en Chile, y el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, en Perú. En ambos casos están compuestos por tres representantes de la empresa y tres representantes de los trabajadores, siendo estos últimos elegidos mediante votación directa y secreta, donde participan todos los colaboradores. La función de cada comité es: asesorar e instruir sobre la correcta utilización de los instrumentos de protección, ya sean personales, equipos, maquinarias, etc.; vigilar el cumplimiento de las medidas de prevención, higiene y seguridad; investigar los accidentes del trabajo para obtener aprendizajes y evitar su repetición; levantar las condiciones de riesgos con seguimiento a las mejoras; y promover la realización de cursos orientados a seguridad y salud laboral. Los miembros de estos comités, en ambos países, son capacitados para poder cumplir con estas responsabilidades específicas.

Su programa de trabajo se enfoca en el desarrollo de inspecciones de las instalaciones, charlas de seguridad, investigación de accidentes y promoción de las buenas prácticas en el ámbito psicosocial y ergonómico. El trabajo realizado por los CPHS ha permitido mejorar procesos productivos e infraestructura, todo con la finalidad de prevenir accidentes y mitigar riesgos.

En 2023, se inició la implementación de la Certificación del Sistema de Acreditación de CPHS (SAC) de parte del IST, en un plan piloto con diez centros de trabajo, pudiéndose certificar exitosamente.

Resumen Sistema de Gestión de Seguridad y Salud

CHILE	Chile	Perú
Evaluaciones de riesgos y peligros de salud y seguridad para identificar qué podría causar daño en el lugar de trabajo	SÍ	SÍ
Priorización e integración de planes de acción con metas cuantificadas para abordar estos riesgos	SÍ	SÍ
Integración de acciones de preparación y respuesta ante situaciones de emergencia	SÍ	SÍ
Evaluación del progreso en la reducción / prevención de problemas / riesgos de salud con respecto a los objetivos	SÍ	SÍ

6.6.2 INDICADORES DE INCIDENTES

En 2023 los indicadores de incidentes mejoraron con respecto al año anterior, debido principalmente a un mejor resultado en el control de los riesgos inherentes del negocio. Sin embargo, también se presentaron variables sociales externas al negocio que impactaron negativamente en la seguridad laboral.

El monitoreo de indicadores de seguridad laboral permite evaluar patrones de comportamiento, identificar factores de riesgos, medir el impacto de las iniciativas implementadas y así reducir la incidencia de accidentes laborales, beneficiando tanto a los trabajadores como al funcionamiento general de la Compañía.

Mediante el análisis continuo de indicadores de accidentabilidad, la matriz de riesgos y la generación o actualización de programas de trabajo, se lleva a cabo la planificación de medidas tomadas o proyectadas para la eliminación o minimización de riesgos laborales asociados al desarrollo del trabajo. Durante 2023, se tomaron las siguientes medidas de control preventivo:

- Eliminación/mitigación de condiciones de peligro, tales como: pisos resbaladizos, superficies en desnivel, equipos defectuosos, etc.
- Ejecución de campañas comunicacionales preventivas de seguridad y salud laboral en terreno.
- Información oportuna de los riesgos asociados a las actividades del trabajo.
- Inspecciones y observaciones preventivas de seguridad.
- Evaluaciones preventivas y correctivas de puestos de trabajo (evaluaciones físicas y de higiene).
- Entrega, disposición y recambio de equipos, herramientas y elementos de protección personal (zapatos de seguridad, cascos, guantes, arnés de seguridad, entre otros).
- Reforzamiento de canales de comunicación y tecnologías de difusión de información.
- Programas de contención emocional.

SMU monitorea los principales tipos de lesiones que se registran, identificando riesgos específicos para cada unidad de trabajo. En el caso de Chile, los principales tipos de accidentes que ocurren dentro de la empresa incluyen golpes, cortes, dolencias musculares y caídas desde el mismo nivel o desnivel, mientras que, en Perú, son golpes y caídas desde el mismo nivel.

Seguridad Laboral Colaboradores

CHILE		2023	Meta 2023	2022
Número de fatalidades	Hombre	0	0	0
	Mujer	0	0	0
	Total	0	0	0
Tasa de accidentabilidad (<i>número de accidentes/promedio de trabajadores</i>) *100	Hombre	3,5		4,5
	Mujer	3,6	4,0	4,1
	Total	3,5		4,2
Tasa de siniestralidad (<i>días perdidos año/promedio de trabajadores</i>) *100	Hombre	51,7		67,0
	Mujer	60,9	62,1	68,3
	Total	57,8		67,9
Promedio de días perdidos por accidentes (<i>días perdidos año/ número de accidentes</i>)	Total	16,4	15,4	16,0
Tasa de frecuencia (<i>accidentes año/HH año</i>) *10 ⁶	Total	22,4	26,5	28,0
Tasa de gravedad (<i>días perdidos año/HH año</i>) *10 ⁶	Total	365,9	408,3	448,0
Tasa de días de ausencia por cada 200 000 horas trabajadas (<i>días perdidos año/HH año</i>) *200.000	Total	73,2	81,7	89,6

*La diferencia respecto a la cifra informada en la memoria integrada 2022 corresponde a casos recalificados por parte del sistema mutual o la autoridad

PERÚ		2023	Meta 2023	2022
Número de fatalidades	Hombre	0	0	0
	Mujer	0	0	0
	Total	0	0	0
Tasa de accidentabilidad (<i>número de accidentes/promedio de trabajadores</i>) *100	Hombre	0,5		0,8
	Mujer	0,6		0,3
	Total	0,6	2,0	0,6
Tasa de siniestralidad (<i>días perdidos año/promedio de trabajadores</i>) *100	Hombre	2,0		5,3
	Mujer	1,5		0,7
	Total	1,8		3,3
Promedio de días perdidos por accidentes (<i>días perdidos año/ número de accidentes</i>)	Total	3,3	3,5	5,8
Tasa de frecuencia (<i>accidentes año/HH año</i>) *10 ⁶	Total	2,2		2,3
Tasa de gravedad (<i>días perdidos año/HH año</i>) *10 ⁶	Total	7,3		13,2
Tasa de días de ausencia por cada 200 000 horas trabajadas (<i>días perdidos año/HH año</i>) *200.000	Total	1,5		2,6

MEMORIA INTEGRADA 2023

CHILE Y PERÚ	2023	Meta 2023	2022	
Número de fatalidades	Hombre	0	0	0
	Mujer	0	0	0
	Total	0	0	0
Tasa de accidentabilidad (número de accidentes/promedio de trabajadores) *100	Hombre	3,3		4,3
	Mujer	3,5	4,1	4,0
	Total	3,4		4,1
Tasa de siniestralidad (días perdidos año/promedio de trabajadores) *100	Hombre	49,3		64,1
	Mujer	59,7	62,8	67,0
	Total	56,1		66,0
Promedio de días perdidos por accidentes (días perdidos año/número de accidentes)	Total	16,3	15,2	16,0
Tasa de frecuencia (accidentes año/HH año) *10 ⁶	Total	21,4	25,6	26,8
Tasa de gravedad (días perdidos año/HH año) *10 ⁶	Total	349,1	390,5	428,1
Tasa de días de ausencia por cada 200 000 horas trabajadas (días perdidos año/HH año) *200.000	Total	69,8	78,1	85,6

Seguridad Laboral Contratistas

Contratistas	2023	2022
Número de fatalidades	1	1 *
Tasa de accidentabilidad (número de accidentes/promedio de trabajadores) *100	5,4	7,3
Tasa de siniestralidad (días perdidos año/promedio de trabajadores) *100	45,8	59,8
Tasa de frecuencia (accidentes año/HH año) *10 ⁶	30,6	36,2
Tasa de gravedad (días perdidos año/HH año) *10 ⁶	259,8	296,6

*Rectifica existencia de una fatalidad en el año 2022.

Salud Ocupacional

Chile Enfermedades Profesionales		2023	2022
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (<i>número de personas</i>)	Hombre	2	0
	Mujer	3	5
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (<i>número de enfermedades profesionales / horas trabajadas</i>) x10 ⁶	Total	0,14	0,14
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (<i>(número de enfermedades profesionales/promedio trabajadores) x 100</i>)	Total	0,02	0,02

Perú Enfermedades Profesionales		2023	2022
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (<i>número de personas</i>)	Hombre	0	0
	Mujer	0	0
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (<i>número de enfermedades profesionales / horas trabajadas</i>) x10 ⁶	Total	0	0
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (<i>(número de enfermedades profesionales/promedio trabajadores) x 100</i>)	Total	0	0

Chile y Perú Enfermedades Profesionales		2023	2022
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (<i>número de personas</i>)	Hombre	2	0
	Mujer	3	5
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (<i>número de enfermedades profesionales / horas trabajadas</i>) x10 ⁶	Total	0,13	0,13
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (<i>(número de enfermedades profesionales/promedio trabajadores) x 10²</i>)	Total	0,02	0,02

6.7 NUESTRA GENTE: INDICADORES

Dotación por país y cargo al 31.12.2023

	Supermercados Chile	Supermercados Perú	Total
Alta Gerencia	12	1	13
Gerencia	206	20	226
Jefatura	752	41	793
Operario	10.720	25	10.745
Fuerza de Venta	6.821	476	7.297
Administrativo	731	32	763
Otros Profesionales	737	59	796
Otros Técnicos	2.848	69	2.917
Dotación Total	22.827	723	23.550

Dotación por cargo y género

Cargo	2023			2022		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Alta Gerencia	4	9	13	4	9	13
Gerencia	70	156	226	83	176	259
Jefatura	285	508	793	255	497	752
Operario	6.872	3.873	10.745	7.124	4.218	11.342
Fuerza de Venta	5.556	1.741	7.297	5.814	1.535	7.349
Administrativo	515	248	763	645	404	1.049
Otros Profesionales	361	435	796	386	487	873
Otros Técnicos	1.676	1.241	2.917	1.606	1.212	2.818
Dotación Total	15.339	8.211	23.550	15.917	8.538	24.455

Dotación por nacionalidad, cargo y género al 31.12.2023

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Chilena	11	194	739	10.392	6.665	716	701	2.790	22.208
Mujeres	3	57	261	6.662	5.212	496	314	1.610	14.615
Hombres	8	137	478	3.730	1.453	220	387	1.180	7.593
Peruana	1	21	42	151	541	38	62	90	946
Mujeres	-	9	16	81	262	15	33	48	464
Hombres	1	12	26	70	279	23	29	42	482
Argentina	-	3	1	5	4	1	-	1	14
Mujeres	-	1	-	2	2	1	-	-	5
Hombres	-	2	1	3	2	-	-	1	9
Boliviana	-	-	-	76	41	1	-	7	125
Mujeres	-	-	-	62	41	1	-	6	110
Hombres	-	-	-	14	-	-	-	1	15
Brasileña	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
China	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Colombiana	-	3	4	49	20	-	2	4	82
Mujeres	-	1	3	34	18	-	1	2	59
Hombres	-	2	1	15	2	-	1	2	23

MEMORIA INTEGRADA 2023

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Dominiqués	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dominicana	-	-	-	6	2	1	-	-	9
Mujeres	-	-	-	5	2	-	-	-	7
Hombres	-	-	-	1	-	1	-	-	2
Ecuatoriana	-	-	1	14	4	1	-	1	21
Mujeres	-	-	-	7	3	1	-	1	12
Hombres	-	-	1	7	1	-	-	-	9
Española	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Estadounidense	-	2	-	-	-	-	-	-	2
Mujeres	-	2	-	-	-	-	-	-	2
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Francesa	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Haitiana	-	-	-	19	2	-	-	-	21
Mujeres	-	-	-	4	2	-	-	-	6
Hombres	-	-	-	15	-	-	-	-	15

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Italiana	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Mexicana	-	-	-	1	-	-	-	-	2
Mujeres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nicaragüense	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Norcoreana	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pakistani	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Paraguaya	-	-	-	1	1	-	-	-	2
Mujeres	-	-	-	1	1	-	-	-	2
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rumana	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rusa	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-

MEMORIA INTEGRADA 2023

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Hombres	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Uruguaya	-	-	-	3	-	-	-	-	3
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	3	-	-	-	-	3
Venezolana	1	-	5	25	17	6	27	24	105
Mujeres	1	-	4	11	13	2	11	9	51
Hombres	-	-	1	14	4	4	16	15	54

Dotación por rango etario, cargo y género

2023						
	Menos de 30 años	30 a 40 años	41 a 50 años	51 a 60 años	61 a 70 años	Más de 70 años
Alta Gerencia	-	-	7	5	1	-
Mujeres	-	-	3	1	-	-
Hombres	-	-	4	4	1	-
Gerencia	-	51	121	46	8	-
Mujeres	-	19	40	9	2	-
Hombres	-	32	81	37	6	-
Jefatura	19	302	334	121	17	-
Mujeres	8	113	116	44	4	-
Hombres	11	189	218	77	13	-
Operario	2.222	2.808	2.458	2.286	862	109
Mujeres	997	1.893	1.836	1.601	500	45
Hombres	1.225	915	622	685	362	64
Fuerza Venta	2.882	1.842	1.289	935	322	18
Mujeres	1.746	1.525	1.157	842	276	10
Hombres	1.136	317	141	93	46	8
Administrativo	121	316	221	79	22	4
Mujeres	61	208	167	59	18	2
Hombres	60	108	54	20	4	2
Otros Profesionales	162	422	159	40	13	-
Mujeres	85	186	71	16	3	-
Hombres	77	236	88	24	10	-
Otros Técnicos	248	1.052	1.011	507	94	5
Mujeres	113	596	646	290	30	1
Hombres	135	456	365	217	64	4
Total	5.654	6.793	5.609	4.019	1.339	136
Mujeres	3.010	4.540	4.036	2.862	833	58
Hombres	2.644	2.253	1.573	1.157	506	78

MEMORIA INTEGRADA 2023

2022						
	Menos de 30 años	30 a 40 años	41 a 50 años	51 a 60 años	61 a 70 años	Más de 70 años
Alta Gerencia	-	1	7	4	1	-
Mujeres	-	-	4	-	-	-
Hombres	-	1	3	4	1	-
Gerencia	-	77	127	50	5	-
Mujeres	-	30	42	11	-	-
Hombres	-	47	85	39	5	-
Jefatura	27	308	301	103	13	-
Mujeres	11	109	97	34	4	-
Hombres	16	199	204	69	9	-
Operario	2.558	3.069	2.594	2.211	813	97
Mujeres	1.116	2.075	1.915	1.508	475	35
Hombres	1.442	994	679	703	338	62
Fuerza Venta	2.903	1.948	1.292	923	271	12
Mujeres	1.898	1.672	1.161	848	226	9
Hombres	1.005	276	131	75	45	3
Administrativo	165	445	259	136	39	5
Mujeres	82	278	177	88	18	2
Hombres	83	167	82	48	21	3
Otros Profesionales	214	445	162	39	13	-
Mujeres	91	208	68	16	3	-
Hombres	123	237	94	23	10	-
Otros Técnicos	216	1.079	964	473	84	2
Mujeres	85	616	618	264	23	-
Hombres	131	463	346	209	61	2
Total	6.083	7.372	5.706	3.939	1.239	116
Mujeres	3.283	4.988	4.082	2.769	749	46
Hombres	2.800	2.384	1.624	1.170	490	70

Dotación por antigüedad, cargo y género

2023					
	Menos de 3 años	3 a 6 años	6 a 9 años	9 a 12 años	Más de 12 años
Alta Gerencia	2	5	1	1	4
Mujeres	1	2	1	-	-
Hombres	1	3	-	1	4
Gerencia	59	70	26	22	49
Mujeres	16	21	12	7	14
Hombres	43	49	14	15	35
Jefatura	196	148	65	73	311
Mujeres	74	35	28	25	123
Hombres	122	113	37	48	188
Operario	3.071	1.421	1.668	1.811	2.774
Mujeres	1.682	818	1.136	1.350	1.886
Hombres	1.389	603	532	461	888
Fuerza Venta	3.644	911	942	827	973
Mujeres	2.322	754	843	750	887
Hombres	1.322	157	99	77	86
Administrativo	126	105	113	130	289
Mujeres	92	56	57	75	235
Hombres	34	49	56	55	54
Otros Profesionales	475	161	54	33	73
Mujeres	208	74	27	19	33
Hombres	267	87	27	14	40
Otros Técnicos	532	331	285	459	1.310
Mujeres	234	158	136	289	859
Hombres	298	173	149	170	451
Total	8.105	3.152	3.154	3.356	5.783
Mujeres	4.629	1.918	2.240	2.515	4.037
Hombres	3.476	1.234	914	841	1.746

MEMORIA INTEGRADA 2023

2022					
	Menos de 3 años	3 a 6 años	6 a 9 años	9 a 12 años	Más de 12 años
Alta Gerencia	3	5	-	5	-
Mujeres	2	2	.	.	.
Hombres	1	3	.	5	.
Gerencia	68	79	26	42	44
Mujeres	27	22	10	15	9
Hombres	41	57	16	27	35
Jefatura	181	142	71	84	274
Mujeres	58	37	31	24	105
Hombres	123	105	40	60	169
Operario	3.079	1.997	1.899	1.927	2.440
Mujeres	1.580	1.189	1.287	1.433	1.635
Hombres	1.499	808	612	494	805
Fuerza Venta	3.297	1.396	1.009	849	798
Mujeres	2.231	1.171	900	779	733
Hombres	1.066	225	109	70	65
Administrativo	143	158	207	182	359
Mujeres	101	79	91	110	264
Hombres	42	79	116	72	95
Otros Profesionales	530	166	57	42	78
Mujeres	219	76	33	24	34
Hombres	311	90	24	18	44
Otros Técnicos	391	323	370	513	1.221
Mujeres	165	144	186	309	802
Hombres	226	179	184	204	419
Total	7.692	4.266	3.639	3.644	5.214
Mujeres	4.383	2.720	2.538	2.694	3.582
Hombres	3.309	1.546	1.101	950	1.632

Dotación por tipo de contrato y género¹⁴

	Contrato Indefinido				Contrato a Plazo Fijo			
	2023		2022		2023		2022	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Mujeres	14.387	61%	14.936	61%	952	4%	981	4%
Hombres	7.428	32%	7.728	32%	783	3%	810	3%
Total	21.815	93%	22.664	93%	1.735	7%	1.791	7%

Rotación por rango etario y género

	2023			2022		
	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres
Menores de 30 años	80%	70%	92%	117%	111%	124%
31 a 50 años	21%	19%	27%	20%	19%	24%
Mayores a 50 años	13%	12%	16%	13%	12%	13%
Total	35%	28%	47%	44%	38%	55%
Rotación voluntaria	18%	16%	22%	33%	28%	41%
Rotación no voluntaria	17%	12%	25%	11%	9%	15%

Apertura mujeres/hombres en cargos "STEM" (Ciencia – tecnología – ingeniería – matemáticas)

Formato	2023		2022	
	% Femenino	% Masculino	% Femenino	% Masculino
Total general	46,1	53,9	46,3	53,7

¹⁴ Cabe señalar que SMU no cuenta con colaboradores con contrato por obra o faena, ni tampoco con contrato a honorarios.

Gerentes y ejecutivos en áreas que generan ingresos por género

2023				
	Mujeres		Hombres	
	Número	%	Número	%
Operaciones	8	16,3	41	83,7
Comercial	6	31,6	13	68,4
Clientes & Marketing	4	66,7	2	33,3
E-Commerce	1	25,0	3	75,0
Total	19	24,4	59	75,6

2022				
	Mujeres		Hombres	
	Número	%	Número	%
Operaciones	8	14,3	48	85,7
Comercial	4	33,3	8	66,7
Clientes & Marketing	3	75,0	1	25,0
E-Commerce	1	16,7	5	83,3
Total	16	20,5	62	79,5


Personas con discapacidad

	Mujeres	Hombres	Total
Alta Gerencia	-	-	-
Gerencia	1	-	1
Jefatura	-	1	1
Operario	55	158	213
Fuerza de Venta	43	38	81
Administrativo	9	5	14
Otros Profesionales	5	3	8
Otros Técnicos	5	3	8
Dotación Total	118	208	326



EL CLIENTE **AL CENTRO**

SMU ha establecido en su visión y propósito, **que el cliente y sus necesidades tienen que estar al centro del quehacer de toda la organización**, siendo un foco transversal para todas las áreas. Cada uno de los formatos de SMU busca conocer a sus clientes y establecer una relación cercana con cada uno de ellos para brindarles una atención de excelencia, que haga más grata su experiencia de compra. Asimismo, la Compañía se preocupa por mantener comunicaciones transparentes, resguardar la calidad e inocuidad de las mercaderías que vende y proteger los datos personales de sus clientes.

TEMAS	AVANCES 2023	ODS
Mejor experiencia	Relanzamiento del club de fidelización bajo el nombre de Club Unimarc.	 Contribuye a metas: 2.1 12.5
Consumo responsable	Campañas promocionales que ayudan a optimizar el presupuesto familiar de los clientes.	
Marcas Propias	Nueva plataforma para medir NPS, con información online y on time, y nuevas instancias para que clientes entreguen feedback. Desarrollo de marcas propias: 196 lanzamientos de productos y 19% del surtido con packaging reciclable (11% en 2022).	



El modelo de negocios de SMU busca poner al cliente al centro de cada decisión y proyecto, lo que se ve reflejado tanto en sus planes estratégicos, así como también, en su Modelo Corporativo de Sostenibilidad. La estrategia multiformato de la Compañía le permite ofrecer diversas propuestas de valor, atendiendo las necesidades y preferencias de diferentes segmentos de clientes.

A través de sus diferentes formatos y amplia cobertura geográfica, incluyendo operaciones en Chile y Perú, SMU atiende a una base diversificada de clientes. Cabe señalar que, durante el año 2023, ningún cliente de SMU—tanto a nivel consolidado como a nivel de los segmentos Supermercados Chile y Supermercados Perú—representó, en forma individual, al menos el 10% de los ingresos de la Compañía o de los respectivos segmentos.

El compromiso con el cliente también contempla una cultura de protección a los derechos del consumidor, incluyendo una Política Corporativa de Cumplimiento de Protección al Consumidor, entre otras políticas, procedimientos y prácticas. Para más información, ver sección 5.2.3 Protección al Consumidor y sección 5.2.4 Privacidad de Datos.

7.1 EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Considerando que la experiencia de compra es un eje clave del quehacer de SMU, siempre se busca entender las necesidades y preferencias de sus clientes, y así mejorar la propuesta de valor que ofrece en cada uno de sus formatos. Durante el año 2023, el escenario macroeconómico complejo continuó afectando los niveles de consumo y el comportamiento de los clientes, y SMU mantuvo su foco en entregar soluciones que permitieran maximizar el ahorro. La Compañía aprovechó el profundo conocimiento que ha desarrollado de sus clientes para entender tendencias de consumo, diseñar nuevas promociones innovadoras y lanzar nuevos productos de marcas propias. Otra iniciativa relevante fue el relanzamiento del programa de lealtad del formato Unimarc, bajo el nombre Club Unimarc.



Club
UNIMARC

En octubre del 2023, Unimarc relanzó su club de fidelización, ahora con el nombre Club Unimarc, con foco en la entrega de beneficios inmediatos a todos sus miembros, sin la necesidad de esperar ni juntar puntos para obtener descuentos y promociones. La nueva propuesta además incluye alianzas que permiten ofrecer



7.1.1

FOCO EN EL AHORRO

Los precios son un componente fundamental de la experiencia de compra, y durante 2023, el ahorro fue uno de los principales motores en las decisiones de compra de los consumidores, producto de la situación económica. Para ayudar a sus clientes a maximizar su presupuesto familiar, SMU implementó diversas iniciativas y campañas: se aumentaron los días de duración de algunas promociones; se incluyeron nuevas promociones; y se reforzó la composición de éstas para apuntar a resolver las necesidades de consumo más importantes y básicas de los clientes.

Asimismo, SMU aprovechó su estrategia multiformato para implementar campañas relacionadas en Unimarc y Mayorista 10, incluso diseñando una novedosa campaña denominada Precios Mayoristas en Unimarc.



Otra campaña muy valorada por los clientes durante el año fue la realizada en alianza con BancoEstado, para ofrecer a clientes descuentos al usar un medio de pago de este banco. La estacionalidad particular de esta última campaña (septiembre) permitió al cliente acceder nuevamente a categorías de mayor preferencia, cuyo consumo había reducido por el contexto inflacionario.

El programa Pronto Consumo es otra iniciativa que permite a los clientes ahorrar y, a la vez, contribuir a la reducción del desperdicio de alimentos. La Compañía ofrece descuentos significativos—de entre 30% y 50%--en el precio de productos próximos a vencer que se encuentran en óptimas condiciones para su consumo, invitando a los clientes a preferir estos productos. En consecuencia, durante 2023, se evitó que productos equivalentes a más de 6 mil toneladas hayan sido desechados.

7.1.2 POTENCIANDO EL SURTIDO

Para satisfacer las necesidades de sus clientes, cada uno de los formatos de SMU revisa y ajusta el surtido de productos en forma permanente, basado en el profundo conocimiento que posee de las preferencias de los clientes, a partir de sus programas de fidelización, además de estudios y encuestas. Asimismo, el desarrollo de productos de marcas propias, sumando nuevos productos y marcas, es una de las principales iniciativas del plan estratégico de la Compañía, como parte de su propósito de hacerles la vida más fácil a sus clientes.

SMU identifica nuevas tendencias y cambios en las preferencias de los consumidores a partir de un enfoque multidisciplinario. Su equipo Comercial viaja a ferias internacionales para descubrir y evaluar nuevas ofertas de productos. Este equipo también contrata múltiples servicios de inteligencia de mercado que aportan información valiosa acerca de tendencias de consumo y nuevos productos. La Compañía cuenta con una alianza con la consultora Daymon, especialista en marcas propias, quien entrega conocimiento de tendencias globales y también contribuye con una red internacional de proveedores. Por su parte, el equipo de Clientes y Marketing utiliza los programas de fidelización, estudios y encuestas para obtener un mayor entendimiento de nuevas tendencias exhibidas por los clientes. Cada formato de SMU combina las diferentes fuentes de información para definir el surtido de productos que mejor satisface las necesidades de su respectivo segmento de clientes.

MEMORIA INTEGRADA 2023

Para incorporar un nuevo producto en el surtido, este debe ser aprobado por el Comité de Inclusión de Productos, el que cuenta con participantes de los diferentes formatos y del equipo Comercial. Posteriormente, el producto debe ser aprobado por el departamento de Calidad.

Específicamente en relación con su programa de marcas propias, las nuevas marcas y productos lanzados en el último tiempo han sido muy valorados por los clientes, quienes perciben la buena relación precio-calidad, lo que ha sido especialmente relevante en el contexto económico, motivando a los clientes a buscar productos que facilitan el ahorro. La Compañía sumó cinco nuevas marcas durante 2023, incluyendo Los Peumos (lácteos), MyWay (estilo de vida) y Santo Gusto (productos para hoteles, restaurantes y casinos), cerrando el año con 20 marcas especializadas y cerca de 200 nuevos productos lanzados. Estos productos se comercializan transversalmente en todos los formatos de la Compañía. En el caso del formato Unimarc, el 60% de los clientes compran productos de marcas propias, y en el caso de los formatos Mayorista 10 y Super10, alcanza un 70%.

Marcas Propias en SMU



7.1.3

SALUD Y NUTRICIÓN

Dado que el foco de la Compañía está puesto en la venta de alimentos, los que representan aproximadamente el 98% de sus ingresos, la salud y nutrición de los productos que comercializa son atributos relevantes en su propuesta de valor.

Los estudios que ha realizado SMU muestran que, entre un cierto grupo de consumidores, existe una clara tendencia hacia un estilo de vida equilibrado, prefiriendo productos que contribuyen a una mejor salud y bienestar. Sin embargo, cada cliente tiene su propia interpretación de estos conceptos. Por ejemplo, en su búsqueda de una alimentación saludable, hay clientes que prefieren alimentos libres de azúcar, mientras que otros prefieren alimentos totalmente naturales, sin aditivos ni edulcorantes, aun cuando contengan algo de azúcar. También hay clientes que prefieren productos con menos grasas, orgánicos, *plant-based*, entre otros atributos. Algunos consumidores buscan productos “libres de” que no necesariamente por temas de alergias alimentarias, si no por un nuevo estilo de vida que están adoptando, más consciente del impacto que generan a lo largo de la cadena de valor. Por lo tanto, el surtido de productos de SMU debe satisfacer un rango amplio de preferencias relacionadas con la salud y nutrición, razón por la cual dentro de su estrategia de marcas propias, la Compañía ha desarrollado una marca especializada que cubre una amplia selección de productos con atributos específicos.

Cada formato aborda esta nueva tendencia de manera que mejor se adecua a sus clientes. En el caso de Unimarc, se definieron cuatro pilares: experiencia, variedad, calidad y disponibilidad, buscando acercar y fidelizar a un segmento de clientes que impulsado por una nueva consciencia alimentaria o por satisfacer sus necesidades particulares, busca encontrar de manera más fácil, en un solo lugar, una variedad de productos que den respuestas a sus restricciones alimenticias o que se adapten a su estilo de vida, teniendo así una experiencia más agradable a la hora de satisfacer sus necesidades.

Para el caso de Mayorista 10, dentro de su objetivo de ser un aliado en el ahorro de las familias, quienes pueden acceder a precios mayoristas comprando desde una unidad, la oferta comercial incluye productos naturales y saludables, cubriendo las principales unidades de necesidad, con un surtido simple de los productos líderes del mercado y de mayor preferencia de los clientes.

Asimismo, el formato Super10 busca ofrecer un surtido completo, que cubre todas las unidades de necesidad de sus clientes, siempre con un enfoque en el ahorro. En este sentido, las secciones de productos perecibles incluyen productos sin procesamientos, potenciando lo natural y saludable, además de productos sin sello o libre de (azúcar, lactosa, gluten, etc.). El desarrollo de nuevos productos de marcas propias con estas características permitirá seguir complementando el surtido de Super10, dada la importante presencia de estos productos en sus salas de venta.

Con respecto a Alvi y teniendo en cuenta que sus socios comerciantes tienen una relación muy directa con las familias de las comunidades donde se encuentran, el surtido incluye distintas opciones saludables de menor cantidad de sellos o mayor contenido proteico en

categorías de mayor demanda y frecuencia de compra en los barrios como lácteos, confites, galletas, cereales y líquidos asociados a colaciones. Por otro lado, en los formatos de mayor tamaño que son utilizados por clientes del canal HORECA o instituciones para la preparación de alimentos, se han incorporado nuevos productos que satisfacen las distintas tendencias alimentarias.

La preocupación de SMU por la salud y nutrición también se ve reflejado en su plan estratégico para el período 2023-2025, en el pilar de Experiencia del Cliente, donde además de iniciativas de fidelidad y marcas propias, la Compañía busca expandir su metodología 360°—ya implementada para las categorías de frutas y verduras— a otras categorías de productos frescos. Esta metodología tiene foco en distintos aspectos, como la calidad, la exhibición, los proveedores, el modelo de abastecimiento, el packaging y la percepción de los clientes, buscando potenciar estas categorías que son claves para los clientes y contribuyen a contar con un surtido que satisface determinadas necesidades de salud y nutrición.

Por otra parte, la Compañía busca facilitar una alimentación equilibrada para sus clientes, ofreciendo recetas de comida casera en la página web de Unimarc.cl. Las recetas generalmente incluyen ingredientes e instrucciones sencillas, para que sean una solución fácil que es valorada por los clientes.

7.1.4 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Al igual que en años anteriores, durante todo el 2023 SMU mantuvo la medición de NPS (Net Promoter Score), que busca sobre todo llevar el pulso de la experiencia de los clientes en las salas de los diferentes formatos. El NPS es un indicador que da cuenta de la lealtad de los clientes a cada formato, en base a su disposición a recomendarlo. Al entender las razones por las cuales un cliente recomienda o no recomienda a una marca, es posible gestionar acciones que apunten a potenciar los atributos que aumentan la recomendación y mejorar aquellos que la afectan negativamente.

Durante 2023, se realizó un cambio en la plataforma para medir y reportar este importante KPI, generando dos grandes avances para la Compañía. En primer lugar, se dispone de reportería online y on time, siempre poniendo foco en la operación. De esta forma, desde gerentes de formato hasta administradores de sala pueden ir monitoreando en tiempo real la opinión de sus clientes, revisando no solo la nota de NPS sino también satisfacción con otros elementos de la compra, comentarios respecto al surtido y posibles problemas encontrados durante la compra, entre otros. En segundo lugar, se hace posible cerrar el ciclo con el cliente, es decir, poder contactarse con los clientes para profundizar en sus opiniones, solucionar problemas y/o atender los quiebres de experiencia que puedan haber reportado en la encuesta de NPS. Los procesos y flujos asociados a esta gestión se empezaron a diseñar a fines de 2023 para ser implementados durante 2024.

La nueva plataforma logra además una mejor contactabilidad, pudiendo llegar a más clientes y teniendo mayor participación de clientes leales en las respuestas. La posibilidad de hacer gestión directa y a tiempo a las necesidades de los clientes genera además una mejora en la evaluación de la experiencia con nuestros formatos, superándose el NPS SMU obtenido en 2022 y logrando superar la meta impuesta para 2023 (meta de 60,5%).

Net Promoter Score

	2023	2022
NPS SMU (*)	62,6%	57,9%





















*Corresponde a las operaciones en Chile.

Para profundizar el compromiso con los clientes al interior de la organización, es importante generar consciencia y visibilidad de cómo ellos están evaluando su experiencia de compra en los formatos de la Compañía. De cara a ese objetivo, desde el año 2019, el NPS se incluye como componente en el cálculo de los incentivos de desempeño de los colaboradores. Al vincular los resultados del NPS a los incentivos, se busca poner la experiencia del cliente al centro de las decisiones de los colaboradores.

7.1.5 COMUNICACIÓN RESPONSABLE

Mantener una comunicación continua y fluida con los clientes es clave para conocer sus necesidades e ir mejorando su experiencia de compra en los diferentes formatos de SMU. Es así como cada formato ha habilitado canales para que los clientes puedan plantear sus preguntas, reclamos, sugerencias o felicitaciones.

Canales de Comunicación Dispuestos para los Clientes

	Unimarc	Alvi	Mayorista 10	Super10
Línea 600				
Redes sociales				
Canal de denuncias y consultas en sitio web				
Libro de sugerencias y reclamos (físicos y digitales)				
Correo electrónico				

MEMORIA INTEGRADA 2023

Además de los canales de comunicación que permiten a los clientes tomar contacto con la Compañía, los diferentes formatos de SMU disponen de páginas web que sirven como herramienta para entregar información relevante, incluyendo ubicaciones de tiendas, horarios de funcionamiento y promociones vigentes, entre otros. Adicionalmente, durante 2023, se implementó la opción de entregar feedback a través de códigos QR desplegados en las salas de venta de los formatos Unimarc y Alvi, para que los clientes tengan más posibilidades de comunicar sus opiniones y necesidades desde el mismo punto de venta.

7.1.3.1 GESTIÓN DE RECLAMOS

La gestión de los requerimientos recibidos por los diferentes canales de comunicación está a cargo del área de Servicio al Cliente, y se realiza de acuerdo a un procedimiento formal predefinido. Cuando recibe un reclamo, el objetivo de la Compañía es contactar al cliente en el menor tiempo posible: en la mayoría de los casos se logra el primer contacto dentro de 24 horas hábiles. De cara a ese objetivo, existe una plataforma para la gestión de reclamos, facilitando el proceso de recepción, seguimiento y solución.

Además de los canales de comunicación habilitados por SMU, ésta puede recibir reclamos directamente desde el SERNAC, los cuales están sujetos a un plazo legal máximo de siete días para ser respondidos. Para contar con una mayor trazabilidad y agilidad en los procesos, el equipo de Servicio al Cliente también ingresa los reclamos recibidos de SERNAC en la plataforma de gestión de reclamos. En 2023, al igual que en 2022, el tiempo promedio de respuesta para los reclamos SERNAC fue de cinco días.

Gestión de Reclamos SERNAC

Reclamos SERNAC 2023	Unimarc	Alvi	M10	Super10	Total
Tiempo promedio de respuesta (días)	5	5	5	5	5
% de respuesta de reclamos vía SERNAC	100%	100%	100%	100%	100%

Reclamos SERNAC 2022	Unimarc	Alvi	M10	Super10	Total
Tiempo promedio de respuesta (días)	5	5	5	5	5
% de respuesta de reclamos vía SERNAC	100%	100%	100%	100%	100%

Para reforzar las buenas prácticas en gestión de reclamos y para agilizar los procesos, dando soluciones a los clientes de manera más ágil, existe un programa de capacitación dirigido a colaboradores responsables de responder presencialmente a los reclamos de clientes, entre ellos, administradores de locales y jefes de sección, así como también equipos de servicio al cliente en las tiendas que cuentan con esta función.

7.1.6

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Durante 2023, SMU recibió dos **Premios Effie** en reconocimiento de la creatividad y resultados de las campañas publicitarias que implementó durante el año anterior: Su campaña de las Fiestas Patrias del año 2022 “San Asaíto” recibió el Effie de Oro en la categoría Marketing Estacional, y su campaña de fin de año 2022 “Supersticiones” ganó el Effie de Bronce en la categoría Promociones.

7.2 ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD E INOCUIDAD

La gestión de SMU se caracteriza por un firme compromiso con la calidad de sus productos y procesos, de acuerdo con lo establecido en su Política Corporativa de Calidad.

Este aspecto es parte esencial de la experiencia de compra que cada uno de los formatos quiere entregar a sus clientes, así como también del cumplimiento de las normativas en materia sanitaria. Para gestionarlo, la Compañía cuenta con un Sistema Integral de Aseguramiento de Calidad que contempla el ciclo del producto desde que ingresa al centro de distribución o a la tienda hasta que es exhibido en las góndolas. El sistema contempla además un riguroso proceso de selección y seguimiento de proveedores basado en una evaluación de riesgo, como también la validación de los procesos operativos en tienda.

Todos los años la Compañía define un Plan de Aseguramiento de Calidad. En 2023, al igual que 2022, este plan se enfocó en mejorar la adhesión a procesos de calidad y avanzar en el proyecto de identificar a los proveedores que cuentan con alguna certificación externa de calidad. Además de asegurar la calidad de los productos en base al riesgo, una exitosa implementación de estas medidas debería generar gradualmente una disminución en la incidencia de reclamos de calidad y de sumarios sanitarios. Por otra parte, sí se logró una disminución de un 11% de sumarios respecto al 2022. El 7% del total de fiscalizaciones resultó en un sumario sanitario (una mejora con respecto al 8% de 2022), ninguno de los cuales fue por motivos de la seguridad alimentaria.

El área de Aseguramiento de Calidad cuenta con un plan de capacitaciones anual para formar y reforzar las buenas prácticas operacionales según procedimientos y normativas vigentes y definido en base al riesgo. Además, se realizaron charlas internas a los equipos comerciales y de calidad con respecto a cumplimiento de certificaciones orgánicas, juguetes, artículos escolares, y SERNAPESCA, sumado a las actualizaciones legales que entrarán en vigencia durante el 2024. Entre otras actividades, este plan contempló capacitaciones focalizadas en más de 10 temas de inocuidad y calidad; como resultado de este trabajo, se ha logrado mejorar en 1,6% la adhesión a los procesos de calidad.

7.2.1

INOCUIDAD DE LOS PRODUCTOS

Como parte de su modelo de aseguramiento de calidad, SMU cuenta con un Programa de Seguimiento Microbiológico para validar que los procesos de elaboración, producción y manipulación de alimentos se cumplan de acuerdo con los procedimientos internos de la Compañía y con las normativas vigentes, además de una detallada selección basada en el riesgo. Este programa consiste en realizar un muestreo periódico de productos, equipos y utensilios con el objetivo de validar la adhesión a los procesos internos.

En este ámbito, durante 2023, se realizaron muestreos en 177 establecimientos, cifra mayor que el año anterior en un 31%, y en el 100% de los muestreos, los productos resultaron dentro de la normativa legal vigente.

Con respecto a sus productos de marcas propias, la Compañía cuenta además con un plan de muestreo aleatorio, con el objetivo de dar seguimiento al cumplimiento legal y a los estándares de estos productos. Para el año 2023 en base a la matriz de riesgos, se muestrearon 24 formulaciones de productos. Dentro del proceso se controla el etiquetado, tablas nutricionales, microbiología y especificaciones técnicas, entre otros, siempre pensando en el riesgo como metodología base. La ejecución de este plan es realizada por un laboratorio externo acreditado, el que toma muestras desde diferentes locales de la Compañía.

7.2.2

ETIQUETADO DE ALIMENTOS

Como parte de su compromiso con la Política de Calidad, SMU cautela que la información contenida en las etiquetas de los productos que componen su oferta, incluidas sus marcas propias, sea clara y cumpla con las exigencias del Reglamento sanitario de los alimentos artículo 107, Ley N° 20.606 de Etiquetado de Alimentos. Considerando el riesgo de autenticidad, la Compañía determinó verificar que los productos que declaren atributos o contenidos especiales o libre de alguna sustancia, deban demostrar dicha característica en el proceso de inclusión y así resguardar al consumidor.

Por otra parte, la gerencia de aseguramiento de calidad está permanentemente abordando las nuevas exigencias reglamentarias y preparando a la Compañía para satisfacer dichas exigencias legales. En este sentido, se trabajó con las áreas comerciales desde octubre del año 2023 en la preparación y coordinación para implementar la nueva regulación de bebidas alcohólicas Ley 21.363, en relación con sellos de advertencias, aporte de calorías (valor energético), que entrará en vigencia el segundo semestre de 2024.

En el año 2023 la Compañía tuvo cuatro sumarios sanitarios por incumplimiento de ley de etiquetado, todos provenientes de origen (proveedores).

7.2.3 PROVEEDORES Y CALIDAD

Para el aseguramiento de la calidad, SMU utiliza una metodología de evaluación y seguimiento de proveedores mediante la implementación de una matriz de riesgo alimentada por las condiciones iniciales de cada proveedor, (por ejemplo, las certificaciones con las que cuenta) y su comportamiento con respecto a reclamos de clientes, locales o los mismos centros de distribución.




También se incluye un input adicional para la evaluación que consiste en la revisión de productos ya almacenados, con el fin de analizar su comportamiento durante su vida útil propiamente tal. Esta revisión ha permitido orientar los focos de revisión de contramuestras y dar alertas preventivas a los formatos en ciertas categorías de productos.

De acuerdo a la matriz de riesgo y el historial de comportamiento de productos y proveedores, se realizan evaluaciones de los productos de manera periódica con respecto a sus características microbiológicas mediante el análisis de laboratorios certificados, esto, con el fin de mitigar cualquier desviación de inocuidad en cuanto a la composición de los productos fabricados por los proveedores de la Compañía.

8

ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

SMU busca fomentar el abastecimiento responsable a lo largo de su cadena de suministro, promoviendo el respeto, la confianza, la transparencia, el trato justo y las relaciones fluidas con sus más de 3 mil proveedores, actuando bajo la premisa de que una buena relación con ellos mejora la calidad de los productos y servicios finales, y promoviendo además el desarrollo de micro, pequeños y medianos proveedores locales. La Compañía hace un esfuerzo por conocer mejor las prácticas y políticas de sus proveedores, procurando que estén alineados con los valores CERCA.

TEMAS	AVANCES 2023	ODS
Gestión de riesgos en cadena de abastecimiento	Programa de mentorías a 27 proveedores 100% Nuestro (en alianza con Simón de Cirene).	 
Desarrollo de proveedores locales	<p>Adhesión al Sello Mi Compromiso PYME de E&Y y Unión Emprendedora.</p> <p>Charlas y talleres para pequeños proveedores de frutas y verduras (en alianza con INDAP).</p> <p>110 nuevos espacios exclusivos para promover la venta de productos del programa 100% Nuestro.</p>	 <p>Contribuye a metas: 2.3 8.3 17.17</p>



La cadena de abastecimiento es un elemento esencial en el desarrollo del negocio de SMU y el cumplimiento de su visión corporativa, de ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de sus clientes. Para ello, la Compañía debe contar con un surtido de productos de alta calidad y con precios atractivos, lo que requiere desarrollar relaciones de largo plazo con un gran número de proveedores.

Además de los proveedores de las mercaderías que comercializa, denominados “proveedores retail”, SMU trabaja con un gran número de empresas que prestan servicios y productos que la Compañía utiliza para su operación, por ejemplo, en materia de tecnología, marketing, seguridad y aseo, denominadas “proveedores no retail”.

Todos estos proveedores representan un grupo de interés clave para SMU, dada su relevancia para la calidad de los productos y servicios que brinda a sus clientes, por lo que la Compañía gestiona esta relación bajo una mirada de abastecimiento responsable, siendo este uno de los ejes centrales del Modelo Corporativo de Sostenibilidad de SMU. Para lo anterior, la Compañía promueve el respeto y la confianza con cada uno de sus proveedores, y espera que cumplan con los más altos estándares éticos y normativa vigente, procurando establecer relaciones sostenibles y de beneficio mutuo.

8.1 GESTIÓN DE PROVEEDORES

Las relaciones entre SMU y sus proveedores se gestionan de acuerdo a políticas y procedimientos que buscan promover la transparencia, el trato justo y las buenas prácticas. Incluyen el Código de Ética y Conducta de Negocios, la Política de Libre Competencia, la Política de Prevención de Delitos, la Política de Abastecimiento Responsable, el Decálogo del Proveedor, con las 10 reglas que regulan el vínculo con sus proveedores, y un Defensor del Proveedor, cuyo rol es actuar como mediador imparcial y de buena fe para acercar a las partes con el fin de resolver de manera amistosa las diferencias que surjan y lograr una solución justa.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con políticas y procedimientos específicos, dependiendo del tipo de proveedor. Por ejemplo, en el caso de los proveedores retail, aplican las Normas Generales de Aprovisionamiento de Mercaderías (“NGAM”), mientras que para los proveedores no retail aplica el Manual de Proveedores No Retail.

A nivel consolidado, SMU trabajó con 3.279 proveedores en 2023, ninguno de los cuales representó, en forma individual, al menos el 10% del total de compras efectuadas por el suministro de bienes y servicios durante el año a nivel consolidado, ni tampoco a nivel de los segmentos Supermercados Chile y Supermercados Perú.

SMU busca mejorar permanentemente su gestión de proveedores a través de diversas iniciativas, como por ejemplo, la implementación de la herramienta SAP Ariba, la cual es utilizada para la negociación de las compras no retail (activos, informática, materiales operacionales y servicios), transformando el proceso de abastecimiento a través de la estandarización y automatización. Esta herramienta permite una mejor gestión de

proveedores, con fácil acceso y trazabilidad de documentos; mayor confidencialidad y transparencia en los procesos de negociación; información centralizada y actualizada; y mayor eficiencia y ahorro de tiempo por parte de los compradores, entre otros beneficios.

Otro avance en gestión de proveedores fue un levantamiento de zonas de escasez hídrica en Chile realizado en el año 2022, mapeando los principales proveedores de frutas y verduras con producción en estas zonas, para entender cómo enfrentan la crisis. El levantamiento se realizó dentro de los esfuerzos de la Compañía por asegurar la disponibilidad de productos que son esenciales para satisfacer las necesidades de sus clientes, así como también, como parte de la mitigación de riesgos de cambio climático en la cadena de abastecimiento. El análisis consideró las regiones de mayor escasez, el tipo de producto, la superficie de producción, y el sistema de riesgo utilizado, incluyendo proveedores grandes, medianos y pequeños.

Proveedores Críticos

La gestión de proveedores que realiza SMU incluye la identificación de proveedores críticos. En el caso de los proveedores retail, se definen como críticos aquellos proveedores que concentran más del 60% de la compra en alguna categoría y que superen un nivel mínimo de ventas, calificando 19 proveedores en este grupo en el año 2023. Para mantener altos niveles de seguridad en el proceso de abastecimiento de mercaderías, el departamento de logística de SMU cuenta con un programa enfocado en proveedores de alto volumen, incluyendo proveedores críticos. Este programa contempla seguimiento y visibilidad de la cadena de suministro; gestión de inventarios; anticipación de procesos que afecten la cadena de abastecimiento; diseño de planes de eficiencias; y seguimiento y gestión de indicadores, entre otros.

En el caso de los proveedores no retail, se define como proveedor crítico a todos aquellos proveedores que entregan productos o servicios necesarios para la operación de la empresa y sin los cuales se interrumpe la continuidad de algún proceso relevante para SMU, afectando locales, centros de distribución u oficina central. Existen varios requisitos en relación con estos proveedores, tales como contar con un plan de continuidad de servicio; incluir en los contratos cláusulas de confidencialidad, auditabilidad y niveles de servicio; y contar con documentación que sustente la evaluación de la solidez financiera del proveedor. En 2023, la Compañía clasificó a seis proveedores no retail como críticos, los cuales representan un 1% del total de las compras.

8.1.1

EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Para definir si se inicia o mantiene una relación contractual o comercial, SMU evalúa a los proveedores actuales y potenciales en función de criterios que dependen de la naturaleza del producto o servicio a contratar. Adicionalmente, la Compañía considera ciertos criterios relacionado con el impacto ESG del sector específico del proveedor, por ejemplo en el caso de los contratistas.

Los criterios evaluados pueden incluir, entre otros, factores relacionados con el sistema de control interno del proveedor, eficiencia energética, cumplimiento de normativa laboral, anticorrupción, inclusión social y agricultura sostenible. A modo de ejemplo, SMU trabaja con una empresa externa que realiza evaluaciones documentales de ciertos proveedores no retail. Asimismo, todos los proveedores nacionales deben pasar un filtro externo de anticorrupción para ser incorporados. En el caso de que un proveedor no cumple con los requisitos mínimos aplicables, incluyendo los requisitos de sostenibilidad, se puede poner término a la relación contractual.

Asimismo, se revisa si existen conflictos de interés con potenciales proveedores antes de iniciar la relación contractual o comercial, información que debe ser actualizada por los proveedores cada dos años y/o cuando sobrevengán situaciones nuevas que deban ser declaradas para mantener la relación.

Proveedores evaluados bajo criterios de sostenibilidad

	Evaluación último año ¹⁵			Evaluado últimos tres años ¹⁶	
	N° Proveedores	% Compras 2023 ¹⁷	% Proveedores Nuevos Incorporados ¹⁸	N° Proveedores	% Compras 2023
Proveedores Nacionales	679	36%	68%	1.931	84%
Proveedores Internacionales	69	3%	4%	112	4%
Total	748	39%	72%	2.043	88%

¹⁵ Considera proveedores con compras en el año 2023 que fueron evaluados durante el último año.

¹⁶ Considera proveedores con compras en el año 2023 que fueron evaluados por lo menos una vez entre 2021-2023.

¹⁷ Cabe señalar que existen proveedores a quienes la Compañía compra múltiples tipos de producto o servicio, algunos de los cuales pueden contar con una evaluación bajo criterios de sostenibilidad pero no necesariamente todos (por ejemplo, la certificación orgánica es específica al nivel de producto, no al nivel del proveedor). No es factible realizar el análisis a nivel de proveedor-producto, por lo que al identificar que el proveedor se evaluó por al menos un criterio de sostenibilidad, se incluyen todas las compras, aunque correspondan a otras categorías de productos o servicios sin evaluación bajo criterios de sostenibilidad.

¹⁸ Considera el monto de compras de proveedores nuevos evaluados bajo criterios de sostenibilidad como porcentaje del monto de compras de todos los proveedores nuevos incorporados en 2023.

8.1.1.1

PROVEEDORES RETAIL

Con respecto a los proveedores retail, SMU cuenta con una metodología de evaluación que considera tanto a proveedores existentes como a proveedores nuevos. La Compañía clasifica a sus proveedores retail según el riesgo de los productos elaborados y determina si cuentan con certificaciones (por ejemplo, de IFS Food, HACCP, SQF, entre otras). A partir de esta información, genera una matriz que define las acciones a seguir en cada caso: por ejemplo, solicitar respaldo de la certificación, auditar, controlar, etc. También aplican criterios específicos a nivel de determinados productos. Por ejemplo, proveedores de productos orgánicos deben contar con la certificación correspondiente. SMU también puede realizar auditorías a las instalaciones de los proveedores, con el objeto de verificar el cumplimiento de estándares de calidad exigidos por la regulación vigente y la normativa interna. A su vez, la Compañía puede exigir a sus proveedores realizar auditorías externas con el objeto de verificar el cumplimiento de la normativa y estándares de calidad, en aquellos casos en que existan deficiencias relevantes denunciadas por terceros o por personal de la Compañía, o algún motivo fundado para ello.

SMU exige que sus proveedores de marcas propias y marcas controladas cuenten con certificaciones bajo los estándares de la Iniciativa Global de Inocuidad Alimentaria, en el caso de proveedores de alimentos, o bajo estándares de gestión de calidad ISO 9000 o equivalentes para proveedores de productos non-food. De no contar con estas certificaciones, se deben someter a auditorías de inclusión de calidad que establecen niveles mínimos de cumplimiento. Adicionalmente, se considera la reciclabilidad de los materiales de envase, para cumplir con el acuerdo de producción limpia. Los criterios para productos específicos también aplican para productos de marcas propias. Por ejemplo, en el caso de los proveedores de huevos de gallina libre marca propia, deben contar con certificación de bienestar animal (Certified Humane).

El área técnica de marcas propias también cuenta con proveedores de servicios para su proceso de desarrollo y calidad, dentro de los cuales se cuenta con laboratorios certificados, asesores especialistas en reglamento sanitario de los alimentos y en materias de ISP, empresas de casas certificadoras para la realización de auditorías, inspecciones pre-embarque y mantenimiento de la certificación ISO 9001:2015 con que cuenta el proceso de desarrollo.

Para promover la sostenibilidad de los productos que ofrece en sus diferentes formatos, SMU se encuentra llevando a cabo un levantamiento con sus proveedores para aumentar la visibilidad acerca de buenas prácticas, por ejemplo, relacionadas con auditorías sociales o bienestar animal, entre otras, para que esta información pueda ser considerada en los procesos de compra en el futuro. La Compañía ha recopilado certificaciones en diversas materias de sostenibilidad. Esta información puede ser incorporada en los procesos de evaluación y selección en el futuro.

8.1.1.2

PROVEEDORES NO RETAIL

De acuerdo al Procedimiento de Evaluación y Adjudicación de Proveedores No Retail, los proveedores que participan en procesos de licitación, proveedores afectos a la ley 20.123 (que regula trabajo en régimen de subcontratación, el funcionamiento de las empresas de servicios transitorios y el contrato de trabajo de servicios transitorios), y otros proveedores que a solicitud de la Compañía requieran ser evaluados previa adjudicación, deben ser evaluados anualmente por una empresa externa que revise antecedentes legales, financieros, laborales y de cumplimiento de la ley de inclusión en Chile. Asimismo, en el caso de proveedores nacionales, antes de su adjudicación, se debe verificar que el proveedor no se encuentre vinculado de alguna manera con los delitos sancionados por la Ley 20.393 (cohecho a funcionario público nacional y extranjero, lavado de activos, financiamiento del terrorismo, receptación, corrupción entre particulares, administración desleal, negociación incompatible, apropiación indebida, contaminación de las aguas, entre otros) u otros delitos.

Con respecto a los proveedores no retail definidos como críticos, de acuerdo a la Política Corporativa de Compras No Retail, una vez al año se debe evaluar el control interno del proveedor a través de un reporte emitido por una empresa auditora independiente.

Contratistas

Con respecto a las empresas contratistas, empresas subcontratistas y empresas de servicios transitorios, de acuerdo al Procedimiento de Certificación Laboral y Previsional, para iniciar y mantener su relación contractual con SMU, se realiza, a través de una empresa certificadora autorizada por el Instituto Nacional de Normalización, un proceso de certificación de cumplimiento de las obligaciones laborales y previsionales, en forma mensual. Este proceso se aplica al 100% de las empresas contratistas recurrentes con personal en las dependencias de la Compañía. Estos proveedores facultan a SMU para, en caso de incumplimiento, poder ejercer las acciones destinadas a dar cumplimiento a dichas obligaciones de cara a las personas que se desempeñan en calidad de trabajador(a) contratista o de Servicios Transitorios.

Durante 2023, SMU Chile trabajó con 216 empresas contratistas, de las cuales un 96,8% cumplieron con el 100% de sus certificaciones mensuales. Con respecto a los restantes 3,2%, esto se debe a retrasos frente a observaciones realizadas en virtud de las nuevas exigencias en materia de certificación incorporadas con la llegada del nuevo proveedor de certificación que ingreso a partir del segundo semestre de 2023. Respecto a estas empresas que están con observaciones, la Compañía generó las retenciones y planes de acción para regularizar la situación detectada. Sin embargo, una empresa no logro dar respuesta en tiempo y forma, lo que derivó en un proceso de término a sus servicios.

8.1.1.3**MONITOREO DE PROVEEDORES SIGNIFICATIVOS**

A continuación se detallan las evaluaciones realizadas a proveedores significativos, definidos como aquellos identificados como críticos o que tengan alto riesgo ESG por no cumplir algún estándar.

Proveedores significativos

	2023
Número total proveedores Tier-1 ¹⁹	3.279
Número total proveedores significativos Tier-1	32
Número total proveedores significativos no Tier-1	0
Número total proveedores significativos (Tier-1 y no Tier-1)	32

Evaluación de proveedores significativos

	2023	Meta 2023
Número total proveedores significativos evaluados documentalmente o en terreno	29	
% proveedores significativos evaluados	91%	
Número proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales o reales	7	
% proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales o reales con un plan de acción acordado	100%	100%
Número proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales cuyo contrato fue terminado en el año	1	

¹⁹ Proveedores Tier-1 son aquellos que venden productos o servicios directamente a la Compañía. Proveedores no Tier-1 son aquellos que venden productos o servicios a los proveedores Tier-1 de la Compañía.

Planes de acción correctivos

SMU apoya a sus proveedores a través de la implementación de planes de acción correctivos. En 2023, la Compañía identificó a siete proveedores contratistas como de alto riesgo ESG, dado que no contaban con su certificación laboral al día. SMU apoyó a los siete proveedores para que consiguieran la certificación laboral, a través de planes de acción correctivos.

Planes de acción correctivos para proveedores significativos

	2023	Meta 2023
Número total proveedores significativos apoyados con implementación de plan de acción correctivo	7	100%
% proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales o reales con un plan de acción acordado	100%	

8.1.1.4

DESARROLLO DE CAPACIDADES DE PROVEEDORES

SMU busca apoyar a sus proveedores en el desarrollo de capacidades que permitan mejorar sus prácticas y desempeño en materia ambiental, social y de gobernanza. Durante 2023, la Compañía realizó capacitaciones a contratistas en materias como prevención de delitos económicos, prevención de riesgos, prevención de violencia intrafamiliar, en las cuales participaron 270 proveedores, incluyendo cuatro proveedores significativos (un 12,5% de los proveedores significativos). Adicionalmente, como parte de su foco en el desarrollo de pequeños y medianos proveedores, la Compañía realizó capacitaciones en materias como buenas prácticas agrícolas y sostenibilidad empresarial, tal como se detalla en la sección 8.2.2.1.

8.1.2

PRÁCTICAS DE AGRICULTURA SOSTENIBLES

En los últimos años, SMU ha realizado un levantamiento de las certificaciones con las que cuentan sus proveedores retail, con el objetivo de tener mayor visibilidad de la sostenibilidad de su cadena de abastecimiento en el tiempo. Los proveedores han proporcionado las certificaciones para las categorías de productos indicadas en las tablas a continuación, y la Compañía continúa solicitando información al resto de sus proveedores.

Certificaciones de productos agrícolas

Cultivo	Certificación	Cobertura (% productos certificados sobre total productos comprados en la categoría)
Cacao	Rainforest Alliance incl. UTZ; Carbon Neutral Company; ZNU-Standard Sustainable Management; ZNU-Standard; Driving Sustainable Change	3%

Certificaciones de productos animales

Cultivo	Certificación	Cobertura (% productos certificados sobre total productos comprados en la categoría)
Acuicultura	Aquaculture Stewardship Council (ASC); Friends of the Sea (FOS); Non GMO; Safe Quality Food; Carrefour Corporate Program; SalmonChile (SIGES); Scottish Salmon Producers' Organization Code of Good Practice; Bio Suisse; BioGro New Zealand; Soil Association; China GAP; ASC Chain of Custody; Best Aquaculture Practices (BAP); Global G.A.P	37%
Ganaderos (excluye lácteos)	NAMI Animal Handling Guidelines	13%
Porcinos	Global Animal Partnership (G.A.P.); Certified Humane; Animal Welfare Approved; National Pork Board; APIQ (Australia); AAWCS (Australia)	84%
Avícolas	Global Animal Partnership (G.A.P.); Certified Humane; Animal Welfare Approved; Freedom food; RSPCA Assured National Chicken Council; National Turkey Federation; United Egg Producers; AAWCS (Australia); European Chicken Commitment standards; Label Rouge; Red Tractor (UK)	84%
Huevos de gallinas felices	Certified Humane	4%

8.2 DESARROLLO DE PROVEEDORES LOCALES

8.2.1

PROVEEDORES LOCALES

Como empresa con un fuerte sentido regional, SMU busca enriquecer su oferta con productos de origen local, que den cuenta de las zonas en las que opera, y que por sobre todo permitan el desarrollo de proveedores pequeños y medianos.

Con respecto a las operaciones de SMU en Chile, el 92% de sus compras corresponden a proveedores nacionales. Cabe señalar además que el 80% de las compras a proveedores nacionales corresponden a proveedores de Santiago, mientras que el 20% corresponde a proveedores de otras regiones del país.

8.2.2

PROGRAMA 100% NUESTRO

El programa “100% Nuestro” es una iniciativa pionera en la industria del retail liderada por Supermercados Unimarc. Nace en 2012 con un profundo sentido social y desarrollo de la economía local, siendo la región de Aysén la primera en participar de este programa.

Se trata de una iniciativa de valor compartido, mediante la cual se busca por una parte enriquecer el surtido de productos de Unimarc, con una oferta regional atractiva que contribuya a una mejor experiencia de clientes y, a la vez, potenciar y ayudar directamente a los pequeños productores (MIPYMES), buscando darles escalabilidad, con proveedores locales provenientes de cada una de las regiones de Chile. Al cierre de 2023, el programa 100% Nuestro cuenta con 179 proveedores activos, de los cuales 23,5% son de la Región Metropolitana y 76,5% son de otras regiones de Chile.

Frutas y verduras representan un 34% de la compra de productos 100% Nuestro

Este programa integra a nuevos proveedores que en muchas ocasiones no tienen acceso al retail, comercializando por primera vez con alguna supermercadista. Entre los beneficios ellos cuentan con atención de ejecutivos especializados exclusivos, con indicadores que no sólo consideran ventas, sino que involucran otros factores de desarrollo socioeconómico y ambiental. Adicionalmente tienen condiciones comerciales preferentes, acceso a canal de venta masivo, capacitaciones, mentorías especializadas, espacio destacado en las góndolas de la cadena, así como promoción en redes sociales y prensa.

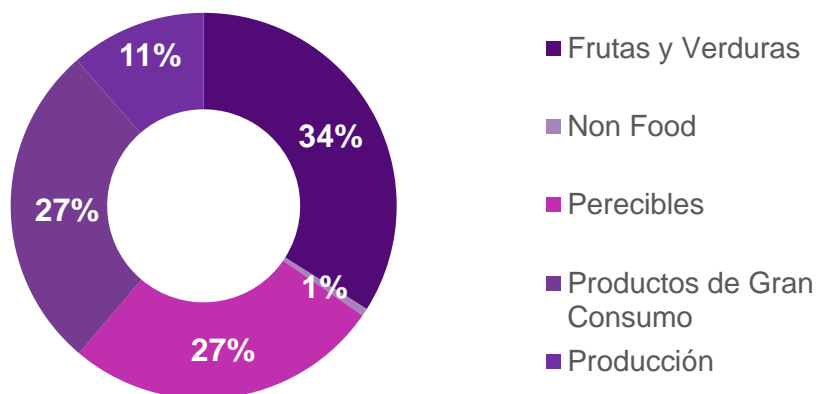
El programa se ha desarrollado a tal punto de estar en todas las principales categorías de Unimarc, con un surtido transversal, diferenciador y sustentable.

Proveedores 100% Nuestro por Línea de Negocio

Negocio	N° Proveedores	% Proveedores
Frutas y verduras	52	29,1%
Non-food	4	2,2%
Percibiles	36	20,1%
Productos de gran consumo	67	37,4%
Producción	20	11,2%
Total	179	100,0%

Del total de compras realizadas a los proveedores del programa, la principal participación corresponde a la línea de negocios de frutas y verduras, seguido por productos de gran consumo, como productos naturales, jugos y néctares de larga vida, coctel y snack, entre otros.

Compras 100% Nuestro Unimarc 2023



El programa busca identificar y capturar oportunidades de incorporación al surtido de Unimarc a micro, pequeñas y medianas empresas, ofreciendo así una compra con sentido local a los clientes. Además, de potenciar la formación y desarrollo de los actuales

proveedores promoviendo su crecimiento y mejora de su rendimiento comercial en el mercado. Así como también se evalúan sus prácticas sostenibles en materia social, ambiental y económica. Para lo anterior, se miden algunos indicadores como: empresas lideradas por mujeres, inclusión de personas con discapacidad y/o adultos mayores, productos elaborados en base a productos reciclados y/o recuperación de alimentos. Por ejemplo, el 39,7% de las MIPYMES del programa son lideradas por mujeres.



Programa 100% Nuestro

Los productos del programa 100% Nuestro se comercializan en el total de las tiendas de Unimarc. Durante 2023, para dar más visibilidad a los productos de los emprendedores locales en las góndolas de los supermercados, se implementaron espacios exclusivos para proveedores del programa en el 43,7% de las salas de ventas de Unimarc, donde se busca potenciar, destacar e impulsar la compra con sentido por parte de nuestros clientes. Para seguir avanzando en esta iniciativa, la Compañía se ha comprometido a que cada nueva apertura de local cuente con este espacio asignado.

Adicionalmente, en 2023 se implementó la nueva imagen gráfica del programa con el objetivo de contribuir a posicionar los productos dentro de la sala de ventas

Evaluación de clientes y proveedores

La Compañía lleva a cabo encuestas y estudios de sus clientes y de los proveedores del programa para conocer su efectividad y el aporte que tiene a los diferentes emprendedores y emprendedoras, y además para identificar oportunidades de mejora. La Encuesta de Conocimiento del Programa por parte de Clientes (NPS) realizada en marzo de 2023 alcanzó un 73,9%, destacando la calidad de los productos, la integración de productos regionales y apoyo a mercado local. Como oportunidad de mejora se identificó la visibilidad del programa, por lo que en 2023 se comenzó a trabajar con iniciativas tales como nueva imagen de marca y habilitación de espacios exclusivos en góndola.

Por otra parte, los atributos más destacados por los proveedores son el acompañamiento, dedicación e interés por parte de la Compañía en el crecimiento de las empresas, y la cercanía que sienten en los distintos puntos de contacto con colaboradores. Otro punto a destacar es el crecimiento que han logrado gracias a la exposición en salas de Unimarc y su mejor posicionamiento en el mercado.

8.2.2.1

Desarrollo de Proveedores

Alianza INDAP

El Programa 100% Nuestro comenzó como una oportunidad para incorporar a emprendedores de frutas y verduras de la XI Región, mediante un convenio estratégico de colaboración público privado con INDAP. De esta manera, se respondió a una necesidad de contar con productos locales, frescos y propios de la zona, incluyendo a proveedores a los que hubiera sido imposible acceder a un canal de ventas masivo, en una lógica de valor compartido entre clientes, proveedores y la supermercadista, con beneficios mutuos para todas las partes.

Actualmente se mantiene vigente la alianza con INDAP a través del Programa de Encadenamiento Productivo Hortofrutícola, que busca promover el desarrollo de pequeños agricultores y optimizar sus procesos productivos, así como incorporarlos a canales de comercialización y condiciones especiales de la supermercadista. Al 31 de diciembre de 2023, 30 MIPYMES son parte de esta iniciativa.

Para la promoción del desarrollo agrícola, los agricultores que forman parte del convenio participan cada año de instancias de aprendizaje respecto a buenas prácticas agrícolas. Asimismo, SMU se compromete con programas de auditorías, con los cuales se busca el desarrollo y mejora continua de los agricultores, así como resguardar la calidad e inocuidad alimentaria de los clientes finales. Los puntos evaluados son: infraestructura física, equipos y utensilios, higiene personal, almacenamiento, limpieza y sanitización, manejo integrado de plagas, trazabilidad, aseguramiento de calidad e inocuidad. A partir de los resultados de la evaluación, se generan planes continuos de trabajo junto a INDAP para abordar las brechas detectadas.

Sello Mi compromiso PYME

SMU fue una de las empresas convocadas para recibir el Sello Mi Compromiso PYME, programa liderado por la ONG Unión Emprendedora y Ernst & Young (EY).

Este sello busca potenciar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas del país, a través del aumento de las compras locales y/o acciones de desarrollo para las MiPymes nacionales. Cada compañía, a través de un proceso de evaluación de la mano de E&Y, realiza un diagnóstico de su situación actual, y de la oportunidad que busca abordar para contribuir a alcanzar el objetivo de potenciar el crecimiento de las MiPymes. Luego de esto, cada compañía genera un plan de trabajo con objetivos y metas concretas, cuyo cumplimiento será revisado anualmente por parte de E&Y.

SMU fue convocado a participar de esta iniciativa, por los más de 10 años impulsando el desarrollo de las MiPymes locales a través del Programa 100% Nuestro, ejecutándose en 2023 una etapa de diagnóstico, continuando con la definición de un plan de acción, cuyas primeras etapas comenzaron a concretarse en noviembre del último año.

Capacitación a proveedores

Como parte de la mirada de desarrollo de un proveedor 100% Nuestro, la entrega de conocimientos y herramientas es pieza fundamental para impactar de forma positiva su negocio, y hacer que su crecimiento sea orgánico. En 2023 se ejecutaron diferentes instancias de formación, considerando charlas, talleres y mentorías, que son reflejo del compromiso de la Compañía en esta materia.

Programas de Capacitación a Proveedores 100% Nuestro en 2023

Iniciativa	Materias Abordadas	N° de proveedores asistentes
En el marco del Convenio con INDAP, se realizaron 3 charlas y 2 talleres especializados en Buenas Prácticas Agrícola.	<ul style="list-style-type: none"> Inocuidad en los productos agrícolas Manejo integrado de plagas Eficiencia energética Gestión del agua Higiene personal Elementos de protección personal 	35 agricultores
Ciclo de Charlas de Sostenibilidad Empresarial, en conjunto con la Academia de Sostenibilidad de Acción Empresas	<ul style="list-style-type: none"> Ética empresarial Derechos humanos y empresa Gestión ambiental Futuro colaborativo Desarrollo de PYMEs en Chile Ley REP 	33 emprendedores
Programa de mentorías, en alianza con la Corporación Simón de Cirene	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico Definición de objetivos y plan de acción Seguimiento Herramientas como canvas, FODA, reuniones con expertos y asesorías 	27 emprendedores

8.2.2.2

Premios y Reconocimientos

Durante 2023, el programa 100% Nuestro recibió los siguientes premios y reconocimientos:

- **Premios Eikon a la Excelencia en la Comunicación Institucional:** Otorgado por Ediciones GAF con el apoyo académico de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica. Primer lugar Oro; la categoría Sustentabilidad de Proveedores con la campaña comunicacional (PR) de los 10 años del programa.
- **Premios CONECTA Impulsando la Agenda 2030:** Otorgado por Pacto Global en la categoría Alianzas

8.3 PAGOS A PROVEEDORES

SMU lleva a cabo sus procesos de pago en base a las Normas Generales de Aproveccionamiento de Mercaderías, el Manual de Proveedores No Retail, el Procedimiento de Proveedores Pequeños, el Procedimiento de Gestión de Pagos y el Procedimiento de Registro de Excepción, normas ancladas en la relación contractual y en la normativa legal vigente. No se distingue entre proveedores críticos y no críticos, sino entre proveedores pequeños y grandes.

Todos los proveedores pequeños se pagan en un plazo máximo de 30 días. En el caso de proveedores de mayor tamaño que no tengan un contrato con SMU que establezca un plazo distinto, el plazo de pago también es de 30 días. Los otros proveedores de mayor tamaño se pagan en el plazo acordado contractualmente entre las partes.

Para asegurar el cumplimiento de estas normas, la Compañía cuenta con un equipo de programación que vela por el correcto tratamiento. Este equipo realiza revisiones periódicas en las que se detecta la clasificación de los proveedores, resguardando que aquellos pequeños estén clasificados como tal. La Compañía no define metas de plazos de pago a proveedores distintos a los plazos establecidos en las políticas mencionadas anteriormente. Durante los años 2023 y 2022, la Compañía no pagó intereses por mora en el pago de facturas.

Al 31 de diciembre de 2023, SMU cuenta con 15 acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía de Chile. En este registro se inscriben acuerdos que establezcan un plazo de pago mayor al que señala la ley, respecto a proveedores nacionales de mayor tamaño.²⁰

²⁰ El Registro no permite la inscripción de acuerdos firmados hace más de cinco días, y la mayoría de los contratos entre SMU y sus proveedores fueron firmados antes de la entrada en vigencia del registro. La Compañía se encuentra en proceso de firmar anexos de contrato que permitan inscribir los acuerdos en el Registro, pero cabe señalar que el pago a proveedores se realiza de conformidad con las condiciones definidas de común acuerdo en los respectivos contratos comerciales.

Pagos a Proveedores Año 2023

	Hasta 30 días calendario*	31-60 días calendario	Más de 60 días calendario	Total
N° Facturas (Proveedores Nacionales)	444.101	2.097.730	747.531	3.289.362
SMU Chile	404.968	2.042.950	741.245	3.189.163
SMU Perú	39.133	54.780	6.286	100.199
N° Facturas (Proveedores Internacionales)	675	1.265	564	2.504
SMU Chile	644	1.223	528	2.395
SMU Perú	31	42	36	109
Monto Facturas (Proveedores Nacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	540.824	1.756.592	576.177	2.873.593
SMU Chile	517.882	1.711.642	569.121	2.798.644
SMU Perú	22.942	44.950	7.056	74.949
Monto Facturas (Proveedores Internacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	39.044	82.804	22.816	144.663
SMU Chile	38.977	82.702	22.287	143.966
SMU Perú	66	102	529	697
N° Proveedores Nacionales	2.513	1.164	421	2.975
SMU Chile	2.243	888	368	2.376
SMU Perú	270	276	53	599
N° Proveedores Internacionales	89	97	108	164
SMU Chile	85	94	106	155
SMU Perú	4	3	2	9

Pagos a Proveedores Año 2022

	Hasta 30 días calendario*	31-60 días calendario	Más de 60 días calendario	Total
N° Facturas (Proveedores Nacionales)	465.626	2.240.599	838.020	3.544.245
SMU Chile	430.056	2.187.882	830.401	3.448.339
SMU Perú	35.570	52.717	7.619	95.906
N° Facturas (Proveedores Internacionales)	461	1.215	1.040	2.716
SMU Chile	444	1.184	1.010	2.638
SMU Perú	17	31	30	78
Monto Facturas (Proveedores Nacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	628.488	1.717.589	596.395	2.942.472
SMU Chile	606.204	1.672.671	585.774	2.864.649
SMU Perú	22.284	44.918	10.621	77.823
Monto Facturas (Proveedores Internacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	26.729	99.290	45.908	171.926
SMU Chile	26.705	99.252	45.683	171.640
SMU Perú	24	38	224	286
N° Proveedores Nacionales	2.841	1.192	478	3.279
SMU Chile	2.594	914	429	2.705
SMU Perú	247	278	49	574
N° Proveedores Internacionales	78	108	130	179
SMU Chile	75	106	128	172
SMU Perú	3	2	2	7

* En cumplimiento de las disposiciones legales en Chile, todos los proveedores pequeños se pagan en un plazo máximo de 30 días.

Compras a Proveedores²¹

	N° Proveedores		Proporción Compra (%)		Monto Compra (CLP MMM; sin IVA)	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Proveedores Nacionales	2.647	2.804	94%	93%	2.407	2.385
Proveedores Internacionales	155	169	6%	7%	145	170
Total	2.802	2.877	100%	100%	2.552	2.555

Compras a Proveedores Nacionales

	N° Proveedores		Proporción Compra (%)		Monto Compra (CLP MMM; sin IVA)	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Proveedores de Santiago	1.801	1.965	80%	81%	1.932	1.928
Proveedores de Regiones	846	839	20%	19%	474	457
Total	2.647	2.804	100%	100%	2.407	2.385

²¹ Corresponde a operaciones en Chile. Existen diferencias menores en el número de proveedores con compra y el número de proveedores pagados debido a diferencias en fechas de ordenes de compra y fechas de facturación.




9

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

SMU ha buscado ser un socio estratégico en las comunidades en las cuales se encuentra presente, **enfocando sus esfuerzos en generar valor compartido, desarrollando una gestión comunitaria cercana y que forma parte del quehacer de cada**

local. A través de la gestión diaria, así como de las iniciativas y proyectos que impulsa, busca generar un impacto social positivo y contribuir al desarrollo de las localidades de las cuales forma parte. Asimismo, aprovechando su amplia presencia en el territorio chileno, y su origen regional, la gestión sostenible de su proyecto de negocios le ha permitido seguir promoviendo la inclusión de personas con discapacidad dentro y fuera de la empresa.

Avances: Compromiso con la Sociedad

TEMAS	AVANCES 2023	ODS
Desarrollo regional	Implementación proyecto Sanamente: incentiva la alimentación consciente.	 
Ser buen vecino	Campaña Unidos 2023: apoyo a dos fundaciones.	
RSE y aportes sociales	Campaña Teletón 2023: aporte de \$1.386 millones.	
	Fondo de Vinculación Comunitaria “Tu Idea, Nuestro Barrio”: beneficia a tres organizaciones sociales.	Contribuye a metas: 2.1 10.2 17.17
	Fondo Descúbreme 2023: recaudación en caja financia 10 proyectos sociales para desarrollo de personas con discapacidad cognitiva (269 beneficiarios directos).	



9.1 RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

La gestión sostenible del negocio implica reconocer la importancia de conocer y establecer una vinculación con la comunidad, permitiendo a SMU comprender mejor las necesidades, preocupaciones y expectativas de su entorno y promoviendo una relación mutuamente beneficiosa. Gracias al origen regional de la Compañía, su compromiso con las más de 160 comunas donde opera forma parte de su ADN.

SMU busca ser un Buen Vecino, consistente con su Código de Ética y Conducta de Negocios, así como en su Política Corporativa de Sostenibilidad y su Declaración de Buen Vecino. Los ejes que empujan este trabajo son el fortalecimiento del vínculo con las comunidades, la generación de empleos de calidad, las oportunidades de desarrollo para proveedores locales y el apoyo a organizaciones de la zona.

9.1.1 PROGRAMA BUEN VECINO

Durante los últimos años, SMU ha fortalecido su gestión comunitaria a través del programa “Buen Vecino”, cuyo propósito es establecer relaciones de confianza y colaboración con los vecinos de los barrios en los que se opera.

La Compañía cuenta con una metodología para la identificación de los actores claves de la comunidad y caracterización del entorno inmediato, permitiendo desarrollar planes de relacionamiento comunitarios específicos para los locales en operación.

La gestión comunitaria forma parte de las actividades cotidianas de la operación. Por ejemplo, las tareas vinculadas a aspectos comunitarios están incorporadas en la agenda y gestión regular de las jefaturas de tiendas. Por el lado del desarrollo de nuevos proyectos y remodelaciones de locales, se realizan diagnósticos del entorno y levantamiento de sus grupos de interés, de tal forma de desplegar un relacionamiento temprano en cada lugar.

Todo lo anterior ha permitido avanzar en el fortalecimiento de una cultura organizacional donde el ser Buen Vecino es reflejo del sello cultural CERCA.



saná mente



9.1.2 PROGRAMA SANAMENTE

Como empresa supermercadista con foco especial en la venta de alimentos, SMU tiene la oportunidad de generar un impacto positivo en las comunidades de las que forma parte, al fomentar el consumo responsable y una alimentación saludable. Considerando además que Chile es un país fuertemente marcado por altos índices de obesidad infantil, donde el 58,3%²² de la comunidad escolar presenta malnutrición por exceso, en 2023 se implementó el proyecto “Sanamente”, que busca potenciar e incentivar la alimentación consciente y variada en estudiantes de quinto básico. En su primera experiencia, el programa alcanzó a tres colegios de la Región Metropolitana, ubicados en las comunas de Lo Espejo, La Pintana y Renca.

Este proyecto se trabajó de manera integral, involucrando a 70 docentes y apoderados y 114 estudiantes, adecuando los contenidos y la forma de trabajar con cada uno, con actividades incluyendo talleres y juegos relacionados con la alimentación, grupos alimentarios, porciones y nutrientes críticos, entre otros aspectos.

Además, en cada colegio se realizó una clase de cocina, guiada por un especialista, a los estudiantes de una receta que incluía ingredientes naturales. Asimismo, se desarrolló una Guía de Alimentación Consciente y Variada que entrega recomendaciones de minutas, recetas y tips prácticos para la alimentación de la familia.

²² Fuente: JUNAEB. Mapa Nutricional 2021. https://www.junaeb.cl/wp-content/uploads/2022/10/INFORME-MAPA-NUTRICIONAL-2021_FINAL.pdf

9.1.3 FONDO DE VINCULACIÓN COMUNITARIA

Durante el 2023, con el objetivo de fomentar la creación de vínculos con la comunidad, el formato Alvi creó un fondo concursable que buscó potenciar iniciativas vecinales que se encuentren alineadas a los objetivos y valores de la Compañía. Este fondo, denominado “Tu idea; nuestro barrio”, da a los vecinos y vecinas la oportunidad de obtener financiamiento para proyectos que beneficien, sirvan y/o guíen el desarrollo y crecimiento al interior de sus propios barrios.

Los proyectos que postularon debían tener como objetivo el desarrollo de su barrio en alguno de los siguientes ejes: (1) Salud y bienestar; (2) Inclusión y diversidad; (3) Cuidado del medio ambiente; (4) Innovación y desarrollo. Los fondos fueron adjudicados a organizaciones sin fines de lucro.

Proyectos adjudicados del Fondo de Vinculación Comunitaria “Tu Idea, Nuestro barrio”

Organización	Proyecto
Junta Vecinal Villa El Pangué	Compra de instrumentos y talleres de música para niños, niñas y jóvenes, enfocado en desarrollar habilidades que pueden servir para su integración social y desarrollo personal.
Junta Vecinal Conjunto El Corregidor I	Compra de insumo de bingo como instancia para la integración de la comunidad.
Fundación Yo Elijo Vivir Contigo	Talleres de apoyo psicológico y terapéutico adulto mayor

9.2 TRABAJO COLABORATIVO CON ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

La colaboración forma parte del sello cultural CERCA, y desde ahí SMU actúa con la convicción de que se obtienen mejores resultados al complementar sus esfuerzos y experticia con la generación de alianzas con instituciones que le permitan llegar a más personas y grupos de interés. De esta manera, a lo largo de su historia ha suscrito y fortalecido su vínculo con varias organizaciones que son referentes a nivel nacional.

Las acciones que impulsa y desarrolla a través de estas alianzas con organizaciones especializadas están estrechamente vinculadas al compromiso de SMU con la diversidad e inclusión, así como también con el objetivo hambre cero en la población. Las modalidades de colaboración incluyen voluntariados, auspicios sociales, recaudación de aportes de clientes en caja, y donaciones de mercaderías, GiftCards y/o dinero, entre otras.

9.2.1 INICIATIVAS VINCULADAS A LA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Teletón

Desde el año 2011 Unimarc es el supermercado oficial de la Teletón, fundación que tiene por objetivo la rehabilitación integral de niños, niñas y jóvenes con discapacidad motora y la promoción de la visibilidad y el respeto de los derechos de las personas en situación de discapacidad.

Durante 2023, Unimarc junto con todas las operaciones de SMU Chile participaron en actividades con clientes y colaboradores en apoyo a la Teletón, complementando el aporte directo de la Compañía. Estas iniciativas incluyeron la campaña GiftCard Teletón, a través de la cual por cada venta SMU donaba el equivalente al 10% a la Teletón.



Adicionalmente, se destacó el compromiso de los trabajadores y trabajadoras, quienes al igual que en años anteriores, se movilizaron realizando múltiples actividades para poder contribuir con esta causa, alcanzando un aporte de \$537 millones.

La contribución total a la Teletón alcanzó los \$1.386 millones, incluyendo el aporte de la Compañía, la campaña GiftCard Teletón y el aporte de los colaboradores.

Jornada por la Rehabilitación de Magallanes

Durante los últimos 14 años, la Compañía ha participado en esta campaña benéfica a través de su filial Unimarc. Su foco es recaudar fondos para el financiamiento anual de las operaciones de los centros de rehabilitación de personas con discapacidad del Club de Leones Cruz del Sur, zona donde Fundación Teletón no cuenta con centros de rehabilitación. Es así como en 2023, SMU entregó un aporte de \$63 millones, complementado con \$10.810.220 provenientes de aportes de clientes a través de la recaudación en caja en tiendas Unimarc de la región.

Coyhaique Rehabilita

SMU apoya también al Centro de Rehabilitación Coyhaique Rehabilita en la región de Aysén, recaudando aportes de sus clientes en sus tiendas Unimarc de la región. Este centro tiene como misión rehabilitar integralmente a niños y adultos con algún tipo de discapacidad, atendiendo a más de 400 personas de diversas localidades cercanas. El monto de las recaudaciones en caja entregado por SMU en 2023 alcanzó \$6.546.460.

Special Olympics

Special Olympics es una ONG que trabaja por la inclusión de personas con discapacidad intelectual en la sociedad a través de programas de deporte, salud, educación y liderazgo. En 2023, Chile participó con una delegación histórica con paridad de género y unificada de 60 personas, y SMU colaboró con \$20 millones para apoyar a estos deportistas.

Feria mujeres emprendedoras SERNAMEG

Desde el año 2022, SMU cuenta con una alianza con el área Mujer y Trabajo del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género, a través de la cual realiza ferias de emprendimiento femenino. Durante 2023, se concretaron cinco ferias—en la oficina central y centro de distribución Lo Aguirre—con el objetivo de fortalecer la autonomía económica de las mujeres, promoviendo la generación de ingresos. Las ferias permiten dar más visibilidad a los productos de las 43 emprendedoras que participaron, potenciando así el crecimiento, viabilidad y sostenibilidad de sus negocios.

Fundación Las Rosas

Durante 2023, continuó el trabajo conjunto de SMU con Fundación Las Rosas, la principal organización orientada al trabajo con adultos mayores en Chile, con 28 centros a lo largo del país. En esta línea se articularon dos instancias de voluntariado corporativo, que consistieron en la celebración de fiestas patrias y Navidad, en donde 55 colaboradores compartieron con residentes y funcionarios del hogar de La Florida.

Campaña Unidos

La campaña Unidos es una iniciativa que SMU desarrolla desde el año 2020, con el objetivo de articular una red tripartita de ayuda entre clientes, comunidad y empresa para apoyar a diversas organizaciones sociales. La Compañía contribuye con el equivalente al 10% del total de la venta de GiftCards durante las fechas de la campaña. El monto donado en 2023 alcanzó \$25.069.666, beneficiando a dos organizaciones: Fundación Las Rosas y Corporación de Rehabilitación Club de Leones de Punta Arenas Cruz del Sur, ambas enmarcadas en el Modelo de Diversidad e Inclusión de la Compañía. Esta campaña permitió a Fundación Las Rosas entregar raciones de alimento a 1.377 residentes.



Fondo Descúbreme

SMU cuenta con una alianza con la Fundación Descúbreme desde 2012, con la que desarrolló el Fondo Descúbreme, un fondo concursable financiado por aportes en caja de clientes de todos los formatos de SMU Chile. El Fondo Descúbreme está enfocado en proyectos que apunten a la inclusión de personas con discapacidad cognitiva, y a la fecha ha financiado más de 190 proyectos, beneficiando de manera directa a más de 4 mil personas. En 2023 el monto recaudado alcanzó \$154.816.530.

Proyectos adjudicados del Fondo Descúbreme 2023

Región	Institución	N° Beneficiarios	Proyecto
Metropolitana	Universidad de los Andes	59	Dialectdown: plataforma que promueve la participación social a través de la lectura
Arica y Parinacota	Agrupación SCD Asperger y TGD	21	Capacitación y talleres de Microemprendimiento en Instalación de cámaras de seguridad en jóvenes TEA
O'Higgins	Fundación Ave Fénix	30	Una ventana para el futuro para niños con Trastornos del espectro autista (Tea)
La Araucanía	Escuela Especial F- 839 Tulio Mora Alarcón	22	Lavandería Tulio Mora Alarcón: espacio de aprendizaje y desarrollo para estudiantes con discapacidad
Ñuble	Centro de proyectos estudiantiles Liceo Domingo Ortiz de Rozas	20	Inteligencia Artificial, una herramienta para la inclusión socio-educativa
Metropolitana	ONG Pather Nostrum	29	Taller de alfabetización digital y autodeterminación para personas con discapacidad
Biobío	Centro General de Padres y Apoderados Escuela Diferencial Chile España E-1197	21	Tecnologías adaptativas en mi escuela: Un avance en accesibilidad cognitiva de estudiantes con N.E.M
Biobío	Escuela Especial Los Girasoles	20	SueñosTaller de Sublimación y Papelería MágicaCreativa y Sublimación
Coquimbo	Corporación para la Rehabilitación y la Educación del Discapacitado, Fortezza	27	Conexion para la Rehabilitación
Valparaíso	Corporación Suma 1	205	Cosmética Natural Inclusiva

9.2.2

INICIATIVAS CON FOCO EN ENTREGAR ALIMENTACIÓN A POBLACIÓN VULNERABLE

Corporación Nuestra Casa – Chef por Chile

Desde el año 2021 mediante diferentes actividades, SMU colabora con Corporación Nuestra Casa y Chef por Chile para la entrega de alimentos a personas en situación de vulnerabilidad. La Compañía entrega productos a estas dos organizaciones, las que posteriormente preparan raciones de comida que son entregadas a diferentes comunidades a través de comedores solidarios y agrupaciones sociales. Durante 2023 se entregaron 5.000 raciones de alimentos.

Donaciones en Situación de Emergencia

En 2023 el país se vio afectado por incendios y múltiples eventos meteorológicos, impactando principalmente la zona centro sur. Como parte de su compromiso social, SMU, a través de Desafío Levantemos Chile, contribuyó con canastas de alimentos que tenían por objetivo apoyar en estos momentos difíciles a las familias afectadas. El valor de los productos donados asciende a \$85.729.779.

Donación de Alimentos

La donación de alimentos forma parte del compromiso de SMU con el hambre cero y con el no desperdicio de alimentos, siendo una iniciativa que permite ayudar a personas vulnerables y a la vez cuidar el medio ambiente, reduciendo emisiones generadas por la sobreproducción de alimentos que no se consumirán. Durante 2023, la Compañía trabajó en colaboración con más de 300 organizaciones sociales, disponibilizando productos para ser retirados y entregando a más de 173 mil beneficiarios. Para más información, ver sección 10.1.1 No Desperdicio de Alimentos.

10.

NOS PREOCUPAMOS POR EL **MEDIO AMBIENTE**

El Cuidado del Medioambiente se enmarca en el Código de Ética y Conducta de Negocios, la Política Corporativa de Gestión Ambiental, la Política Corporativa de Sostenibilidad, en el Modelo de Gestión que la acompaña, y en el Plan Estratégico de la Compañía, comprometiéndose desde aquí a identificar los posibles impactos de la operación, avanzar en planes y programas orientados a mitigarlos, profundizando en la gestión de residuos, mitigación del cambio climático, reducción de emisiones, economía circular y medidas de eficiencia en recursos hídricos y energéticos.

TEMAS	AVANCES 2023	ODS
Cuidado del medioambiente	Toneladas de alimentos no desperdiciados aumentan en 11,3% vs. 2022.	 
Gestión de residuos	Consumo de energía de fuentes renovables alcanzó 12,1% en 2023 (3,1% en 2022).	 
	Inicio de proyecto para recirculación de agua en CD Lo Aguirre.	Contribuye a metas:
	Expansión Sistema de Gestión de Energía ISO 50.001.	6.3 12.3
		7.2 12.5
		7.3 13.2
		12.2 13.3
	El 2% de los despachos de CDs a tiendas con camiones eléctricos.	



El cuidado del medioambiente es un elemento esencial para el desarrollo sostenible de SMU, con lineamientos definidos en la Política Corporativa de Gestión Ambiental y en la Declaración de Cuidado y Protección del Medioambiente, contenida en la Política Corporativa de Sostenibilidad. La acción por el clima forma la base de muchas de las iniciativas diseñadas e implementadas en los últimos años, con foco en la eficiencia energética, la gestión de residuos y la cuantificación y reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

En esta materia, durante 2023 la Compañía avanzó en la ejecución de proyectos relevantes, como la implementación de un Sistema de Gestión de Energía en el 100% de las instalaciones operadas por SMU Chile. También aumentó la electromovilidad en su cadena logística, incorporando camiones eléctricos para el 2% de los despachos entre centros de distribución y tiendas, con una meta de alcanzar el 10% al año 2025.

Adicionalmente, para asegurar una correcta ejecución en materias ambientales, así como también para generar una cultura de cuidado del medio ambiente, durante 2023 la Compañía realizó capacitaciones en materias de manejo de residuos y valorización de mermas, entre otras.

10.1 GESTIÓN DE RESIDUOS

SMU tiene un firme compromiso con la gestión responsable de sus residuos, aplicando criterios claves para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones. Continuamente se están explorando soluciones innovadoras para reducir la cantidad de residuos no aprovechados o valorizados, implementando mejoras en los procesos de distribución y venta de productos, así como reduciendo el desperdicio de alimentos.

10.1.1 NO DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Como supermercadista, SMU puede marcar una diferencia significativa en la acción climática, al disminuir el desperdicio de alimentos. La Compañía aborda este desafío a través de sus diferentes áreas, comenzando con la definición de un surtido de productos adecuado según las preferencias de sus clientes. Otro elemento es una correcta planificación de abastecimiento para asegurar que los volúmenes de compra estén alineados con la demanda. De esta forma se busca disminuir los residuos en origen y reducir las emisiones generadas por la sobreproducción de alimentos que no se consumirán.

6.069,2 TONELADAS

RESCATADAS DE ALIMENTOS
POR VENTA DE PRODUCTOS
PRONTO CONSUMO.



DONACIÓN PARA
PERSONAS

641,4Ton

de alimentos y otros
productos donados para
consumo humano

BENEFICIARIOS

334 Fundaciones
173.445 Beneficiarios



DONACIÓN PARA
ANIMALES

95Ton

de alimentos y otros
productos donados para
consumo animal

BENEFICIARIOS

9 Organizaciones

VALORIZACIÓN



94,6Ton

de alimentos utilizados
como materia prima
para la fabricación de
nuevos productos.



NO DESPERDICIO DE ALIMENTOS

6.900 TONELADAS

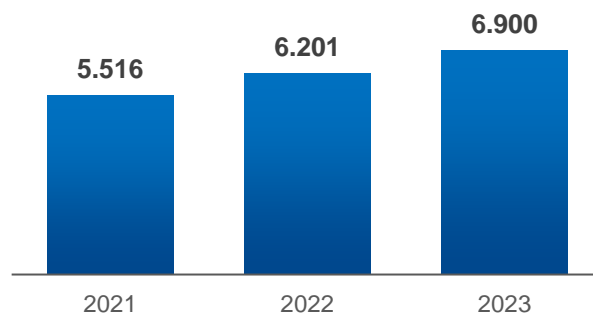
En el paso siguiente se activa la iniciativa “Pronto Consumo”, buscando reducir el desperdicio de alimentos a través de la liquidación de aquellos productos próximos a su fecha de vencimiento, pero que se encuentran en óptimas condiciones para su consumo. Los clientes de la Compañía acceden a éstos a un menor precio, con descuentos de hasta 50%, y al mismo tiempo contribuyen a evitar el desperdicio. Esta es una iniciativa de valor compartido que involucra a SMU, sus clientes y el medioambiente, a través de esta iniciativa se evitó que productos equivalentes a 6.069,2 toneladas hayan sido desechados.

En caso de no lograr la venta de los productos, se activa el proceso para habilitarlos como donaciones, en dónde se disponibilizan productos para que organizaciones sociales puedan retirarlos y hacer uso de estos. También se donan productos no aptos para el consumo humano a zoológicos y organizaciones de cuidado y rescate animal. Finalmente, existen algunas categorías de productos que, aun cuando no se puedan comercializar ni donar pueden ser valorizados siendo utilizados como materia prima para la fabricación de nuevos productos.

Durante los últimos años, SMU ha profundizado su compromiso con el No Desperdicio de alimentos, expandiendo la cobertura de su programa de donación de alimentos para alcanzar el 100% de sus tiendas y centros de distribución en Chile en el año 2022, y en el año 2023, sumó iniciativas nuevas como el compostaje, además de iniciar el proceso de donación en Perú.

Gracias a estas acciones, en 2023, SMU Chile logró evitar que 6.900,2 toneladas de alimentos se transformaran en residuos, un 11,3% mayor al año 2022 y equivalente a 4.325,6 ton CO2e en emisiones que se dejaron de generar.

Toneladas de productos rescatadas por el programa No Desperdicio (SMU Chile)



Considerando solamente los productos donados y transformados, en 2023, se logró evitar el desperdicio de 831 toneladas de productos, equivalente a un 7,3% del volumen total de productos dispuestos a eliminar, un avance respecto al 6,5% evitados en el año 2022.

Resumen Productos Donados y Transformados (Toneladas)

	2023	2022	2021
Total Productos dispuestos a eliminar o mermar	11.313,9	12.233,22	12.033,69
Total Productos donados y transformados	831,0	795,6	114,2
Productos donados a personas	641,4	660,0	85,9
Productos donados para consumo animal	95,0	38,8	0,0
Productos transformados	94,6	96,8	28,2
Total Productos descartados	10.482,9	11.437,62	11.919,49
% de Productos donados y transformados respecto de la merma total	7,3%	6,5%	0,9%
Cobertura (% de los ingresos):	98%	98%	98%

*Datos consideran operación en Chile.

10.1.2 COMPROMETIDOS CON EL RECICLAJE

Para reducir el impacto ambiental de los residuos generados desde sus locales y centros de distribución, SMU permanentemente busca opciones que permitan evitar la eliminación de materiales que pueden ser aprovechados a través de su reutilización o reciclaje. Asimismo, promueve que sus clientes también adopten estas prácticas.

Los principales residuos que son reciclados por SMU corresponden a residuos de embalajes como los plásticos flexibles y el cartón, utilizados para transportar y almacenar productos; residuos de papelería; y aceites y grasas, generados en la elaboración de alimentos. En 2023, se sumó además el reciclaje de productos textiles, conformados por uniformes de colaboradores en desuso, y un piloto de compostaje de residuos de casinos, en el Centro de Distribución Lo Aguirre.

En los centros de distribución también se valorizan los residuos de maderas derivados del uso y desgaste de pallets, los cuales son retirados y aprovechados energéticamente por un proveedor externo.

SMU Chile ha trabajado para dar cumplimiento a la Ley N°20.920, Marco para la Gestión de Residuos, la Responsabilidad Extendida del Productor y el Fomento al Reciclaje, llamada también "Ley REP", y en particular al Decreto Supremo N°12/2021 que establece las metas de envases y embalajes introducidos al mercado. En este sentido, la Compañía se hace responsable de tener la trazabilidad de sus envases y embalajes y realizar los reportes exigidos por la legislación. SMU se ha incorporado al Sistema de Gestión ReSimple, al que

se encuentra reportando toda la información necesaria para acreditar las toneladas de envases y embalajes desde septiembre 2023, cuando comenzó a regir el cumplimiento de metas. Los resultados de la operación y el cumplimiento del sistema de gestión se verificarán durante el año 2024.

Metas de Envases y Embalajes Primer Año de Ley REP²³

Envases Domiciliarios	Porcentaje Meta
Cartón Para Líquidos	5%
Metal	6%
Papel y cartón	5%
Plástico	3%
Vidrio	11%

Envases No Domiciliarios	Porcentaje Meta
Metal	23%
Papel y cartón	48%
Plástico	13%
Metal	23%

Impulsando el packaging reciclable

Entendiendo que tiene un rol importante en promover y facilitar el reciclaje de los empaques de los productos de marcas propias que comercializa, SMU ha avanzado en la certificación de la reciclabilidad de estos envases. Los productos certificados cuentan con un sello de Eco-Etiquetado, permitiendo a los clientes identificar y elegir productos con empaques más sustentables. La Compañía también ha implementado comunicaciones en sus tiendas para informar a los clientes acerca del sello, invitándolos a preferir productos certificados.

Los esfuerzos de SMU en este sentido se enmarcan en su participación en el Acuerdo de Producción Limpia de Eco-Etiquetado II, liderado por la SOFOFA y la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático. El acuerdo ha permitido establecer un esquema en el cual se pueda acreditar técnicamente que los envases de determinados



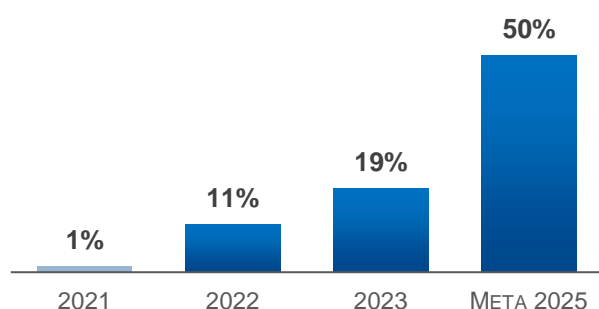
²³ Las metas consideran el volumen de cada tipo de material recolectado y reciclado por parte del sistema de gestión, como porcentaje del volumen total de envases y embalajes de cada tipo de material que las compañías que pertenecen al respectivo sistema de gestión han introducido en el mercado.

MEMORIA INTEGRADA 2023

productos, por sus componentes y materialidades, son viables de ser reciclados dentro del país. En 2023, SMU obtuvo el Certificado Estrella Azul por cumplimiento a las metas y acciones establecidas en la primera parte del Acuerdo de Producción Limpia de Eco-Etiquetado.

Como parte de su plan estratégico 2023-2025, SMU tiene una meta de obtener el sello de Eco-Etiquetados para el 50% de su surtido de productos de marcas propias. Durante 2023, la Compañía alcanzó un 19%, un avance respecto al 11% del año 2022.

Productos de marcas propias certificados con ecoetiqueta (% surtido)



Impulsando el packaging reutilizable

Con el objetivo de disminuir la cantidad de residuos generados, SMU fomenta activamente la reutilización de envases. Esto se logra asegurando en que las salas de los supermercados cuenten con oferta de bebidas en botellas retornables para los clientes, y facilitando la devolución de envases retornables. Simultáneamente, la Compañía ha puesto en marcha una campaña comunicacional dirigida a sus clientes, instándolos a preferir botellas retornables como medida para reducir la cantidad de desechos producidos por los envases de un solo uso.

Para fomentar el uso de envases retornables en otros productos, durante 2023 se continuó con la venta de productos de limpieza a través de los puntos de Ecocarga, dónde los clientes pueden recargar sus envases con detergente, lavalozas o suavizantes, evitando de esta forma desechar botellas y bolsas que son parte del packaging de este tipo de productos.



Ecocarga operó en 5 locales Unimarc en 2023, en dónde se realizaron cargas que suman un total de 36.453 litros de producto. Esto ha permitido ahorrar 9.678 envases, equivalente a 1.549 kilos de plásticos que no han sido desechados.

Eliminando los plásticos de un solo uso

En los últimos años, SMU ha realizado un cambio en la materialidad en productos de un solo uso que se utilizan en la comercialización de comidas preparadas, reemplazando el plástico para así dar cumplimiento a lo exigido por la Ley 21.368 que regula la entrega de productos de un solo uso. En caso de solicitarlo, los clientes recibirán cubiertos de madera y bombillas de papel para consumir los alimentos comercializados, los que tienen un menor tiempo de degradación y son reciclables a través de procesos como el compostaje.

10.1.3 GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS Y LÍQUIDOS

Para asegurar una adecuada gestión de los residuos generados en sus procesos, SMU busca estandarizar el proceso de recolección y tratamiento, respetando las normativas legales vigentes y promoviendo la mejora continua.

10.1.3.1 RESIDUOS SÓLIDOS NO PELIGROSOS

La Compañía gestiona sus residuos sólidos no peligrosos a través de empresas externas especializadas en recolección y tratamiento de los distintos tipos de residuos generados de papel, cartón, plásticos, aceites, madera, orgánicos y residuos asimilables a domiciliarios, asegurando que sean dispuestos y tratados de una forma adecuada, en establecimientos debidamente autorizados.

En 2023 se redujeron el total de residuos generados por los establecimientos de la Compañía en más de 1.800 toneladas respecto a 2022, y dónde la principal disminución se presenta en los residuos asimilables a domésticos que son desechados. Esta disminución responde al avance en proceso para reciclaje de residuos y donaciones que evitan el desperdicio de productos. Para más información, ver 10.5 Indicadores Ambientales - Toneladas de Residuos Sólidos No Peligrosos y Residuos Peligrosos Tratados.

10.1.3.2 RESIDUOS INDUSTRIALES LÍQUIDOS (RILES)

Los residuos industriales líquidos (RILes) son generados principalmente en las instalaciones de los formatos Mayorista 10 y Unimarc, debido a las características que poseen los procesos de cada establecimiento, por ejemplo, asaduría de pollo, laminados de fiambres, cortes de carnes y horneado de pan. Estos RILes están compuestos principalmente por aguas grasas y materia orgánica que son regulados por el D.S N°609/98 del MOP. Asimismo, una adecuada gestión de los RILes permite dar cumplimiento a la Ley 20.393 por el delito de contaminación de aguas.

Para asegurar el cumplimiento a la normativa y mejorar la calidad de los RILes generados por cada instalación, la Compañía cuenta con las siguientes prácticas y controles:

- Visitas a terreno y capacitaciones a las áreas involucradas.
- Auditorías internas: durante 2023, se auditó el 21,4% de los locales que estuvieron operativos durante el año.
- Análisis de autocontrol de RILes para 31 establecimientos que cuentan con programas de monitoreo de la Superintendencia de Servicios Sanitarios.
- Fiscalizaciones de empresas sanitarias a través de análisis de laboratorio.

10.1.3.3 RESIDUOS PELIGROSOS

SMU no genera una gran cantidad de residuos peligrosos, debido a las características de sus operaciones. Las cantidades de residuos peligrosos anuales no son regulares, sino que obedecen a fenómenos puntuales, tales como cambios de tecnología iluminaria incandescente a LED, cambio de baterías de maquinaria de los centros de distribución y merma de sustancias peligrosas (Cloro, aerosoles y productos de limpieza).

Todos los residuos peligrosos son gestionados con empresas externas especializadas en el retiro, transporte y disposición final acorde al tratamiento que requieran.

Toneladas de Residuos Peligrosos

Peligrosidad	2023	2022	2021
Corrosivos	20,61	5,96	9,95
Infeciosos	0,01	0	0
Inflamables	15,27	22,06	0,20
Tóxicos	5,87	8,35	6,66
Total	41,76	36,37	16,81

*Datos consideran operación en Chile.

10.2 HUELLA DE CARBONO

En el marco de su compromiso con el medio ambiente, con la acción por el clima y el Cambio Climático, SMU gestiona su huella de carbono, con la cuantificación de sus emisiones de gases de efecto invernadero (“GEI”) verificada por un tercero independiente. Esta medición permite a la Compañía contar con una línea base para hacer gestión e impulsar acciones de reducción. SMU ya ha implementado algunos proyectos para reducir su impacto, y su plan estratégico para el período 2023-2025 contempla nuevas iniciativas, fijando una meta cuantitativa de reducir su intensidad de carbono en un 8% al año 2025, relativo al año 2021. Asimismo, en 2022 se comprometió con avanzar hacia la carbono neutralidad al año 2050 como parte de su compromiso con cinco criterios de sostenibilidad promovidos por el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible.

En el marco de este desafío, se han implementado cambios de iluminación convencional a tecnología Led en casi la totalidad de locales, cambio a murales con puerta, incorporación de electromovilidad en despachos a sala logística y e-Commerce, implementación del SGE, entre otros

10.2.1 MEDICIÓN DE LA HUELLA

A partir del año 2018, SMU inició la cuantificación de su Huella de Carbono, aumentando anualmente la cobertura de su medición hasta alcanzar el 100% de sus locales y centros de distribución en Chile. Dentro de la cuantificación del año 2023, se incorpora la oficina central y las emisiones del alcance 3 generadas por los viajes corporativos aéreos y terrestres.

Durante 2023, las emisiones generadas y cuantificadas de GEI suman 390.698 Ton CO₂e, menor en un 16,7% con respecto a 2022. El alcance 1 es el que genera mayor impacto, y la principal fuente de emisiones corresponde a la recarga de gases refrigerantes. El detalle de las emisiones se encuentra en la sección 10.5 Indicadores Ambientales.

SMU obtiene la verificación independiente de su huella de carbono, así como el sello Huella Chile de Medición, otorgado por el Ministerio de Medio Ambiente, desde 2018



10.2.2 REDUCCIÓN DE LA HUELLA

A partir de los resultados de la medición, la Compañía puede seguir evaluando e implementando proyectos de reducción que ayuden a disminuir la huella de carbono con indicadores más ambiciosos y acorde a las metas del Acuerdo de París.

En esta línea, SMU durante el año 2023 ha implementado iniciativas que contribuyen a una reducción de su huella, como la expansión de la electromovilidad en la cadena de abastecimiento, el programa de no desperdicio de alimentos y el proyecto de cambio de iluminación a LED en sus tiendas y centros de distribución.



En 2023, SMU recibió el sello de reducción del Programa Huella Chile, producto de un proyecto de cambio de iluminación led en un grupo de locales Unimarc ejecutado en 2022 y que permitió obtener una disminución de emisiones correspondientes a 225 Ton/Co₂e, equivalente al 0,37% de las emisiones alcance 2 generadas durante ese año.

Meta de Reducción de Emisiones:

Alcances Cubiertos	Plazo de objetivo	Emisiones del año base y porcentaje a reducir
Alcances 1 y 2 combinados	Año base: 2021 Año objetivo: 2025	Emisiones año base: 0,213 ton CO2e/m2 Porcentaje de emisiones totales del año base: 92%

10.3 EFICIENCIA ENERGÉTICA

Dada la importancia de una correcta gestión del consumo de energía, tanto para reducir su impacto ambiental, así como también para optimizar su eficiencia operacional. Bajo este contexto SMU se encuentra impulsando la eficiencia energética a través de un trabajo transversal con un equipo multi gerencial con el fin de mejorar el desempeño energético de la compañía.

Su plan estratégico para el período 2023-2025 contempla diversas iniciativas en materia de eficiencia energética:

Gestión de Consumo

Durante 2023, SMU sigue realizando seguimiento y monitoreo a los consumos de electricidad, agua y gas de todas las instalaciones en Chile a través de la plataforma digital de monitoreo que se implementó el 2021, con lo que se permite detectar casos irregulares, como mal factor de potencia, consumos y cargos anómalos, entre otros. Esta información habilita la toma de decisiones para mejorar el desempeño energético y mejorar la eficiencia en el uso de los recursos. En el 2023 esta iniciativa impactó los resultados en 99 locales priorizados, generando un beneficio reportado de CLP 343 millones.

Tienda Sostenible

Los proyectos Tienda Sostenible consisten en la gestión de los consumos energéticos en los locales, ello a través de la implementación de instrumentación para el monitoreo constante y control de nuestros principales sistemas energéticos. El objetivo principal del proyecto es mejorar el desempeño energético a través de optimizar las condiciones de operatividad del local.

El Piloto Tienda Sostenible da sus primeros pasos en 2022 con la instalación del equipamiento, para luego en 2023 comenzar con el control de los sistemas de refrigeración, clima e iluminación. Este piloto se llevó a cabo en 4 tiendas de la compañía, entre ellas, Los Militares, Camino Nos, Larapinta y Espacio Morandé. Durante el año 2023, se calcularon ahorros producto de la ejecución del proyecto, disminuyendo nuestros consumos en promedio entre un 8 y un 11%.

Suministro con Energías Renovables

En 2023, SMU aumentó significativamente la proporción de energía de fuentes renovables dentro del consumo de sus operaciones en Chile, alcanzando un 12,1% del consumo total de la Compañía, mejorando el 3,1% logrado en el año 2022 y en línea con la meta al año 2025 de asegurar el suministro eléctrico a través de fuentes renovables equivalente al 40% de la energía eléctrica de SMU Chile.

Sistema de Gestión de Energía ISO 50.001

Como parte del Programa de Energía en SMU Chile, en 2023, la Compañía implementó un Sistema de Gestión de Energía certificado bajo la norma ISO 50.001:2018 para 382 instalaciones, incluyendo a todos los locales de los formatos Unimarc, Alvi, Mayorista 10, Súper 10 y el centro de distribución de Lo Aguirre. Adicionalmente, se realizó una auditoría externa al sistema de gestión, para avanzar hacia la certificación ISO 50.001.

Durante 2024, la Compañía expandirá el sistema de gestión en las nuevas instalaciones de Chile y trabajará para asegurar la certificación del 100% del consumo energético de SMU Chile.

Electromovilidad

Para minimizar los impactos causados por las emisiones en el ámbito de la operación logística, y específicamente vehículos de transporte, es que, se están desarrollando distintas alternativas de energías limpias con fin de sustituir los motores convencionales. En el marco de lo anterior y como parte de su plan estratégico, SMU tiene la meta de utilizar camiones eléctricos para el 10% de los despachos realizados entre sus centros de distribución y sus tiendas al año 2025. Durante 2023, alcanzó un 2%, a través de la incorporación de tres camiones eléctricos en su flota contratada, con planes de sumar ocho camiones adicionales en 2024. Asimismo, el 30% de los despachos de pedidos online se realizaron con flota eléctrica en 2023.

Estas iniciativas se enmarcan en metas cuantitativas por cumplir:

Meta	Descripción
Energías Renovables	Firmar contratos para suministro eléctrico a través de energías renovables para instalaciones que representan el 40% del consumo de energía eléctrica de SMU Chile.
Consumo Energético	Para el año 2025, consolidar una reducción de un 8% en su consumo energético por metro cuadrado, con respecto al año 2020.

10.4 GESTIÓN DE LA HUELLA HÍDRICA

La escasez hídrica en los países en que opera SMU es un problema que se ha agudizado en los últimos años, generando diversos impactos en su operación y en las comunidades de las que forma parte.

Como parte de su gestión ambiental, la Compañía busca hacer un uso responsable del agua, midiendo su consumo, buscando oportunidades de optimizar y generando conciencia entre sus colaboradores. Asimismo, ha desarrollado un proyecto de cuantificación y reducción de la huella hídrica, buscando abordar la escasez de este recurso, poniendo énfasis en acciones de reutilización del agua, como una forma de adaptarse a este escenario. Este proyecto considera la recirculación de agua del sistema de enfriamiento del Centro de Distribución Lo Aguirre, lo que permitirá reducir el consumo de 15 millones de litros de agua al año, avanzando así en una mayor eficiencia y circularidad de este recurso.

La Compañía comenzó a medir la huella hídrica del Centro de Distribución Lo Aguirre en 2022, con el fin de comprender el impacto de su actividad en el recurso hídrico y utilizar esta información para evaluar y diseñar proyectos futuros que permitan nuevas acciones de circularidad en torno a este recurso, alcanzando mayores niveles de eficiencia. En 2023 inició la implementación del proyecto, y se espera una reducción en la huella hídrica durante 2024.

10.5 INDICADORES AMBIENTALES

Residuos Reciclados (*)

Residuos	2023	2022	2021
<i>Papel y cartón (envases)</i>	15.726,77	15.052,26	14.655,71
<i>Papel y cartón (no envases)</i>	4,07	0	0
<i>Plásticos</i>	684,87	656,87	629,40
<i>Aceites</i>	356,69	555,22	562,06
<i>Textil</i>	10,03	0	0
<i>Compostaje</i>	1,99	0	0
<i>Residuos Orgánicos Transformados</i>	94,64	96,77	21,48
Total residuos reciclados²⁴	16.879,06	16.361,12	15.868,65
Valorización energética (toneladas)	83,42	79,32	93,11
Total residuos valorizados	16.962,48	16.440,44	15.961,76
Residuos asimilables a domésticos	65.272,66	67.570,89	72.293,65
Residuos peligrosos	41,76	36,37	16,81
Cobertura de datos	98%	98%	98%

*Datos consideran operación en Chile.

Packaging (*)

(Toneladas métricas)

Materialidad	2023	2022	2021
Papel/cartón/madera/pulpa moldeada	12.987	12.380	9.470
Cartón para líquidos	213	166	114
Metal	2.552	2.479	1.322
Vidrio	384	428	330
Plástico	3.999	4.396	3.664
Otros materiales complejos	23	67	69
Cobertura (% del costo de bienes vendidos)	12,8%	12,1%	8,2%

*Considera packaging de productos de marcas propias vendidos en Chile.

²⁴ Residuos reciclables se ajustaron en 2022 y 2021 respecto a los reportados en años anteriores, para sumar la transformación de residuos orgánicos.

Detalle de Emisiones Generadas de GEI por Alcance (*)

GEI Directos (Alcance 1)	Unidad de medida	2023	2022	2021
Total emisiones directas GEI (Alcance 1)	Ton met de CO2e	250.140	319.935	184.612
Cobertura de datos (% del denominador)	Porcentaje de superficie operacional (m2)	96%	96%	95%
GEI Indirectos (Alcance 2)	Unidad de medida	2023	2022	2021
Basado en la localización	Ton met de CO2e	59.839	72.543	91.715
Cobertura de datos (% del denominador)	Porcentaje de superficie operacional (m2)	96%	96%	95%
GEI Indirectos (Alcance 3)	Unidad de medida	2023	2022	2021
Emisiones indirectas totales de GEI (Alcance 3)	Ton met de CO2e	80.731	76.289	77.012
Total Emisiones (Alcance 1, 2 y 3)	Unidad de medida	2023	2022	2021
	Ton met de CO2e	390.710	468.767	353.339

*Datos consideran operación en Chile.

Tipos de Emisiones Cuantificados por SMU

ISO 14064-1	WRI/WBCSD GHG Protocol	Fuente
Emisiones Directas	Alcance 1	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes fijas • Gases de procesos • Emisiones fugitivas
Emisiones Indirectas	Alcance 2	<ul style="list-style-type: none"> • Electricidad (Kwh/MWh)
Emisiones Indirectas	Alcance 3	<ul style="list-style-type: none"> • Residuos y emisiones derivadas de la cadena de distribución • Viajes corporativos

Detalle de Emisiones Generadas de GEI por Categoría (Ton/CO2e.) (*)

Categoría Emisiones indirectas (Alcance 3)	Emisiones 2023	Emisiones 2022	Emisiones 2021	Metodología de cálculo de las emisiones
1. Bienes y servicios adquiridos	No medido	No medido	No medido	No medido
2. Bienes de capital	No medido	No medido	No medido	No medido
3. Actividades relacionadas con el combustible y la energía (no incluidas en los alcances 1 o 2)	No medido	No medido	No medido	No medido
4. Transporte y distribución aguas arriba	No medido	No medido	No medido	No medido
5. Residuos generados en las operaciones	35.611	31.927	34.077	Se considera la generación de Residuos Peligrosos y No Peligrosos
6. Viajes de negocios	561	No medido	No medido	Se considera partir del 2023 los viajes de negocios
7. Desplazamientos de los empleados	25	No medido	No medido	Se considera a partir del 2023 el desplazamiento de empleados solo para SMU
8. Activos arrendados aguas arriba	No medido	No medido	No medido	No medido
9. Transporte y distribución aguas abajo	44.534	44.362	42.934	Se considera el transporte en los residuos peligrosos y no peligrosos, servicios de Motoboy, el transporte de distribución de productos desde CDs a Locales, y distribución de productos en e-commerce
10. Procesamiento de productos vendidos	No medido	No medido	No medido	No medido
11. Utilización de productos vendidos	No medido	No medido	No medido	No medido
12. Tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos	No medido	No medido	No medido	No medido
13. Activos arrendados aguas abajo	No medido	No medido	No medido	No medido
14. Franquicias	No medido	No medido	No medido	No medido
15. Inversiones	No medido	No medido	No medido	No medido
Otros aguas arriba	No medido	No medido	No medido	No medido
Otros aguas abajo	No medido	No medido	No medido	No medido

*Datos consideran operación en Chile.

Consumo de Energía (*)

	2023	2022	2021
Gas (MWh)	35.611	30.511	32.834
Electricidad (MWh)	253.784	241.725	244.727
Total Consumo Energía (MWh)	289.395	272.236	277.561

*Datos 2021 y 2022 consideran operación en Chile. Se rectifica monto de consumo de gas reportado en la Memoria Integrada 2022. Datos 2023 consideran operación en Chile para consumo de gas y operaciones en Chile y Perú para consumo de electricidad.

Consumo de Energía Eléctrica (*)

Tipo de energía	2023 ³		2022 ⁴	
	MWh	% Consumo	MWh	% Consumo
Fuentes renovables	30.691	12,1%	7.380	3,1%
Fuentes no renovables	223.093	87,9%	234.345	96,9%
Cobertura de datos	100%		97%	

*Datos 2022 consideran operación en Chile. Datos 2023 consideran operaciones en Chile y Perú.

Costo de Energía (*)

	2023	2022	2021
Costo energía (millones de CLP)	29.573	25.953	26.152

*Datos 2021 y 2022 consideran operación en Chile. Datos 2023 consideran operación en Chile para consumo de gas y operaciones en Chile y Perú para consumo de electricidad.

MEMORIA INTEGRADA 2023

Consumo de Agua

Total consumo de agua	Unidad de medida	2023	2022	2021
A. Extracción: Total de abastecimiento de aguas municipal	Millón de metros cúbicos	1,16	1,13	1,2
B. Extracción: Agua fresca (lagos, ríos, etc.)	Millón de metros cúbicos	0	0	0
C. Extracción: Aguas subterráneas	Millón de metros cúbicos	0	0	0
D. Descarga: Agua devuelta a su fuente de extracción, a mayor o similar calidad a la extraída (sólo para A y B)	Millón de metros cúbicos	0	0	0
E. TOTAL CONSUMO DE AGUA FRESCA (A+B+C-D)	Millón de metros cúbicos	1,16	1,13	1,2
Consumo total de agua en zonas con estrés hídrico	Megalitros	150	601	541
Consumo total de agua en zonas sin estrés hídrico	Megalitros	991	533	682
Cobertura de datos (% del denominador)	Porcentaje de: Metros cuadrados de operación	100%	98%	98%

*Datos 2021 y 2022 consideran operación en Chile. Datos 2023 consideran operaciones en Chile y Perú.

Reconocimientos Ambientales 2023

Tema	Reconocimiento
Acuerdo de Producción Limpia de Eco-etiquetado I	En 2023 SMU obtuvo el certificado Estrella Azul entregado por la Agencia de Sostenibilidad y Cambio Climático (ASCC) por cumplir con las metas y objetivos del APL de Eco-etiquetado, sello #ElijoReciclar.
Acuerdo de Producción Limpia de Transición hacia la Economía Circular	Reconocimiento intermedio por el cumplimiento de metas en el Acuerdo de Producción Limpia liderado por Acción Empresas, en el que se entregan herramientas para cuantificar y avanzar hacia una economía más circular.
Sello Excelencia Energética	Obtención del Sello de Excelencia Energética categoría "Oro", entregado por el Ministerio de Energía y la Agencia de Sostenibilidad Energética. Este sello corresponde a la máxima distinción.
Programa Giro Limpio	El 2023 obtuvimos la certificación por el "Programa Giro Limpio" en la categoría como generadores de carga. El objetivo es implementar medidas de eficiencia en el almacenamiento, transporte y distribución de la carga.
Certificación Huella Chile	Certificación del programa Huella Chile, liderado por el Ministerio del Medio Ambiente, y que reconoce a las empresas que cuantificaron sus emisiones de gases de efecto invernadero.



DESEMPEÑO FINANCIERO

Una sólida posición financiera resulta imprescindible para **ejecutar los planes estratégicos y alcanzar los objetivos de crecimiento sostenible y rentable**

que SMU se ha planteado como parte de su visión de largo plazo. La Compañía cuenta con rigurosos procesos para monitorear los avances de su plan estratégico; sus resultados operacionales y no operacionales; y sus proyectos de inversión, buscando de esta forma asegurar una correcta implementación, siempre sobre la base de un desarrollo responsable de su actividad.

TEMAS	AVANCES 2023	ODS
Crecimiento con rentabilidad	<p>Mejora de clasificación de riesgo a categoría AA-</p> <p>Colocación de bonos serie AP por UF 1.500.000, con vencimiento en 2033, permitiendo aplanar el perfil de amortizaciones.</p> <p>Rentabilidad de la acción de SMU 49,88% en 2023.</p>	



11.1 ANÁLISIS RAZONADO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS AL 31.12.2023

11.1.1

RESUMEN EJECUTIVO RESULTADOS CONSOLIDADOS

Los **ingresos de SMU** de 2023 alcanzaron los CLP 2.862.383 millones, un aumento de 1,3% con respecto a los CLP 2.826.314 millones generados en 2022. Respecto al cuarto trimestre de 2023 (4T23), los ingresos fueron CLP 738.847 millones, menor en un 3,5% a los CLP 765.986 millones del cuarto trimestre de 2022 (4T22).

El desempeño en materia de ingresos refleja las condiciones económicas y la mayor elasticidad de ingresos que han exhibido los consumidores, quienes compran en menores cantidades y buscan sustituir productos más económicos. En esta línea, durante 2023, si bien la Compañía ha observado un menor ticket promedio, cabe destacar que el número de clientes ha aumentado en todos los formatos, y, además, los clientes están visitando las tiendas con mayor frecuencia. Por lo tanto, una vez que se recuperen los niveles de consumo en el país, la Compañía se encuentra bien posicionada para capturar una mayor venta.

Cabe recordar además que la base de comparación del año 2022 es muy exigente, dado que se registraron altos niveles de demanda por productos básicos. Es así que los ingresos en Chile crecieron en un 9,9% en el 4T22 con respecto al mismo período del año anterior, y el segmento mayorista registró un aumento de un 23,4%.

La **ganancia bruta** de 2023 alcanzó los CLP 877.900 millones, un aumento de 5,1% con respecto a 2022. Con respecto al cuarto trimestre de 2023, la ganancia bruta alcanzó los CLP 227.417 millones, una disminución de un 2,0% con respecto al 4T22. El margen bruto porcentual alcanzó 30,7% en 2023, una expansión de 110 puntos base (pb) con respecto al 29,6% de 2022, reflejando la mayor eficiencia comercial. Asimismo, el margen porcentual del 4T23 alcanzó 30,8%, comparado con 30,3% en 4T22, un aumento de 50 pb.

Por otra parte, los **gastos operacionales**²⁵ aumentaron en un 8,2% en 2023, impulsados por la inflación anual acumulada y el mayor salario mínimo. Sin embargo, en el 4T23 estos disminuyeron en un 0,3%, reflejando las iniciativas de eficiencia operacional y productividad que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico, que permitieron mitigar los aumentos antes mencionados.

El **EBITDA**²⁶ de SMU se vio afectado por el menor crecimiento de ingresos, lo que trajo como consecuencia una menor dilución de gastos fijos, alcanzando CLP 262.480 millones en 2023 (menor en 1,4% vs. 2022) y CLP 69.709 millones en el 4T23 (menor en un 5,5% vs. 4T22). No obstante, cabe destacar que la Compañía ha logrado mantener un **margen EBITDA**

²⁵ Gastos operacionales = gastos de distribución + gastos de administración y ventas – depreciación - amortización

²⁶ EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización

MEMORIA INTEGRADA 2023

sobre 9% (9,2% en el año 2023 y 9,4% en el 4T23), a pesar del adverso escenario macroeconómico.

El **resultado no operacional** de SMU mejoró en CLP 24.636 millones en 2023 con respecto a 2022 (mejora de CLP 17.454 millones en 4T23 vs. 4T22), explicado principalmente por varios efectos no recurrentes, además de la menor inflación en 2023, lo que generó un efecto positivo en la pérdida por unidades de reajuste.

La **utilidad antes de impuestos** mejoró en CLP 11.654 millones (13,2%) en 2023 con respecto al 2022, y en CLP 11.753 millones (45,7%) en 4T23 vs. 4T22.

La **utilidad neta** del cuarto trimestre de 2023 alcanzó los CLP 36.042 millones, un aumento de 15,4% con respecto al 4T22. Para el año 2023, la utilidad alcanzó los CLP 87.274 millones, menor en CLP 44.785 millones (33,9%) con respecto a los CLP 132.059 millones obtenidos en 2022, explicado por la variación negativa de CLP 55.904 millones en el impuesto a la ganancia, producto de la alta inflación que afectó los impuestos diferidos en 2022.

Con respecto a la **posición financiera** de SMU, cabe destacar que en agosto de 2023, sus dos clasificadoras de riesgo, **ICR y Feller-Rate, mejoraron la clasificación de riesgo** desde categoría A+ (con perspectivas positivas) hasta categoría AA- (con perspectivas estables). Asimismo, en septiembre de 2023, la Compañía realizó una exitosa colocación de bonos locales por UF 1.500.000 a una tasa de interés anual de 4,44%, representando un spread de 179 puntos básicos sobre la tasa de referencia, y con una demanda cercana a dos veces el monto colocado.

Cabe destacar también la **generación de caja** de la Compañía a través de la mejora del flujo operacional en CLP 15.715 millones en 2023, lo que, junto con el saldo inicial de efectivo y equivalentes, permitió financiar capex por CLP 94.601 millones y una amortización neta de deuda financiera por CLP 39.541 millones, quedando con un saldo final de CLP 105.218 millones de caja y manteniendo un excedente importante.

La **posición de caja** se verá fortalecida aún más en el primer trimestre de 2024, dado que en noviembre 2023, SMU alcanzó un acuerdo con las compañías de seguros para que éstas paguen, en un plazo máximo de 60 días, el recupero del seguro que incluye las pérdidas reconocidas por daños debido a los actos vandálicos ocurridos a partir del 18 de octubre de 2019, así como también el perjuicio por paralización asociado a dichos daños. El monto del pago es de CLP 53.291 millones, y al 31 de diciembre de 2023, SMU había recibido CLP 1.476 millones, con el saldo de CLP 51.815 millones entrando en enero de 2024 y generando mayor flexibilidad financiera para la Compañía.

11.1.2

ANÁLISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados consolidados de SMU S.A. y Filiales para los períodos de tres y doce meses terminados al 31 de diciembre de 2023 y 2022. Todas las cifras están expresadas en pesos chilenos (CLP) y de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”).

Cuadro 1.1: Estado de Resultados Consolidados Trimestrales

(Millones CLP)	4T23	4T22	% Var.
Ingresos de Actividades Ordinarias	738.847	765.986	(3,5%)
Costo de Ventas	(511.430)	(533.981)	(4,2%)
Ganancia Bruta	227.417	232.005	(2,0%)
<i>Margen Bruto (%)</i>	30,8%	30,3%	
Gastos de Distribución	(10.814)	(10.459)	3,4%
Margen de Contribución	216.603	221.547	(2,2%)
<i>Margen de Contribución (%)</i>	29,3%	28,9%	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(146.894)	(147.766)	(0,6%)
EBITDA	69.709	73.780	(5,5%)
<i>Margen EBITDA (%)</i>	9,4%	9,6%	
Depreciación y Amortización	(26.089)	(24.459)	6,7%
Resultado Operacional	43.620	49.321	(11,6%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	13.415	(1.428)	n.a.
Ingresos Financieros	1.739	3.202	(45,7%)
Costos Financieros	(13.656)	(13.684)	(0,2%)
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(116)	(180)	(35,4%)
Diferencias de Cambio	15	115	(86,8%)
Resultados por Unidades de Reajuste	(7.529)	(11.611)	(35,2%)
Resultado No Operacional	(6.133)	(23.586)	(74,0%)
Utilidad Antes de Impuesto	37.487	25.734	45,7%
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	(1.445)	5.489	n.a.
Utilidad del Período de Operaciones Continuas	36.042	31.223	15,4%
Utilidad del Período de Operaciones Discontinuas	0	0	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	36.042	31.223	15,4%
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	36.553	31.251	17,0%
Pérdida atribuible a participaciones no controladoras	(511)	(28)	1.720,6%
Ganancia (Pérdida) del Período	36.042	31.223	15,4%

MEMORIA INTEGRADA 2023

Cuadro 1.2: Estado de Resultados Consolidados Anuales

(Millones CLP)	2023	2022	% Var.
Ingresos de Actividades Ordinarias	2.862.383	2.826.314	1,3%
Costo de Ventas	(1.984.483)	(1.991.019)	(0,3%)
Ganancia Bruta	877.900	835.295	5,1%
<i>Margen Bruto (%)</i>	30,7%	29,6%	
Gastos de Distribución	(41.557)	(38.912)	6,8%
Margen de Contribución	836.343	796.383	5,0%
<i>Margen de Contribución (%)</i>	29,2%	28,2%	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(573.863)	(530.051)	8,3%
EBITDA	262.480	266.332	(1,4%)
<i>Margen EBITDA (%)</i>	9,2%	9,4%	
Depreciación y Amortización	(100.697)	(91.568)	10,0%
Resultado Operacional	161.782	174.764	(7,4%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	5.014	15.426	(67,5%)
Ingresos Financieros	8.825	11.600	(23,9%)
Costos Financieros	(53.331)	(53.084)	0,5%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(73)	(554)	(86,8%)
Diferencias de Cambio	(516)	(185)	178,9%
Resultados por Unidades de Reajuste	(21.495)	(59.416)	(63,8%)
Resultado No Operacional	(61.577)	(86.213)	(28,6%)
Utilidad Antes de Impuesto	100.206	88.552	13,2%
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	(12.932)	42.973	n.a.
Utilidad del Período de Operaciones Continuas	87.274	131.524	(33,6%)
Utilidad del Período de Operaciones Discontinuas	0	535	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	87.274	132.059	(33,9%)
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	88.784	132.088	(32,8%)
Pérdida atribuible a participaciones no controladoras	(1.510)	(28)	5.283,4%
Ganancia (Pérdida) del Período	87.274	132.059	(33,9%)

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

11.1.2.1 RESULTADOS OPERACIONALES

Ingresos de Actividades Ordinarias

Los **ingresos de actividades ordinarias** de 2023 alcanzaron los CLP 2.862.383 millones, un aumento de 1,3% con respecto a los CLP 2.826.314 millones generados en 2022. Respecto al 4T23, los ingresos fueron CLP 738.847 millones, menor en un 3,5% a los CLP 765.986 millones registrados en el cuarto trimestre de 2022.

Cuadro 2.1: Ingresos Trimestrales (CLP MMM)

Ingresos (CLP MMM)	4T23	4T22	% Variación
Unimarc	494	512	-3,5%
Mayoristas	222	231	-3,7%
Otros (*)	5.0	4.2	17,2%
Supermercados Chile	722	747	-3,4%
Supermercados Perú	17	19	-9,1%
TOTAL SMU	739	766	-3,5%

Cuadro 2.2: Ingresos Anuales (CLP MMM)

Ingresos (CLP MMM)	2023	2022	% Variación
Unimarc	1.912	1.899	0,7%
Mayoristas	871	856	1,7%
Otros (*)	17,5	9,0	93,9%
Supermercados Chile	2.802	2.765	1,3%
Supermercados Perú	60	61	-1,4%
TOTAL SMU	2.862	2.826	1,3%

(*) El ítem "Otros" considera todos los ingresos distintos a los generados por los formatos operacionales de la Compañía. Adicionalmente, en 2021 incluye los ingresos de Telemercados y la tienda oscura en Los Dominicos, y en 2022 incluye los ingresos del negocio de servicios financieros (ver 11.1.8 Nota Sobre Presentación y Comparación de Información).

MEMORIA INTEGRADA 2023

Las ventas online, realizadas tanto a través de las plataformas propias de SMU, así como también a través de alianzas estratégicas con *last milers*, representaron un 3,3% de participación de las ventas de locales con operaciones online en 4T23²⁷, un avance con respecto al 2,2% del mismo período de 2022. El crecimiento en las ventas online en los últimos períodos se explica por la mayor penetración de Unimarc.cl, con aumento en el número de transacciones, producto de promociones atractivas y mejoras operacionales, incluyendo el *micro-fulfillment center*, que ayuda a que los pedidos sean más completos y exactos.

Los ingresos de Supermercados Perú, medidos en moneda local, aumentaron en un 0,2% en 2023 con respecto al 2022 (disminución de 1,4% medido en pesos chilenos), mientras que para 4T23, los ingresos disminuyeron en un 10,1% (-9,1% medido en pesos chilenos), reflejando el complejo escenario económico que afecta el consumo. Sin embargo, las nuevas tiendas del plan de crecimiento que está en ejecución presentan un desempeño mejor que lo esperado.

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

SSS (Δ %)	4T23	4T22	2023	2022
Unimarc	-4,9%	3,6%	-0,7%	9,1%
Mayoristas	-4,8%	20,9%	1,4%	23,5%
Supermercados Chile	-4,8%	8,3%	-0,1%	13,1%
Supermercados Perú	-8,8%	-2,4%	-3,2%	-1,1%
TOTAL SMU	-4,9%	8,4%	-0,2%	13,2%

Las **ventas de locales equivalentes (SSS)** disminuyeron en un 0,2% en 2023 y en un 4,9% en el cuarto trimestre, consistente con la tendencia en materia de ingresos y reflejando la alta base de comparación de 2022, cuando las SSS aumentaron un 13,2% en total y un 23,5% en el segmento mayorista. Por formato, en 2023 el segmento mayorista presenta un crecimiento del 1,4% y una disminución del 4,8% en 4T23, mientras que Unimarc registra una disminución de 0,7% en 2023 y de un 4,9% en 4T23.

En el caso de Supermercados en Perú, las SSS (medido en soles) disminuyeron en un 3,2% en 2023, y un 8,8% en 2023. Sin embargo, cabe destacar que las tiendas de MaxiAhorro abiertas en el norte del país, que es el foco del plan de crecimiento futuro, presentan un aumento de un 4,8% en el cuarto trimestre.

²⁷ Considera el formato Unimarc.

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

VENTAS POR M ² (CLP M/M ²)	4T23	4T23	Δ %	2023	2022	Δ %
Supermercados Chile	493,6	522,7	-5,6%	484,4	487,7	-0,7%
Supermercados Perú	278,9	303,0	-8,0%	250,5	261,7	-4,3%
TOTAL SUPERMERCADOS	484,9	513,8	-5,6%	475,0	478,7	-0,8%

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 474.977 para 2023, un 0,8% menor que en 2022, mientras que en 4T23 fueron CLP 484.930, una disminución de un 5,6% con respecto al 4T22. En Chile se registró una disminución de 0,7% en 2023 y una disminución de un 5,6% en 4T23, mientras que en Perú hubo una disminución de 4,3% para 2023, y de 8,0% en 4T23. La variación en ventas por metro cuadrado, tanto en Chile como en Perú, refleja el desempeño de los ingresos, así como también la mayor superficie de ventas debido a las nuevas aperturas de tiendas durante el período que están en proceso de maduración

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

SSS (Δ %)	N° LOCALES		SUPERFICIE DE VENTAS	
	4T23	4T22	4T23	4T22
Unimarc	292	285	355	348
Mayoristas	98	95	127	122
Supermercados Chile	390	380	482	470
Supermercados Perú	30	29	20	20
TOTAL SUPERMERCADOS	420	409	502	489

Cuadro 6: Evolución de Aperturas y Cierres de Locales

APERTURAS Y CIERRES	4T21		1T22		2T22		3T22		4T22	
	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.
Unimarc	1	1	1	0	2	1	2	0	4	1
Mayoristas	0	0	0	0	0	1	1	0	3	0
Supermercados Chile	1	1	1	0	2	2	3	0	7	1
Supermercados Perú	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0

Al cierre de 2023, SMU cuenta con 390 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, diez más que los 380 locales al cierre del 4T22, y un total de 482.043 metros cuadrados. En Perú, se totalizan 30 locales, uno más que los 29 locales de 4T22, que representan 20.037 metros cuadrados, lo que da un total de 420 tiendas y 502.079 metros cuadrados entre Chile y Perú.

Durante 2023, la Compañía alcanzó importantes avances en su plan de crecimiento orgánico, abriendo un total de 14 nuevas tiendas en el año, incluyendo nueve locales de Unimarc (en las regiones de Los Lagos, O'Higgins y Metropolitana); dos nuevos locales Alvi (Región Metropolitana); y dos locales Super10 (Región Metropolitana); además de un nuevo Maxiahorro en Perú. De estas aperturas, seis corresponden al proyecto Montserrat. Durante el período también se registraron tres cierres de tienda: dos locales Unimarc, uno que será reconstruido como parte de un nuevo proyecto inmobiliario en el lugar y otro que se cerró definitivamente por desempeño, y un local Mayorista 10 que sufrió un incendio. De esta forma, SMU registró 11 aperturas netas en 2023.

Gastos de Distribución y Gastos de Administración

excluyendo depreciación y amortización) totalizaron CLP 615.420 millones en 2023, un aumento de 8,2% con respecto a los CLP 568.962 millones registrados en 2022. Como proporción de la venta, los gastos operacionales fueron un 21,5% en 2023, un aumento de 140 pb con respecto al 20,1% registrado en 2022. En el cuarto trimestre de 2023, en tanto, los gastos operacionales fueron CLP 157.707 millones (21,3% de la venta), menores en un 0,3% con respecto a los CLP 158.225 millones (20,7% de la venta) registrados en 4T22, reflejando las iniciativas de eficiencia operacional y productividad que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico.

Los **gastos de distribución** de 2023 alcanzaron CLP 41.557 millones, un aumento de 6,8% con respecto a los CLP 38.912 millones de 2022. Como porcentaje de la venta, los gastos de distribución alcanzaron 1,5% en 2023 y 1,4% en 2022. Para el período 4T23, los gastos de distribución alcanzaron los CLP 10.814 millones (1,5% de la venta), un aumento del 3,4% respecto a los CLP 10.459 millones (1,4% de la venta) del mismo período del año anterior.

El aumento en los gastos de distribución es explicado por el alza en el precio del petróleo, sumado a la alta inflación, variables que influyen en el polinomio de las tarifas de transporte.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) totalizaron CLP 573.863 millones (20,0% de la venta) en 2023, un aumento de 8,3% respecto a los CLP 530.051 millones (18,8% de la venta) registrados en 2022. En cuanto al cuarto trimestre de 2023, los gastos de administración alcanzaron CLP 146.894 millones (19,9% de la venta), una disminución del 0,6% con respecto a los CLP 147.766 millones (19,3% de la venta) del 4T22.

Las principales variaciones en los gastos de administración de 2023 fueron:

- a. Aumento de CLP 17.020 millones (+6,5% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (15,6%), ajustes de inflación (10,2%) y aperturas de locales, parcialmente compensado por una menor dotación promedio.
- b. Aumento de CLP 9.388 millones (+9,2% 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.
- c. Aumento de CLP 4.659 millones (+26,9% a/a) en servicios externos, debido a la contratación de consultorías asociadas a proyectos del plan estratégico.
- d. Aumento de CLP 4.072 millones (+27,1% a/a) en publicidad, debido a la mayor intensidad de la actividad promocional en e-commerce y venta presencial.
- e. Aumento de CLP 3.688 millones (+15,2% a/a) en comisión tarjetas, debido principalmente al mayor uso de tarjetas de crédito y débito como medio de pago y las mayores tasas de cobro por el modelo de cuatro partes.
- f. Aumento de CLP 2.429 millones (+11,4% a/a) en servicios informáticos, debido principalmente a la implementación de nuevas herramientas, al impacto de la inflación y el alza del dólar.
- g. Aumento de CLP 1.872 millones (+12,9% a/a) en seguros, debido al aumento en el costo de las pólizas.
- h. Aumento de CLP 1.857 millones (+10,6% a/a) en mantención.

Las principales variaciones en los gastos de administración para el cuarto trimestre de 2023 fueron:

- a. Disminución de CLP 7.078 millones (-9,3% a/a) en gastos de personal, reflejando el plan de eficiencia implementado en agosto de 2023 y menores provisiones por incentivos.
- b. Aumento de CLP 3.026 millones (+11,7% 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.
- c. Aumento de CLP 910 millones (+16,2% a/a) en servicios externos, debido a la contratación de consultorías asociadas a proyectos del plan estratégico.
- d. Aumento de CLP 521 millones (+13,1% a/a) en mantención

Cuadro 7: Dotación Promedio

DOTACIÓN PROMEDIO	4T22	4T21	Δ %	2022	2021	Δ %
Locales Chile	20.604	21.278	-3,2%	20.977	21.802	-3,8%
Corporativo Chile	2.027	2.160	-6,2%	2.152	2.078	3,5%
Supermercados Chile	22.631	23.439	-3,4%	23.128	23.881	-3,2%
Locales Perú	549	557	-1,4%	551	538	2,5%
Corporativo Perú	168	163	3,1%	167	162	3,1%
Supermercados Perú	717	720	-0,4%	719	700	2,7%
TOTAL SUPERMERCADOS	23.348	24.158	-3,4%	23.847	24.580	-3,0%

Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

La **ganancia bruta** para el año 2023 alcanzó los CLP 877.900 millones, un aumento de 5,1% con respecto a los CLP 835.295 millones generados en 2022. En el cuarto trimestre, la ganancia bruta alcanzó los CLP 227.417 millones, una disminución de 2,0% con respecto a los CLP 232.005 millones totalizados en 4T22. En términos de margen bruto porcentual, este alcanzó 30,7% en 2023, una expansión de 110 puntos base con respecto al 29,6% del 2022, reflejando la mayor eficiencia comercial. Asimismo, el margen porcentual del 4T23 alcanzó 30,8%, comparado con 30,3% en 4T22, un aumento de 50 pb.

El **margen de contribución** del año 2023 alcanzó CLP 836.343 millones (29,2% de los ingresos), un aumento de 5,0% con respecto a los CLP 796.383 millones (28,2% de los ingresos) de 2022. En cuanto al cuarto trimestre de 2023, el margen de contribución alcanzó CLP 216.603 millones (29,3% de los ingresos), una disminución de 2,2% con respecto a los CLP 221.547 millones (28,9% de los ingresos) obtenidos en 4T22.

El **EBITDA** del año 2023 ascendió a CLP 262.480 millones, menor en un 1,4% con respecto a los CLP 266.332 obtenidos en 2022. El margen EBITDA alcanzó un 9,2% en 2023, menor en 20 pb al 9,4% registrado en 2022. Respecto al cuarto trimestre de 2023, el EBITDA alcanzó CLP 69.709 millones (margen EBITDA 9,4%), menor en un 5,5% a los CLP 73.780 millones (margen EBITDA 9,6%) del 4T22.

El **EBITDA ajustado por arriendo de locales** (EBITDA considerando todos los gastos de arriendo, incluyendo aquellos que no se incluyen en los gastos de administración, producto de la NIIF 16) del año 2023 alcanzó los CLP 176.370 millones, menor en 6,3% con respecto a los CLP 188.296 millones del 2022, debido al mayor pago de arriendos asociado a la mayor inflación y a las nuevas aperturas. Asimismo, en el cuarto trimestre de 2023, el EBITDA ajustado por arriendo de locales alcanzó CLP 47.768 millones (CLP 52.816 millones en 4T22).

El **resultado operacional** del año 2023 alcanzó los CLP 161.782 millones, una disminución del 7,4% respecto a los CLP 174.764 millones del 2022. Asimismo, en el 4T23 ascendió a CLP 43.620 millones, una disminución de un 11,6% con respecto a los CLP 49.321 millones de 4T22. Lo anterior se debió a un aumento en la depreciación y amortización—reflejando los mayores niveles de inversión de la Compañía en los últimos años como parte de sus planes estratégicos—además del menor EBITDA.

11.1.2.2

RESULTADO NO OPERACIONAL²⁸ E IMPUESTO A LAS GANANCIAS

El **resultado no operacional** de SMU para el año 2023 totalizó una pérdida de CLP -61.577 millones, una mejora de CLP 24.636 millones con respecto a la pérdida de CLP -86.213 millones registrada en 2022. La variación se explica principalmente por la menor inflación en 2023 comparado con 2022, generando una mejora de CLP 37.921 millones en la **pérdida por unidades de reajuste**.

Este efecto fue parcialmente compensado por **cuatro efectos no recurrentes** registrados en el rubro **otras ganancias (pérdidas)** durante 2022 y 2023, los cuales tienen un impacto neto negativo de CLP 16.674 millones:

- i. La venta de OK Market en 2022 (ganancia por CLP 18.034 millones);
- ii. El plan de optimización de la estructura organizacional llevado a cabo en agosto 2023 (pérdida por CLP 8.186 millones), producto de la implementación de iniciativas estratégicas que permitieron incrementar la productividad, mitigando el alza de los gastos operacionales y generando ahorros a partir del mes de septiembre de 2023;
- iii. Un acuerdo de compensación alcanzado con Conadecus y SERNAC en 4T23, permitiendo poner fin a las demandas colectivas interpuestas por ambas (pérdida por CLP 3.248 millones); y
- iv. Aumento en el valor de la cuenta por cobrar por el recupero del seguro correspondiente a los actos vandálicos ocurridos a partir del 18 de octubre de 2019, dado que en 4T23, SMU llegó a un acuerdo con las compañías de seguros para el pago de un monto mayor al monto que se había provisionado, utilizando un criterio conservador, neto de los gastos asociados (ganancia por CLP 12.794 millones).

Adicionalmente, se registró una disminución de CLP 2.776 millones en los ingresos financieros en 2023, principalmente debido a menores tasas en depósitos a plazo con respecto a 2022 y la consolidación del negocio de servicios financieros por aumento de participación en la propiedad.

En cuanto al cuarto trimestre de 2023, la pérdida no operacional totalizó CLP -6.133 millones, mejor en CLP 17.454 millones con respecto a los CLP -23.586 millones registrados

²⁸ 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

MEMORIA INTEGRADA 2023

en 4T22. Al igual que en el período acumulado, la variación se explica por efectos no recurrentes (efecto positivo por CLP 9.546 millones) y menores pérdidas por unidades de reajuste, producto de la menor inflación (efecto positivo por CLP 4.082 millones), parcialmente compensado por menores ingresos financieros (CLP 1.463 millones).

El **gasto por impuestos a las ganancias** para 2023 alcanzó CLP -12.932 millones, una variación negativa de CLP 55.904 millones con respecto al ingreso de CLP 42.973 millones registrado en 2022. Respecto al cuarto trimestre de 2023, el impuesto fue un gasto de CLP -1.445 millones, menor en CLP 6.934 millones al ingreso por CLP 5.489 millones del 4T22. En ambos períodos, la variación se explica principalmente por la menor corrección monetaria sobre pérdidas tributarias acumuladas y otras partidas tributarias, debido a la menor inflación en 2023 vs. 2022, y por la mayor utilidad antes de impuestos.

11.1.2.3

RESULTADOS DE OPERACIONES DISCONTINUADAS: OK MARKET

Con fecha 28 de febrero de 2022, el negocio de conveniencia OK Market se vendió, por lo que los resultados de este negocio se presentan consolidados en una línea, "Utilidad del período de operaciones discontinuadas", en los estados financieros consolidados de SMU al 31 de diciembre de 2023 (ver 11.1.8 Nota Sobre Presentación y Comparación de Información).

Los resultados de SMU del 2022 incluyen los dos meses en que OK Market operó como parte del Grupo SMU, generando una utilidad de CLP 535 millones, mientras que en 2023, 4T22 y 4T23, ya no formó parte de las operaciones.

11.1.2.4

RESULTADO NETO

La **utilidad neta** para 2023 alcanzó los CLP 87.274 millones, menor en CLP 44.785 millones (33,9%) con respecto a los CLP 132.059 millones obtenidos en 2022. La variación se explica en gran parte por la mayor inflación en 2022 con respecto a 2023, afectando el impuesto a la ganancia (variación negativa de CLP 55.904 millones), tal como se explica más arriba, además de la disminución en el resultado operacional, parcialmente compensado por el mejor resultado no operacional.

La utilidad neta del cuarto trimestre de 2023 alcanzó los CLP 36.042 millones, mejor en CLP 4.819 millones (15,4%) en comparación a los CLP 31.223 millones registrados en 4T22, explicado por el mejor resultado no operacional.

Dado el alto impacto de la inflación en los impuestos producto de la corrección monetaria a las pérdidas tributarias, la comparación de la utilidad neta trimestral y anual se dificulta; sin embargo, el comparar la utilidad antes de impuestos elimina este efecto. La **utilidad antes de impuestos** mejoró en CLP 11.654 millones (13,2%) en 2023 con respecto al 2022, y en CLP 11.753 millones (45,7%) en 4T23 vs. 4T22.

11.1.3

ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Cuadro 8.1: Estado de Situación Financiera al 31 de dic. de 2023 y 2023 – Activos

(Millones CLP)	Dic. 2023	Dic. 2023	Δ \$	Δ %
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	105.218	124.531	(19.313)	(15,5%)
Otros Activos Financieros Corrientes	3.685	6.734	(3.049)	(45,3%)
Otros Activos No Financieros Corrientes	26.940	35.737	(8.797)	(24,6%)
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	141.894	81.633	60.261	73,8%
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	506	401	105	26,2%
Inventarios	218.438	245.353	(26.915)	(11,0%)
Activos por Impuestos Corrientes	4.428	2.844	1.584	55,7%
Total Activos Corrientes	501.111	497.235	3.876	0,8%
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros No Corrientes	392	396	(4)	(1,0%)
Otros Activos No Financieros No Corrientes	2.561	3.921	(1.361)	(34,7%)
Cuentas por Cobrar No Corrientes	2.184	41.358	(39.174)	(94,7%)
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	3.104	3.253	(148)	(4,6%)
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	66.832	67.473	(641)	(1,0%)
Plusvalía	473.848	472.939	909	0,2%
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	867.478	762.790	104.688	13,7%
Activos por Impuestos Diferidos	466.662	479.271	(12.609)	(2,6%)
Total Activos No Corrientes	1.883.062	1.831.402	51.660	2,8%
TOTAL ACTIVOS	2.384.173	2.328.637	55.536	2,4%

MEMORIA INTEGRADA 2023

Cuadro 8.2: Estado de Situación Financiera al 31 de dic. de 2023 y 2022 – Pasivos

(Millones CLP)	Dic. 2023	Dic. 2022	Δ \$	Δ %
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	170.205	164.346	5.859	3,6%
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	428.082	446.798	(18.716)	(4,2%)
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	619	1.017	(399)	(39,2%)
Otras Provisiones Corrientes	3.998	3.033	965	31,8%
Pasivos por Impuestos Corrientes	1.183	257	926	360,2%
Beneficios a los Empleados	37.530	26.223	11.307	43,1%
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	9.226	10.765	(1.539)	(14,3%)
Pasivos No Corrientes o Grupos de Pasivos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta	650.842	652.438	(1.596)	(0,2%)
Total Pasivos Corrientes	170.205	164.346	5.859	3,6%
PASIVOS NO CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	909.666	876.600	33.066	3,8%
Cuentas por Pagar No Corrientes	10.210	0	10.210	-
Otros Pasivos No Financieros No Corrientes	406	12.267	(11.862)	(96,7%)
Total Pasivos No Corrientes	920.282	888.868	31.415	3,5%
TOTAL PASIVOS	1.571.125	1.541.305	29.819	1,9%

Cuadro 8.3: Estado de Situación Financiera al 31 de dic. de 2023 y 2022 – Patrimonio

(Millones CLP)	Dic. 2023	Dic. 2022	Δ \$	Δ %
PATRIMONIO				
Capital Emitido	523.742	523.742	-	0,0%
Acciones Propias en Cartera	(833)	(833)	-	0,0%
Utilidad (Pérdida) Acumulada	140.754	114.582	26.172	22,8%
Otras Reservas	149.386	145.428	3.957	2,7%
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	813.048	782.919	30.130	3,8%
Participaciones No Controladoras	-	4.412	(4.412)	(100,0%)
Total Patrimonio	813.048	787.331	25.717	3,3%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	2.384.173	2.328.637	55.536	2,4%

Activos

Al 31 de diciembre de 2023, los **activos totales** de SMU aumentaron en CLP 55.536 millones (2,4%) con respecto al 31 de diciembre de 2022, totalizando CLP 2.384.173 millones.

Los **activos corrientes** al 31 de diciembre de 2023 aumentaron en CLP 3.876 millones (0,8%) respecto de diciembre de 2022, totalizando CLP 501.111 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- Aumento de CLP 60.261 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, debido principalmente al traspaso del no corriente al corriente de la cuenta por cobrar por el recupero de los seguros por los actos vandálicos ocurridos en 2019 (CLP 39.610 millones), y al aumento de esta cuenta en CLP 13.681 millones, luego de lograr un acuerdo con las compañías de seguros que elevó el monto por cobrar respecto del que fue reconocido originalmente, aplicando un criterio conservador.
- Disminución de CLP 26.915 millones en inventarios, explicado principalmente por optimizaciones de surtido y mejoras en la planificación de la demanda.
- Disminución de CLP 19.313 millones en efectivo y equivalente al efectivo, explicado por las variaciones descritas en la Sección 3. Análisis del estado de flujo de efectivo.
- Disminución de CLP 8.797 millones en otros activos no financieros corrientes, debido principalmente a una disminución de CLP 5.710 millones en seguros pagados por anticipado, además de una disminución de CLP 2.151 millones en el IVA crédito fiscal.

MEMORIA INTEGRADA 2023

- e. Disminución de CLP 3.049 millones en otros activos financieros corrientes, lo cual es explicado por el rescate de un depósito a plazo.

Los **activos no corrientes** al 31 diciembre de 2023 aumentaron en CLP 51.660 millones (2,8%) respecto de diciembre de 2022, totalizando CLP 1.883.062 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Aumento de CLP 104.688 millones en propiedades, plantas y equipos neto, explicado principalmente por las adiciones del período (CLP 208.509 millones), parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 93.735 millones) y ventas y otras bajas de activos (CLP 11.471 millones). Las adiciones del período incluyen tanto proyectos de capex, como la habilitación de nuevas tiendas y la compra de terrenos para desarrollo futuro, así como también nuevos contratos de arriendo, reconocidos como derechos de uso.
- b. Disminución de CLP 39.174 millones en cuentas por cobrar no corrientes, debido principalmente al traspaso al corriente de la cuenta por cobrar en materia del recupero de seguros, tal como se explica más arriba.
- c. Disminución de CLP 12.609 millones en activos por impuestos diferidos, explicado principalmente por una disminución de CLP 20.097 millones en los activos por impuestos diferidos, parcialmente compensado por una disminución de CLP 7.487 millones en los pasivos por impuestos diferidos.

Pasivos

Al 31 de diciembre de 2023, los **pasivos totales** de SMU aumentaron en CLP 29.819 millones (1,9%) con respecto al 31 de diciembre de 2022, totalizando CLP 1.571.125 millones.

Los **pasivos corrientes** al 31 de diciembre de 2023 disminuyeron en CLP 1.596 millones (0,2%) respecto de diciembre de 2022, totalizando CLP 650.842 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- a. Disminución de CLP 18.716 millones en cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes, explicado principalmente por la fecha de corte de fin de mes.
- b. Aumento de CLP 11.307 millones en provisiones por beneficios a empleados corrientes, principalmente explicado por un aumento de CLP 10.840 millones en la provisión de beneficios y bonos al personal, reflejando el traspaso al corriente del incentivo de largo plazo, además del registro de incentivos del período actual, parcialmente compensado por el consumo de la provisión de incentivos del período 2022.
- c. Aumento de CLP 5.859 millones en otros pasivos financieros corrientes, explicado por el traspaso desde no corriente a corriente de los próximos vencimientos y el ajuste por el valor de la UF, compensado en buena parte por los pagos de pasivos financieros realizados durante el período. Durante 2023, la Compañía pagó vencimientos por CLP 153.255 millones, incluyendo deuda financiera (bancos y bonos) por CLP 94.141 millones, y pasivos por derechos de uso (con y sin opción de compra) por CLP 59.114 millones.

- d. Disminución de CLP 1.539 millones en otros pasivos no financieros corrientes, lo cual es principalmente explicado por un menor IVA débito fiscal (CLP 1.664 millones).

Los **pasivos no corrientes** al 31 de diciembre de 2023 aumentaron en CLP 31.415 millones (3,5%) respecto de diciembre de 2022, totalizando CLP 920.282 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- Aumento de CLP 33.066 millones en otros pasivos financieros no corrientes, explicado por (i) la colocación del bono serie AP en septiembre (UF 1,5 millones); (ii) la adición de nuevos contratos de arriendo firmados durante el período; y (iii) el aumento en el valor de la UF durante el período, parcialmente compensado por el traspaso al corriente de los próximos vencimientos.
- Disminución de CLP 11.862 millones en provisiones por beneficios a empleados, principalmente explicado por el traspaso al corriente del incentivo a largo plazo.
- Aumento de CLP 10.210 millones en cuentas por pagar, no corrientes, producto de la reclasificación desde cuentas por pagar corrientes a esta cuenta, debido a un acuerdo de pago al largo plazo.

Patrimonio

El **patrimonio** presenta un aumento de CLP 25.717 millones (3,3%), explicado principalmente por un aumento de CLP 26.172 millones en utilidad acumulada, considerando CLP 88.784 millones por la ganancia atribuible a los propietarios de la controladora del ejercicio menos dividendos pagados por CLP 62.612 millones.

11.1.4

ANÁLISIS DEL ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los Años Terminados al 31 de dic. de 2023 y 2022

(Millones CLP)	Dic. 2022	Dic. 2021	Δ \$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	270.586	239.846	62.323
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	(11.881)	(47.196)	(6.298)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(247.967)	(276.572)	(286.853)
Incremento (Disminución) Neto en el Efectivo y Equivalentes al efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio	10.737	(83.922)	(230.828)
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo	10.737	(83.922)	(230.828)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	113.794	197.716	146.906
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	124.531	113.794	(83.922)

MEMORIA INTEGRADA 2023

Durante 2023, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 286.301 millones, mayor en CLP 15.715 millones con respecto a los CLP 270.586 millones obtenidos en 2022. La mayor generación de flujo se explica por mayores cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios (CLP 77.543 millones), parcialmente compensado por aumentos en pagos a proveedores (CLP 37.835 millones) y a empleados (CLP 32.336 millones). Por otra parte, los otros pagos operacionales disminuyeron en CLP 14.235 millones, principalmente asociado a menores pagos de IVA por mayores compras de bienes y servicios.

El flujo utilizado en **actividades de inversión** alcanzó una salida neta de CLP -90.174 millones en 2023, una variación negativa de CLP 78.293 millones con respecto a la salida neta de CLP 11.881 millones de 2022. Esta variación se dio principalmente por la venta de OK Market el año pasado, generando una entrada de CLP 49.100 millones en 2022, además del mayor nivel de **CAPEX** en 2023. El CAPEX incluye la compra de propiedad, planta y equipo, y también la compra de activos intangibles, totalizando CLP 94.601 millones en 2023 y CLP 56.876 millones en 2022.

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó una salida neta de CLP -215.440 millones en 2023, una variación positiva de CLP 32.527 millones, principalmente explicado por (i) reembolsos de préstamos por CLP 94.141 millones; (ii) pagos de dividendos por CLP 62.612 millones; (iii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 59.114 millones; y (iv) pagos de intereses por CLP 54.174 millones; parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos a largo plazo por CLP 54.601 millones, por la colocación de los bonos serie AP. En tanto, en 2022, las actividades de financiación generaron una salida neta de CLP -247.967 millones, explicado por (i) pagos de dividendos por CLP 97.364 millones; (ii) reembolsos de préstamos por CLP 78.401 millones; (iii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 51.760 millones; y (iv) pagos de intereses por CLP 51.429 millones, parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos de largo plazo por CLP 31.820 millones, por la colocación de los bonos serie AO.

11.1.5 INDICADORES FINANCIEROS

Cuadro 10: Indicadores Financieros

			Dic. 2023	Dic. 2022
LIQUIDEZ				
Índice de Liquidez	Veces	Activo corriente / Pasivo corriente	0,77	0,76
Razón Ácida	Veces	(Activo corriente menos inventario) / Pasivo corriente	0,43	0,39
ENDEUDAMIENTO				
Pasivo Exigible / Activos Totales	Veces	Total pasivos / Total activos	0,66	0,66
Pasivo Exigible / Patrimonio	Veces	Total pasivos / Patrimonio	1,93	1,96
Pasivos Financieros Neto / Patrimonio	Veces	(Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / Patrimonio	0,53	0,54
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	Total pasivos corrientes / Total pasivos	41,43	42,33
Pasivo Financiero Neto / EBITDA	Veces	(Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA de los últimos 12 meses	3,71	3,44

MEMORIA INTEGRADA 2023

			Dic. 2023	Dic. 2022
ACTIVIDAD				
Rotación de Inventarios	Días	Inventario promedio del período / Costo de ventas diario del período	42,07	43,14
Rotación de Cuentas por Cobrar	Días	Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes promedio del período / (Ingreso por actividades ordinarias diario del período multiplicado *1,19)	11,81	9,38
Rotación de Cuentas por Pagar	Días	Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes promedio del período / (Costo de ventas diario del período * 1,19)	66,68	66,14
EFICIENCIA				
Cobertura de Gastos Financieros (Últimos 12 meses)	Veces	EBITDA de los últimos 12 meses / (gastos financieros de los últimos 12 meses -ingresos financieros de los últimos 12 meses)	5,90	6,42
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%		30,67	29,55
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM		262.480	266.332
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%		9,17	9,42

			Dic. 2023	Dic. 2022
RENTABILIDAD				
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	Utilidad últimos 12 meses / Activos totales	3,66	5,67
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	Utilidad últimos 12 meses / (Activos totales - plusvalía)	4,57	7,12
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	Utilidad últimos 12 meses / Patrimonio	10,73	16,77
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + plusvalía + propiedad, planta y equipos)	9,15	10,72
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + propiedad, planta y equipos)	12,50	15,10
EBITDA AJUSTADO POR ARRIENDO DE LOCALES				
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	CLP MMM	EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración	176.370	188.296
Cobertura de Gastos Financieros Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	Veces	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)	14,37	17,52
Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales	Veces	(Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes – obligaciones por derechos de uso corrientes y no corrientes – Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses	2,43	2,26

MEMORIA INTEGRADA 2023

Con respecto a los indicadores de **liquidez**, no existen grandes variaciones entre diciembre 2023 y diciembre 2022.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, no existen grandes variaciones entre diciembre 2023 y diciembre 2022.

En cuanto a los indicadores de **actividad**, las principales variaciones se observan en la rotación de inventario, explicado por la disminución de inventario, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento, y en la rotación de cuentas por cobrar, debido a un aumento en las cuentas por cobrar corrientes, 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 a los menores ingresos financieros, generando un aumento en los gastos financieros netos, tal como se describe en la sección 1 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **rentabilidad**, la menor rentabilidad se explica principalmente por la menor utilidad y el menor resultado operacional, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento. Adicionalmente, hay aumentos en las cuentas de activos y en el patrimonio, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

11.1.6

GESTIÓN DE RIESGOS

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 31 de diciembre de 2023, se encuentra una descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía, así como de las medidas utilizadas para mitigar dichos riesgos.

11.1.7

HECHOS RELEVANTES DEL PERÍODO

1. Con fecha 27 de marzo de 2023, mediante hecho esencial, se comunicó que el Directorio de SMU S.A. acordó:
 - (1) Citar a Junta Ordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta”) de la Sociedad para el día 20 de abril de 2023, 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, y someter a consideración de la Junta 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 2022;
 - ii. Pronunciamiento sobre el Informe de los Auditores Externos;

- iii. Pronunciamiento sobre la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2023 e informar gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2022;
 - iv. Informar sobre las actividades y gastos del Comité de Directores del ejercicio 2022 y determinación de su remuneración y presupuesto para el ejercicio 2023;
 - 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 2023;
 - vii. Designación de los Clasificadores Privados de Riesgo para el ejercicio 2023;
 - viii. Pago de dividendo y distribución de utilidades del ejercicio 2022;
 - 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.
- (2) Proponer a la Junta Ordinaria de Accionistas, repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2022, un dividendo de \$4,06695 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$6,47041 por acción, \$2,82270 por acción y \$3,81874 por acción, pagados a partir del 6 de junio 2022, 6 de septiembre de 2022, y 7 de diciembre 2022, respectivamente. Todos ellos equivalentes al 75% de las utilidades del año, lo que representa un monto total de \$99.065.586.952. El saldo pendiente a distribuir asciende a \$4,06695 por acción, equivalente a un monto total de \$23.438.669.409. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 28 de abril de 2023 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.
2. Con fecha 30 de marzo, la empresa clasificadora de riesgos ICR mejoró la tendencia de la clasificación de los bonos de SMU desde A+ (tendencia estable) hasta A+ (tendencia positiva).
3. Mediante el hecho esencial del 20 de abril de 2023, se comunicaron los acuerdos de la Junta Ordinaria de Accionistas, celebrada ese día:
- a) Aprobar la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2022.
 - b) Aprobar el Informe de los Auditores Externos.
 - c) Aprobar la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2023. Se informó además de los gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2022.
 - d) Aprobar las remuneraciones del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2023, junto con informar sobre las actividades y gastos de dicho comité durante el ejercicio 2022.
 - e) Aprobar el informe sobre las operaciones del Título XVI de la Ley 18.046.
 - f) Designar a KPMG Auditores Consultores Limitada como empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2023 y a Feller-Rate Clasificadora de Riesgos Limitada e ICR Compañía Clasificadora de Riesgos Limitada, como clasificadoras de riesgos para el ejercicio 2023.
 - g) Designar al Diario la tercer en su segmento el Pulso como periódico en el cual deberán realizarse las publicaciones sociales.

MEMORIA INTEGRADA 2023

- h) Repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2022, un dividendo de \$4,06695 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$6,47041 por acción, \$2,82270 por acción y \$3,81874 por acción, pagados a partir del 6 de junio 2022, 6 de septiembre de 2022, y 7 de diciembre 2022, respectivamente. Todos ellos equivalentes al 75% de las utilidades del año, lo que representa un monto total de \$99.065.586.952. El saldo pendiente a distribuir asciende a \$4,06695 por acción, equivalente a un monto total de \$23.438.669.409. Éste se pagaría a contar del día 28 de abril de 2023 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.
4. Con fecha 27 de abril de 2023, la clasificadora Feller-Rate cambió las perspectivas de la clasificación de los bonos de la Compañía desde A+ (perspectivas estables) hasta A+ (perspectivas positivas).
 5. Mediante el hecho esencial de fecha 15 de mayo de 2023, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$16.658.142.643, lo que corresponde a un dividendo de \$2,89043 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 5 de junio de 2023 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. Mediante el hecho esencial de fecha 16 de agosto de 2023, se informó que el directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$14.088.213.958, lo que corresponde a un dividendo de \$2,44451 por acción. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del segundo trimestre del presente ejercicio. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 7 de septiembre de 2023 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad al quinto día hábil anterior a la fecha establecida de pago.
 7. Con fecha 18 de agosto, se informó que durante los días 16 y 17 de agosto de 2023, la Compañía implementó un plan de optimización de su estructura organizacional, con la finalidad de incrementar la productividad, mitigando el alza de los gastos operacionales, y al mismo tiempo, contribuir a la experiencia de los clientes. El costo de implementar este plan fue de aproximadamente \$8.200 millones de pesos, contabilizado en los estados financieros del tercer trimestre del año 2023.
 8. Con fecha 31 de agosto de 2023, las clasificadoras de riesgo ICR y Feller-Rate mejoraron la clasificación de riesgo de la Compañía desde A+ (perspectivas positivas) hasta AA- (perspectivas estables).
 9. Con fecha 14 de septiembre, mediante hecho esencial, se comunicó la colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador de la Serie AP (código nemotécnico BCSMU-AP), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la CMF bajo el número 964 (en adelante, los “Bonos Serie AP”). Los Bonos Serie AP se colocaron a una tasa de interés de 4,44%, con una tasa anual de carátula de 4,5%, y con vencimiento al 1 de septiembre de 2033. La colocación de los Bonos Serie AP

se realizó por una suma total de 1.500.000 de Unidades de Fomento. Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos Serie AP serán destinados, en su totalidad, al refinanciamiento de pasivos financieros de la Sociedad.

10. Mediante el hecho esencial de fecha 13 de noviembre de 2023, se informó que el directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$8.426.844.106, lo que corresponde a un dividendo de \$1,46218 por acción. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del tercer trimestre del presente ejercicio. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 5 de diciembre de 2023 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad al quinto día hábil anterior a la fecha establecida de pago.
11. Con fecha 27 de noviembre de 2023, la Compañía informó que había alcanzado un acuerdo de compensación con Conadecus y SERNAC, como consecuencia de las demandas colectivas interpuestas por ambas por un monto de 3.438 UTA (aproximadamente 2.600 millones). Con este acuerdo, se pone fin a las demandas colectivas asociadas a la sentencia definitiva de la Corte Suprema recibida con fecha 8 de abril de 2020. Dicho monto será entregado al instituto de Previsión Social y fue reconocido en los estados financieros del cuarto trimestre de 2023.
12. Con fecha 27 de noviembre de 2023, SMU informó mediante hecho esencial que llegó a un acuerdo con las compañías de seguros para el pago del recupero del seguro que incluye las pérdidas reconocidas por daños debido a actos vandálicos ocurridos a partir del 18 de octubre de 2019, así como también el perjuicio por paralización asociado a dichos daños. La compañía mantenía una cuenta por cobrar por CLP 39.610 millones, reconocida el trimestre que ocurrieron los siniestros, sin embargo, el monto acordado fue de aproximadamente CLP 52 mil millones, por lo que se reconoció un impacto positivo antes de impuestos de aproximadamente CLP 13 mil millones en el cuarto trimestre de 2023, mientras que para efectos de caja entró en enero de 2024.
13. Con fecha 28 de diciembre de 2023, SMU informó acerca de los avances en su plan de crecimiento orgánico, destacando la apertura de 13 nuevas tiendas en Chile durante el año, incluyendo la inauguración de seis locales del proyecto Montserrat durante el cuarto trimestre. De esta forma la Compañía logró una exitosa ejecución de sus planes de crecimiento orgánico para el año, incluso superando su expectativa de abrir 12 tiendas en Chile. En total, las aperturas del año incluyeron nueve tiendas de Unimarc, dos tiendas de Super10 y dos tiendas de Alvi, además de una tienda del formato Maxiahorro, en Perú.

11.1.8

NOTA SOBRE LA PRESENTACIÓN Y COMPARACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Venta de OK Market

Con fecha 28 de febrero de 2022, se materializó la venta del negocio de conveniencia OK Market a la empresa mexicana FEMSA Comercio S.A. de C.V., operadora en Chile de las tiendas de conveniencia OXXO. De acuerdo a las disposiciones de la NIIF 5, en los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2023, el negocio OK Market se presenta como disponible para la venta.

Producto de lo anterior, en las cuentas del estado de resultados, al comparar los resultados de los períodos, en 2022 se reflejan los resultados del negocio OK Market correspondientes a los primeros dos meses de 2022 en la línea, “Utilidad del período de operaciones discontinuadas”, mientras que en 2023, 4T22 y 4T23, ya no existen utilidades relacionadas con este negocio.

En el estado de flujo de efectivo y estado de situación financiera, en tanto, no se refleja el negocio OK Market en ninguno de los períodos presentados.

Consolidación de Sociedades de Servicios Financieros

El 20 de diciembre de 2022, SMU incrementó su participación en la sociedad Inversiones RF S.A., accionista controlador de las sociedades Unicard S.A., Administradora de Tecnologías y Servicios Unicard Ltda. y Unimarc Corredores de Seguros Ltda., pasando a controlar Inversiones RF al ser el principal accionista. Lo anterior, implica que, a partir de dicha fecha, SMU consolida las sociedades antes mencionadas línea a línea.

Estas sociedades están asociadas a la operación de la tarjeta de crédito Unipay, medio de pago disponible para los clientes de Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, como un complemento a la propuesta de valor y a la actividad promocional, a través de facilitar sus pagos y contribuyendo a su fidelización.

En los estados financieros al 31 de diciembre de 2023, el estado de resultados de SMU consolida línea a línea los ingresos, costos y gastos de estas sociedades correspondientes a las fechas entre el 1 de enero y el 31 diciembre de este año. Sin embargo, para los períodos de tres y doce meses terminados al 31 de diciembre de 2022, los resultados de estas sociedades se presentan consolidados en una sola línea, bajo “Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación”. Por lo tanto, los dos períodos no son del todo comparables. Lo mismo ocurre con el estado de flujo de efectivo, que incluye movimientos de estas sociedades solamente en el período 2023.

En cambio, el estado de situación financiera sí es comparable, al presentar información al 31 de diciembre de 2023 y 31 de diciembre de 2022. En ambas fechas se consolida línea a línea todos los activos y pasivos de estas sociedades.

12.

INFORMACIÓN **ADICIONAL**

12.1 INFORMACIÓN SOBRE FILIALES Y ASOCIADAS

12.1.1 SUBSIDIARIAS DIRECTAS

Inversiones SMU Limitada	
Razón social	Inversiones SMU Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.147.279-8
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	834.970.314
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	35,3263%
Objeto social	Inversión en distintos instrumentos tales como cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de créditos en general, incluyendo acciones para percibir sus dividendos, en moneda nacional o extranjera, o de bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos; y podrá participar como socio, accionista o comunero en empresas o sociedades de cualquier naturaleza si con ello se consigue aumentar los fondos invertidos, cosa que no será necesario acreditar a terceros; podrá administrar los activos adquirido con sus inversiones y obtener las rentas y frutos provenientes de ellos y, en general, realizar toda clase de negocios rentísticos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 99,9999% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

Inversiones SMU SpA	
Razón social	Inversiones SMU SpA
Tipo de sociedad	Sociedad por Acciones
R.U.T.	76.142.764-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0001%
Objeto social	Inversión en distintos instrumentos, tales como: cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de créditos en general, incluyendo acciones para percibir sus dividendos, en moneda nacional o extranjera, o de bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos; y podrá participar como socio, accionista o comunero en empresas o sociedades de cualquier naturaleza si con ello se consigue aumentar los fondos invertidos, cosa que no será necesario acreditar a terceros; podrá administrar los activos adquirido con sus inversiones y obtener las rentas y frutos provenientes de ellos y, en general, realizar toda clase de negocios rentísticos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 100% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

OMICRÓN SpA	
Razón social	Omicrón SpA
Tipo de sociedad	Sociedad por Acciones
R.U.T.	76.023.547-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	100
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0000%)
Objeto social	Inversión en toda clase de bienes, sean muebles o inmuebles, corporales o incorporeales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio, y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estos valores y sus frutos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 100% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

INVERSIONES OMEGA LIMITADA	
Razón social	Inversiones Omega Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.007.938-3
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito (M\$)	502.211.248
Capital pagado (M\$)	421.031.248
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	16,6235%
Objeto social	Inversión en toda clase de bienes, sean muebles o inmuebles, corporales o incorporales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio, y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estos valores y sus frutos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 99,9999999% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

UNIDATA S.A.	
Razón social	UNIDATA S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.203.126-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.200
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,6072%
Objeto social	Fidelización de clientes de empresas nacionales e internacionales, a través de la prestación, suministro y desarrollo de múltiples servicios y la participación de toda clase de negocios en Chile y en el extranjero cuyo objeto se relacione directa o indirectamente con la actividad antes señalada, para lo cual la sociedad podrá concurrir a formar, modificar y tomar parte en toda clase de sociedades o asociaciones con dicho propósito; y así también tendrá como objeto la realización de actividades de consultoría de informática y de gestión de instalaciones informáticas; como también otras actividades y desarrollos de tecnología de la información y de servicios informáticos.
Actividad que desarrolla	Fidelización
Directorio	Arturo Silva Ortiz*, Marcelo Gálvez Saldías*, Eduardo Herrera Barros*, Claudia González Montt* y Horacio Montalva Jerez*
Gerente general	Luisa Astorino Morales*
Participación	SMU S.A. 99,916667% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, tecnológico y mercantil.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

INVERSIONES RF S.A.	
Razón social	Inversiones RF S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.208.961-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	36.718.348
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,09753%
Objeto social	Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Invertir en distintos instrumentos tales como cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de crédito en general, incluyendo acciones para percibir dividendos en moneda nacional o extranjera, o bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos. Y la participación e inversión en todo tipo de sociedades, sea con fines especulativos o de cualquier otro orden.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Arturo Silva Ortiz*, Marcelo Gálvez Saldías* y Andrés Winter Salgado
Gerente general	Marcelo Gálvez*
Participación	SMU S.A. 99,99999997%. Aumento de 52,96% durante el 2023 producto de aumento de capital.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

12.1.2 ASOCIADAS

UNIRED S.A.	
Razón social	Unired S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.063.653-3
Domicilio	Cerro el plomo 5680, piso 9, comuna de Las Condes.
Teléfono	No tiene
Capital suscrito y pagado (M\$)	5.986.838
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,2696%
Objeto social	Efectuar, por cuenta de bancos u otras empresas y pudiendo actuar a nombre propio, las siguientes actividades, actos jurídicos y operaciones vinculadas con la prestación de los siguientes servicios: Uno.- Recaudación y/o pagos de cuentas de agua, gas, electricidad, teléfono, televisión, autopistas, impuestos, otros servicios básicos, prestaciones previsionales, de seguros y mutuales; de prestaciones de salud; de créditos otorgados a personas naturales o jurídicas, tales como créditos de consumo, créditos automotriz, hipotecario, tarjeta y línea de crédito, leasing, entre otros; de cuotas de colegios, universidades, institutos, jardines, preuniversitarios y a cualquier otro establecimiento de carácter educativo; de cuotas, derechos, patentes, permisos, tasas, intereses, multas, partes, y otros similares correspondientes a instituciones privadas o públicas, a comunidades, condominios, institutos públicos y privados, de los pagos que les efectúen sus propios clientes o usuarios; de recargas telefónicas, de transporte, tarjetas de prepago, billetera electrónica y otras similares; y en general, todo tipo de operaciones de recaudación, de pagos de dinero o transferencia de dinero. Dos. - Pagos de remuneraciones, beneficios, premios, canjes, bonos y otros similares de instituciones privadas o públicas. Tres. - realizar depósitos y giros en cuenta corriente, de ahorro, vista, tarjeta de crédito, línea de crédito. Cuatro. - Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporeales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos; Cinco. - La participación e inversión en todo tipo de sociedades; Seis. - Servicios de difusión, promoción, marketing y arriendo de espacios a personas, naturales o jurídicas, de y/o para los productos o servicios comercializados por estas últimas; Siete. - Comercialización y venta de productos propios o de terceros. Ocho. - Desarrollar, gestionar y administrar portales y/o soluciones digitales propios o de terceros.
Actividad que desarrolla	Recaudaciones
Directorio	Andrés Winter Salgado, Horacio Salamanca Uboldi, Marcelo Gálvez Saldías, Cecilia Vergara Fisher y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcela Sáez Villouta
Participación	Inversiones SMU Limitada 48,99992% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración e inmobiliario

12.1.3 SUBSIDIARIAS INDIRECTAS

SUPERMERCADOS CHILE S.A.	
Razón social	Supermercados Chile S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.147.310-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	195.443.250
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	4,5514%
Objeto social	Invertir en distintos instrumentos tales como cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de créditos en general, incluyendo acciones, para percibir sus dividendos, en moneda nacional o extranjera, o bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos; y podrá participar como socio, accionista o comunero en empresas o sociedades de cualquier naturaleza si con ello se consigue aumentar los fondos invertidos, cosa que no será necesario acreditar a terceros; podrá administrar los activos adquiridos con sus inversiones y obtener las rentas y frutos provenientes de ellos y, en general realizar toda clase de negocios rentísticos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Inversiones SMU Limitada 99,9998306% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

RENDIC HERMANOS S.A.	
Razón social	Rendic Hermanos S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	81.537.600-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	642.085.432
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	47,9274%
Objeto social	La sociedad tendrá por objeto la realización de toda clase de actos de comercio, como la compra y/o permuta de cosas muebles para su posterior venta, permuta o arrendamiento en la misma forma original y/o en otra distinta, la explotación de supermercados, la compra de establecimientos de comercio, el arrendamiento de cosas muebles o inmuebles hecho con ánimo de arrendarlas, en la comisión o mandato comercial; empresas de almacenes, tiendas, bazares y otros establecimientos semejantes, empresa de transporte por tierra, mar y/o aéreo, empresas de construcción de bienes inmuebles por adherencia, como edificios, caminos, instalaciones industriales y otros similares; compra, venta y/o permuta de bienes inmuebles; la realización de actividades de promoción, distribución y comercialización de tarjetas de crédito, programas de concursos, campañas promocionales y en general toda clase de productos o servicios; y de todo tipo de operaciones de recaudación, pago, entrega de dinero o transferencias de dinero por si o por cuenta de terceros; y/o cualquier otro negocio u operación financiera que el Directorio por unanimidad decida ejecutar
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Sáez Correa
Participación	Inversiones SMU Limitada 99,99989% - Sin variación durante el año 2023.
Actos o contratos	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, inmobiliario, tecnológicos, y mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

SUPER 10 S.A.	
Razón social	Super 10 S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.012.833-3
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	119.996
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,6419%
Objeto social	<p>Uno.- El comercio de toda clase de bienes por cuenta propia o ajena, en especial explotando el ramo de supermercados y farmacias, sea bajo la forma de compraventa, importación, exportación, distribución, comisiones para comprar y vender, y consignación de toda clase de bienes muebles, sea como mayorista o minorista. Dos.- Efectuar inversiones por si o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporeales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Tres.- Prestar servicios de gestión, organización y administración de empresas y asesorías en materias financieras, comerciales, económicas, organizacionales, tributarias, legales y de marketing. Cuatro.- La Participación e inversión en todo tipo de sociedades. Cinco.- La realización de actividades de promoción, distribución y comercialización de tarjetas de crédito, programas de concursos, campañas promocionales y en general de toda clase de productos o servicios; y de todo tipo de operaciones de recaudación, pago, entrega de dinero o transferencia de dineros por si o por cuenta de terceros.</p>
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Nicolas Delsol
Participación	Supermercados Chile S.A. 99,999998% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, tecnológicos y mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

ALVI SUPERMERCADOS MAYORISTAS S.A.	
Razón social	Alvi Supermercados Mayoristas S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	96.618.540-6
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	69.725.327
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	3,2098%
Objeto social	La actividad comercial en sus más amplias y variadas formas o modalidades, en especial, la compraventa, importación, exportación, distribución y comercialización de toda clase de bienes, por cuenta propia o ajena, la representación de empresas nacionales o extranjeras, y demás actividades relacionadas que los accionistas acuerden; especialmente, la sociedad dedicará su actividad a la explotación del rubro de Supermercados de venta al por mayor y/o menor; la distribución y comercialización de productos lácteos, cecinas, abarrotes, confites, artículos de aseo y en general de toda clase de productos alimenticios de consumo masivo, al por mayor y/o menor; la distribución y comercialización de licores y bebidas alcohólicas, al por mayor y/o menor; y la distribución y comercialización de materiales de construcción y similares.- Todas las operaciones que sean natural antecedente o consecuencia de las anteriores.- Podrá participar en otra u otras empresas, sea cual fuere la forma jurídica que revistan o la nacionalidad que ostenten. Asimismo, podrá realizar actividades de promoción, distribución y comercialización de tarjetas de crédito, programas de concursos, campañas promocionales y en general de toda clase de productos o servicios; y de todo tipo de operaciones de recaudación, pago, entrega de dinero o transferencia de dineros por si o por cuenta de terceros.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Francisco Gaete Bascuñán
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, tecnológicos, y mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

ABU GOSCH Y COMPAÑÍA LIMITADA	
Razón social	Abu Gosch y Compañía Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	85.641.200-8
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	466.150
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,3240%
Objeto social	Fabricación de tejidos de lana y algodón; la fabricación de ropa de trabajo y vestuario en general; importación, exportación, representación, distribución, comercialización, y el comercio en general y cualquier otro negocio que los socios acordaren de común acuerdo, digan relación directa o indirecta con lo señalado, o formar o participar, en sociedades de igual o distinto giro ya sea de carácter civil o comercial.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Rendic Hermanos S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Sáez Correa
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99,46% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

SERVICIOS LOGÍSTICOS SANTIAGO S.A.	
Razón social	Servicios Logísticos Santiago S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.051.937-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,5384%)
Objeto social	Prestación de toda clase de servicios de bodegaje, custodia, almacenaje, control de inventario y logística en general. Distribución y Transporte de mercaderías por cuenta propia o ajena, prestación de toda clase de servicios de transporte de mercaderías y productos en vehículos propios o ajenos. Comercio de toda clase de bienes por cuenta propia o ajena, en especial explotando el ramo de supermercados y farmacias, sea bajo forma de compraventa, importación, exportación, distribución, comisiones para cobrar y vender y consignación de toda clase de bienes muebles, sea como mayorista o Minorista. Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Prestar servicios de gestión, organización, y administración de empresa y asesorías en materias financieras, comerciales, económicas, organizacionales, tributarias, legales y de marketing. La participación e inversión de todo tipo de sociedades.
Actividad que desarrolla	Logística
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Martin Celedón Yañez
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99,9% - Sin variación durante el año 2023.
Relación con la matriz	Servicios tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

SERVICIOS LOGÍSTICOS LA SERENA S.A.	
Razón social	Servicios Logísticos La Serena S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.051.947-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0561%)
Objeto social	Prestación de toda clase de servicios de bodegaje, custodia, almacenaje, control de inventario y logística en general. Distribución y Transporte de mercaderías por cuenta propia o ajena, prestación de toda clase de servicios de transporte de mercaderías y productos en vehículos propios o ajenos. Comercio de toda clase de bienes por cuenta propia o ajena, en especial explotando el ramo de supermercados y farmacias, sea bajo forma de compraventa, importación, exportación, distribución, comisiones para cobrar y vender y consignación de toda clase de bienes muebles, sea como mayorista o Minorista. Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Prestar servicios de gestión, organización, y administración de empresa y asesorías en materias financieras, comerciales, económicas, organizacionales, tributarias, legales y de marketing. La participación e inversión de todo tipo de sociedades.
Actividad que desarrolla	Logística
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Martin Celedón Yañez
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99,9% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicios de administración y tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

ESCUELA DE CAPACITACIÓN Y OFICIOS SUPERMERCADISTAS LIMITADA	
Razón social	Escuela de Capacitación y Oficios Supermercadistas Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.033.021-3
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0962%
Objeto social	Prestación de servicios de capacitación de acuerdo a la Ley N° 19.518, que fija el nuevo estatuto de capacitación y empleo, sus modificaciones y alcances, pudiendo prestar servicios de capacitación laboral u ocupacional y desarrollar actividades de capacitación dirigidas a vigilantes privados y guardias de seguridad en, materias inherentes a seguridad privada, a su especialidad y conforme sea autorizada por las autoridades e instituciones correspondientes.
Actividad que desarrolla	Capacitación
Administrador	Rendic Hermanos S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Sáez Correa
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicios de administración

MEMORIA INTEGRADA 2023

INMOBILIARIA SMU S.A.	
Razón social	Inmobiliaria SMU S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.139.841-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.001.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,2825%
Objeto social	La compra, venta, arrendamiento, subarrendamiento, corretaje u otra forma de explotación, loteo, subdivisión, fusión, construcción y urbanización de bienes raíces, ya sea por cuenta propia o ajena; y en general, la inversión por sí o por cuenta de terceros, en toda clase de bienes raíces o muebles, corporales o incorporales, valores, acciones y en toda clase de títulos de crédito e inversión; administrarlos, explotarlos, percibir sus frutos y rentas y disponer de ellas; La construcción por cuenta propia o ajena de toda clase de edificaciones, proyectos urbanísticos, complejos turísticos, hoteleros, comerciales y otros; La administración y explotación en todas sus formas de hoteles, centros comerciales, complejos turísticos, y/o proyectos inmobiliarios de toda clase, ya sea por cuenta propia o ajena; La prestación de servicios de gestión, organización y administración de empresas y asesorías en materias financieras, comerciales, económicas, organizacionales, tributarias, legales y de marketing; participación e inversión en todo tipo de sociedades sea con fines especulativos o de otro orden.
Actividad que desarrolla	Inmobiliaria
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99,9999%. - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

ALVI SERVICIOS LOGÍSTICOS LIMITADA	
Razón social	Alvi Servicios Logísticos Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	78.381.240-1
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	315.553
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0765%
Objeto social	Prestación de Servicios Logísticos a empresas nacionales y extranjeras, relacionado con el transporte terrestre de carga, en vehículos propios o de terceros, arrendamiento de todo tipo de vehículos motorizados, almacenaje en bodegas propias o ajenas, distribución de mercaderías, comercialización de productos alimenticios al por mayor y/o menor. En general, podrá dedicarse a cualquier otra actividad que socios acordaren estando o no comprendido en el giro social.
Actividad que desarrolla	Logística
Administrador	Alvi Supermercados Mayoristas S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Francisco Gaete Bascuñán
Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99,8677% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

MEMORIA INTEGRADA 2023

SERVI 2000 S.A.	
Razón social	Servi 2000 S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	96.781.670-1
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	262.944
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0007%
Objeto social	Comprar, vender, arrendar, subarrendar, distribuir, comercializar, importar, exportar, toda clase de equipos y sistemas computacionales. Prestar servicios de mantenimiento, reparación y soportes de equipos y sistemas computacionales. Prestar servicios de asesoría computacional y para la gestión, desarrollo, marcha y administración de empresas y servicios contables y tributarios.
Actividad que desarrolla	Servicios computacionales
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99,98%. - Sin variación durante el año 2023.
Actos o contratos	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

RED APOYO S.A.	
Razón social	Red Apoyo S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.948.390-K
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	3.401.127
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0556%
Objeto social	La operación como central de compras, comisionista e intermediador de toda clase de bienes y servicios; La compra y venta de todo tipo de mercadería; La distribución y logística de productos de consumo masivo y de equipamiento; El otorgamiento de créditos y servicios de asesoramiento financiero; La intermediación de servicios financieros, seguros y otros relacionados; El arriendo y subarriendo de equipos para negocios; La producción de eventos; La prestación de todo tipo de asesorías; La capacitación en el ámbito de los recursos humanos; La representación de marcas; y, La realización de inversiones en toda clase de bienes, sean muebles o inmuebles, corporales o incorporales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estas inversiones y sus frutos; la autorización y registro de las transacciones que efectúen los titulares o usuarios de tarjetas de provisiones de fondo (prepago), crédito y/o débito, tarjetas de alimentación, cupones o tickets, otros similares y cualquier medio que se desarrolle en el futuro, en adelante denominados en conjunto e indistintamente "los medios de pago"; las gestiones de afiliación de entidades al sistema, sin que las mismas comprendan la provisión de servicios normados como parte de la operación de los medios de pago, la provisión de terminales de punto de venta o de canales o aplicaciones de carácter electrónico o informático que permitan la autorización, captura, agregación y comunicación de operaciones de pago para que posteriormente sean procesadas por un operador de medios de pago para fines de su liquidación y/o pago; Otras actividades relacionadas con la operación de medios de pago, incluyendo la liquidación y/o pago de las sumas que correspondan a las entidades afiliadas conforme a la normativa vigente; y En general todo tipo de operaciones de recaudación, pago o transferencia de dinero a nombre de terceros.
Actividad que desarrolla	Administradora de servicios financieros para la red de almacenes de ALVI.
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99,59%. Sin variaciones durante el año 2023.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.
------------------------------------	--

TELEMERCADOS EUROPA S.A.	
Razón social	Telemercados Europa S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	87.711.200-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	147.623
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,2206%
Objeto social	Comercializar, comprar y vender, distribuir, representar importar y exportar toda clase de artículos para el hogar u otros, tales como abarrotes, ropa, artículos para deportes o recreación, muebles, productos de aseo del hogar o personal, de perfumería, línea blanca, vender y distribuir cigarros y tabaco al por mayor y por menor u otros de similar naturaleza. Podrá participar en otras sociedades cuyo objeto se relacione con lo expuesto.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Javier Fernández Fernández
Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99,99999%. - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

INVERSIONES DEL SUR S.A.	
Razón social	Inversiones del Sur S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.027.259-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito (M\$)	501.765.661
Capital pagado (M\$)	425.585.662
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	10,1036%
Objeto social	La realización de inversiones en toda clase de bienes. Sean muebles e inmuebles, corporales o incorporales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estas inversiones y sus frutos. La prestación de servicios en materias económicas, financieras, de organización y/o administración de empresas, de análisis, de negociación y estructuración de financiamiento, de administración integral de tesorería y ejecución presupuestaria, la realización de todo tipo de mandatos mercantiles y en general la prestación de todo tipo de servicios en áreas de actividades relacionadas con el desarrollo y administración de negocios.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Inversiones Omega Limitada 99,999999%. - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

SUPERMERCADOS DEL SUR LIMITADA	
Razón social	Supermercados del Sur Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.027.291-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito (M\$)	285.333.336
Capital pagado (M\$)	231.233.337
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	2,3943%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Inversiones del Sur S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Inversiones del Sur S.A. 99,999999% - Sin variación durante el año 2023.
Relación comercial con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MAYORISTAS DEL SUR LIMITADA	
Razón social	Mayoristas del Sur Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.027.289-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	17.671
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0884%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Inversiones del Sur S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Inversiones del Sur S.A. 99,99998% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

VALDIVIA S.A.	
Razón social	Valdivia S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.772-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0010%
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporeales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

PALOMA S.A.	
Razón social	Paloma S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.763-8
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0030%
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

SAN SEBASTIÁN S.A.	
Razón social	San Sebastián S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.749-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0028%
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporeales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

CHILOÉ S.A.	
Razón social	Chiloé S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.756-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0013%
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporeales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

PUERTO VARAS S.A.	
Razón social	Puerto Varas S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.752-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0004%
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporeales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Marcelo Fuentes Guglielmetti* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2023.
Actos o contratos	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIALIZADORA DEL SUR UNO LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Uno Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.0299.643-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	18.303
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,3690
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9997% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

COMERCIALIZADORA DEL SUR DOS LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Dos Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.209-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	3.917.266
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,3425%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,99999% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIALIZADORA DEL SUR TRES LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Tres Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.208-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	700.858
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0508%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,99996% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

COMERCIALIZADORA DEL SUR CUATRO LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Cuatro Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.661-9
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	2.936
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0501%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,99996% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIALIZADORA DEL SUR CINCO LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Cinco Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.738-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.426.231
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,1186%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,999997% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

COMERCIALIZADORA DEL SUR SEIS LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Seis Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.743-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	70.936
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,1115%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada
Gerente general	Marcelo Fuentes Guglielmetti*
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9999957% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

UNICARD S.A.	
Razón social	Unicard S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima Especial
R.U.T.	76.086.272-K
Domicilio	Cerro El Plomo 5680, piso 9, Las Condes, Santiago
Teléfono	No tiene
Capital suscrito y pagado (M\$)	72.500.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0243%
Objeto social	El objeto social exclusivo de la Sociedad será la emisión de tarjetas de crédito y la realización de todas las actividades complementarias que autorice la Superintendencia de Banco e Instituciones Financieras o la institución o servicio público que la reemplace o suceda.
Actividad que desarrolla	Emisión tarjeta crédito Unipay (ex tarjeta Unimarc)
Directorio	Andrés Olivos Bambach, Horacio Salamanca Uboldi, Marcelo Galvez Saldías, Arturo Silva Ortiz* y Andrés Winter Salgado
Gerente general	Inguer Pérez-Borroto
Participación	SMU S.A. 42,63% directamente; Inversiones RF 57,37% indirectamente. Sin cambios durante 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio administración, inmobiliario, y tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

ADMINISTRADORA DE TECNOLOGÍAS Y SERVICIOS UNICARD LTDA.	
Razón social	Administradora de Tecnologías y Servicios Unicard Ltda.
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.891.181-9
Domicilio	Cerro El Plomo 5680, piso 9, Las Condes, Santiago
Teléfono	No tiene
Capital autorizado y pagado (M\$)	10.531.314
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,1442%
Objeto social	Efectuar por cuenta propia o de terceros, y pudiendo actuar a nombre propio, las siguientes actividades, actos jurídicos y operaciones vinculadas a la prestación de los siguientes servicios: la prestación a personas naturales o jurídicas, de todo tipo de servicios, materiales y/o inmateriales, y en especial, la prestación de servicios computacionales, operacionales, administrativos y de soporte a los negocios, así como cualesquiera otros destinados a ayudar a dichas personas en la puesta en marcha y/o administración y/o mantención de sistemas de financiamiento para la adquisición de todo tipo de bienes; el análisis y evaluación de riesgo; la obtención de créditos a corto y/o largo plazo; la evaluación, organización, estructuración, intermediación, agenciamiento y ejecución, por cuenta propia o ajena, de la comercialización de toda clase de instalaciones, mantención, asesorías y/o servicio de seguridad, reparaciones, vehículos de reemplazo, asistencia en ruta, grúas, y asistencias de cualquier naturaleza tales como viajes, robos, u otras, para personas y su hogar, y la ejecución de todas las operaciones, actos jurídicos e implementación de negocios conforme al giro social y en general la prestación de todo tipo de servicios, incluyendo el diseño y estructuración de éstos, junto a la celebración de todos los actos y contratos necesarios o conducentes a la realización del objeto social, o que se relacionen directa o indirectamente con el objeto social.
Actividad que desarrolla	Prestación de servicios
Gerente general	Raúl Leal Rozas
Participación	SMU 42,63% directamente; Inversiones RF 57,37% indirectamente. Sin cambios durante 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio administración

UNIMARC CORREDORES DE SEGUROS LIMITADA	
Razón social	Unimarc Corredores De Seguros Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.454.856-6
Domicilio	Cerro El Plomo 5680, piso 9, Las Condes, Santiago
Teléfono	No tiene
Capital autorizado y pagado (M\$)	1.727.500
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0243%)
Objeto social	a) Actuar como corredor o intermediario en la contratación de toda clase de seguros de daños o de personas, excepto los seguros previsionales, con cualquier entidad aseguradora autorizada para operar en Chile, de conformidad con lo establecido en el artículo 57, del DFL 251, de 1931 b) Ofrecer, comercializar y/o producir todo tipo de servicios complementarios o conexos con el negocio asegurador, tales como servicios de asistencia, inspecciones, asesorías técnicas, etc. la sociedad no podrá dedicarse al giro de liquidador de siniestros ni a ningún otro giro prohibido por ley o restringido a sociedades anónimas especiales. En el desarrollo de su giro la sociedad podrá efectuar todo tipo de asesorías y prestaciones de servicios relacionados con dichos objetos, en la forma más amplia que actualmente o en el futuro lo permita la legislación.
Actividad que desarrolla	Corredores de seguros
Representante legal	Raúl Leal Rozas
Participación	SMU 42,63% directamente; Inversiones RF 57,37% indirectamente. Sin cambios durante 2023.
Relación contractual con la matriz	Servicio administración, inmobiliario

MEMORIA INTEGRADA 2023

SMU PERÚ S.A.C.	
Razón social	SMU Perú S.A.C.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima Cerrada
RUC	20514675156
Domicilio	Avenida El Polo 670 interior 801, Centro Empresarial El Polo II, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, Perú.
Teléfono	+51-1-7006700
Capital suscrito y pagado (MPEN)	221.473
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,9387%
Objeto social	Adquirir y ser tenedora de acciones de MAYORSA S.A. Para realizar su objeto y practicar las actividades vinculadas a él, la Sociedad podrá realizar y celebrar actos, acuerdos, convenios y/o contratos relacionados con las acciones de su propiedad en MAYORSA S.A.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Pilar Dañoibeitia Estades*, Marcelo Gálvez Saldías*, Raúl Sotomayor Valenzuela*, Gustavo Persson Donoso* Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Patricio Llosa Bellido*
Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99,999999% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MAYORSA S.A.	
Razón social	Mayorsa S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
RUC	20108730294
Domicilio	Avenida El Polo 670 interior 801, Centro Empresarial El Polo II, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, Perú.
Teléfono	+51-1-7006700
Capital suscrito y pagado (MPEN)	135.510
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0007%
Objeto social	Dedicarse a la industria, producción, manufacturación, distribución, compra venta de abarrotes, productos afines y dedicados al quehacer diario, importación y exportación de todo tipo de bienes y productos, artesanías, textiles, productos agrícolas, servicio en general, actividades conexas.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Pilar Dañobeitia Estades*, Marcelo Gálvez Saldías*, Raúl Sotomayor Valenzuela*, Gustavo Persson Donoso* y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Patricio Llosa Bellido*
Participación	SMU Perú S.A.C. 99,419164%.
Relación contractual con la matriz	Servicios tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2023

INVERSIONES PACUCHA S.A.	
Razón social	Inversiones Pacucha S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
RUC	20537302306
Domicilio	Avenida El Polo 670 interior 801, Centro Empresarial El Polo II, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, Perú.
Teléfono	+51-1-7006700
Capital suscrito y pagado (MPEN)	1
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0121%)
Objeto social	Otras actividades empresariales NCP.
Actividad que desarrolla	Otras actividades empresariales NCP.
Directorio	No tiene
Gerente general	Patricio Llosa Bellido*
Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99,9% - Sin variación durante el año 2023.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MALLA SOCIETARIA 2023

SMU S.A.

76.012.676-4

42,63%

UNIMARC CORREDORES
DE SEGUROS LTDA.
76.454.856-6

42,63%

ADMINISTRADORA DE
TECNOLOGÍAS Y SERVICIOS
UNICARD LTDA.
76.891.181-9

42,627%

UNICARD S.A.
76.086.272-K

99,9999997%

INVERSIONES RF S.A.
76.208.0961-0

57,37%

UNIMARC CORREDORES
DE SEGUROS LTDA.
76.454.856-6

57,37%

ADMINISTRADORA DE
TARJETAS UNICARD LTDA.
76.891.181-9

57,373%

UNICARD S.A.
76.086.272-K

99,999998%

SUPER 10 S.A.
76.012.833-3

99,99872%

ALVI SUPERMERCADOS
MAYORISTAS S.A.
96.618.540-6

99,99999%

TELEMERCADOS
EUROPA S.A.
87.711.200-4

99,9%

PACUCHA S.A.
EXTRANJERO
20537302305

99,9999995%

SMU PERU S.A.C
EXTRANJERO
20514675156

99,59%

RED APOYO S.A.
76.948.390-K

99,98%

SERVI 2000 S.A.
95.781.670-1

99,8677%

ALVI SERVICIOS
LOGÍSTICOS LTDA.

99,419164%

MAYORSA S.A.
EXTRANJERO
20514675156

99,46%

ABU GOSCH Y CIA. LTDA.
85.641.200-8

99,9%

SERV. LOG. SANTIAGO S.A.
76.051.947-2

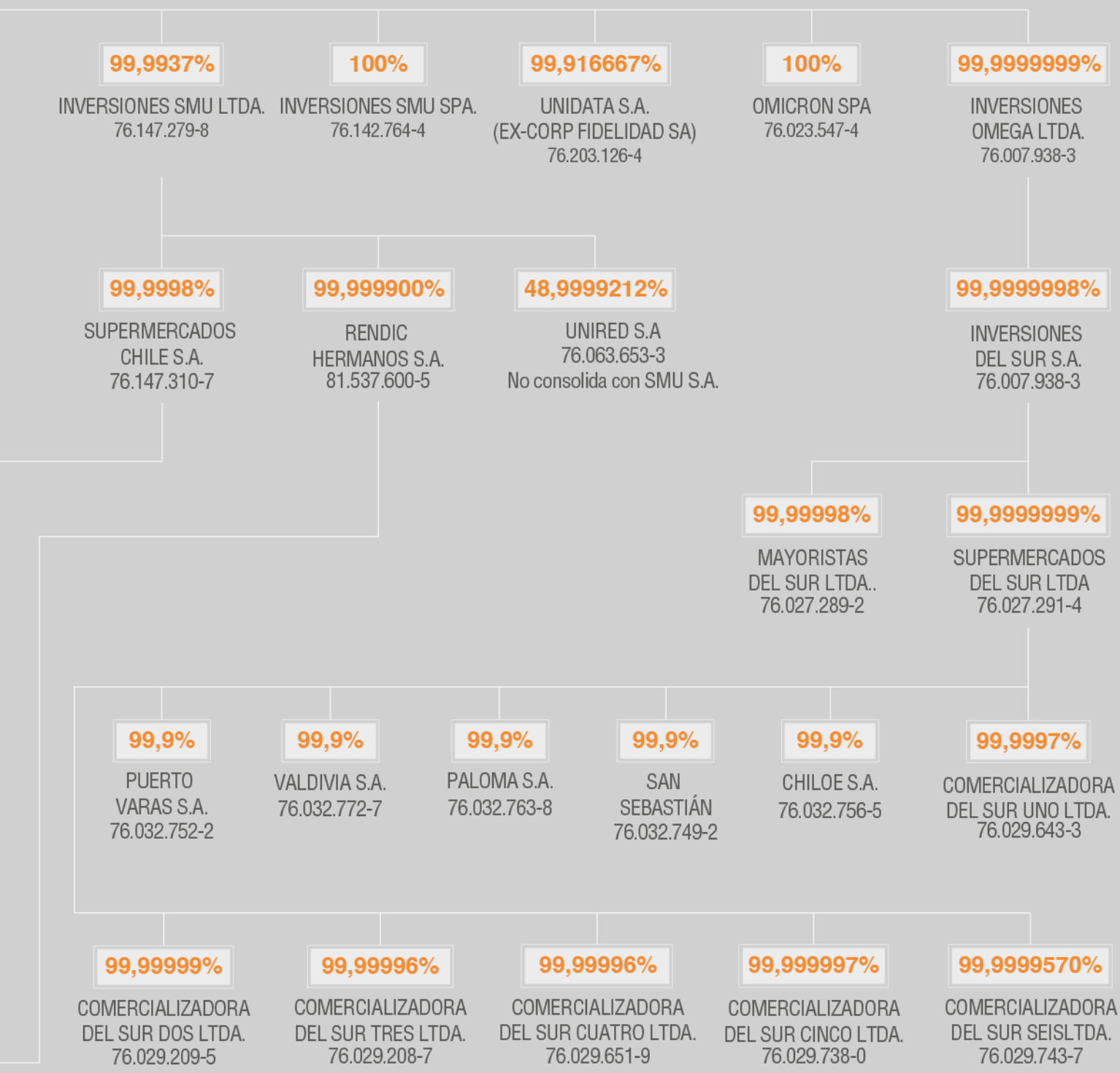
SERV. LOG. SANTIAGO S.A.
76.051.937-5

99%

ESCUELA DE
CAPACITACIÓN LTDA.
76.033.021-3

99,9999%

INMOBILIARIA SMU S.A.
76.206.961-0



99,9937%

INVERSIONES SMU LTDA.
76.147.279-8

100%

INVERSIONES SMU SPA.
76.142.764-4

99,916667%

UNIDATA S.A.
(EX-CORP FIDELIDAD SA)
76.203.126-4

100%

OMICRON SPA
76.023.547-4

99,9999999%

INVERSIONES OMEGA LTDA.
76.007.938-3

99,9998%

SUPERMERCADOS CHILE S.A.
76.147.310-7

99,999900%

RENDIC HERMANOS S.A.
81.537.600-5

48,9999212%

UNIRED S.A.
76.063.653-3
No consolida con SMU S.A.

99,9999998%

INVERSIONES DEL SUR S.A.
76.007.938-3

99,99998%

MAYORISTAS DEL SUR LTDA..
76.027.289-2

99,9999999%

SUPERMERCADOS DEL SUR LTDA
76.027.291-4

99,9%

PUERTO VARAS S.A.
76.032.752-2

99,9%

VALDIVIA S.A.
76.032.772-7

99,9%

PALOMA S.A.
76.032.763-8

99,9%

SAN SEBASTIÁN
76.032.749-2

99,9%

CHILOE S.A.
76.032.756-5

99,9997%

COMERCIALIZADORA DEL SUR UNO LTDA.
76.029.643-3

99,99999%

COMERCIALIZADORA DEL SUR DOS LTDA.
76.029.209-5

99,99996%

COMERCIALIZADORA DEL SUR TRES LTDA.
76.029.208-7

99,99996%

COMERCIALIZADORA DEL SUR CUATRO LTDA.
76.029.651-9

99,999997%

COMERCIALIZADORA DEL SUR CINCO LTDA.
76.029.738-0

99,9999570%

COMERCIALIZADORA DEL SUR SEISLTDA.
76.029.743-7

12.2

CERTIFICACIONES INDEPENDIENTES

A continuación se incluye copia de las siguientes certificaciones independientes:

- Informe de Aseguramiento sobre Contenidos ASG
- Certificación ISO 50001 Sistema de Gestión Energética
- Certificación Indicadores de Seguridad Laboral
- Certificación Plan de Cumplimiento Protección Derechos Consumidores



Informe Aseguramiento Independiente

Hemos sido contratados por la Administración de SMU S.A. (en adelante la Compañía), para informar y entregar una conclusión de seguridad limitada independiente con respecto a si la evaluación de contenidos ASG de la Memoria Integrada 2023 de SMU S.A. está en cumplimiento con el Estándar para la elaboración de Informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en todos sus aspectos significativos bajo ISAE 3000 (en adelante "el Informe") para el año terminado el 31 de diciembre de 2023.

Contenidos ASG de la Memoria Integrada 2023 cubiertos por este encargo de aseguramiento limitado son:

Contenidos asegurados	Estándar asegurado
302-1 Consumo energético dentro de la organización	GRI
303-5 Consumo de agua	GRI
306-3 Residuos generados	GRI
403-9 Lesiones por accidente laboral	GRI
405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	GRI

Responsabilidades de SMU S.A.

La Compañía confirma que la parte responsable del levantamiento y presentación de los contenidos ASG de la Memoria Integrada 2023 de SMU S.A. y el medidor o evaluador de la información de dicha Memoria es la Administración de SMU.

Nuestro trabajo se ha realizado sobre la base de que la Compañía reconoce y entiende que la Administración de SMU es responsable de:

- La presentación de los Contenidos ASG de la Memoria Integrada 2023 incluidos en el trabajo, esté en cumplimiento con el Estándar para la elaboración de Informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI).
- La preparación y presentación razonable de la afirmación que señala que Contenidos ASG de la Memoria Integrada 2023 incluidos en el trabajo está en cumplimiento con el Estándar para la elaboración de Informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI).
- El diseño, la implementación y el mantenimiento del control interno que determinan que es necesario para permitir el cumplimiento con estándar GRI y que esté exenta de incumplimientos, ya sea causado por fraude o error.
- La prevención y detección de fraude, y de identificar y asegurar que la Compañía cumple con las leyes y regulaciones aplicables a sus actividades.



- (e) De asegurar que cualquier cambio en la información pertinente sobre el Trabajo de Aseguramiento incluye todas las unidades de negocios significativas.
- (f) Esta responsabilidad también incluye informarnos sobre cualquier cambio en las operaciones de la Compañía desde el 1 de enero de 2023 y a la fecha de la emisión de nuestra conclusión.

Responsabilidad del Profesional de Aseguramiento

Nuestra responsabilidad es emitir un informe de aseguramiento de seguridad limitada independiente sobre si los Contenidos ASG de la Memoria Integrada 2023 incluidos en el Trabajo de Aseguramiento están en cumplimiento con el Estándar para la elaboración de Informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en todos sus aspectos significativos bajo ISAE 3000.

Hemos cumplido con la independencia y otros requisitos éticos del Código de Ética para Contadores Profesionales emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores, que se fundamenta en principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y conducta profesional e implementamos procedimientos de control de calidad que sean aplicables al trabajo individual de acuerdo con los requerimientos de la Norma Internacional para el Control de la Calidad 1: "Control de Calidad para las Firmas que Realizan Auditorías y Revisiones de Información Financiera Histórica, y Otros Trabajos de Aseguramiento y Servicios Relacionados (ISQC 1)" y planificamos y realizamos nuestro trabajo para obtener una conclusión de seguridad limitada independiente. Con base en lo anterior, confirmamos que hemos ejecutado este encargo para SMU S.A. de manera independiente y libre de conflictos de interés.

El alcance de un encargo de aseguramiento de seguridad limitada independiente es sustancialmente inferior al de un encargo de aseguramiento razonable, y por lo tanto la seguridad proporcionada es también menor.

Los procedimientos que realizamos se basan en nuestro juicio profesional e incluyeron consultas, observación de procesos, análisis de documentación, procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Entrevistamos a personal clave de la Administración de SMU S.A., con objeto de evaluar el proceso de elaboración, definición de su contenido y los sistemas de información utilizados del Trabajo de Aseguramiento.
- Verificamos de los datos incluidos en el Trabajo de Aseguramiento a partir de la documentación de respaldo proporcionada por la administración. Sin embargo, nuestros procedimientos no incluyeron el testeado de los datos en los que se basan las estimaciones o desarrollar por separado nuestras propias estimaciones contra las cuales evaluar las de SMU S.A.
- Analizamos de los procesos de recopilación y de control interno de los datos cuantitativos reflejados en el Trabajo de Aseguramiento.
- Verificamos de la fiabilidad de la información utilizando procedimientos analíticos y pruebas de revisión en bases a muestreos y revisión de cálculos mediante re-cálculos.
- Revisamos la redacción y revisamos la maqueta de la Memoria Integrada 2023 que contiene el Trabajo de Aseguramiento.

Los procedimientos realizados en un trabajo de seguridad limitada varían en naturaleza y oportunidad y son menos extensos que para un trabajo de seguridad razonable. En consecuencia, el nivel de seguridad obtenido en un trabajo de seguridad limitada es sustancialmente más bajo que la seguridad que se habría obtenido si se hubiera realizado un trabajo de seguridad razonable.

Propósito de nuestro reporte

De acuerdo con los términos de nuestro trabajo, este informe de aseguramiento ha sido preparado para SMU S.A. con el propósito de asistir a la Administración de SMU en determinar si los contenidos ASG de la Memoria Integrada 2023 incluidos en el Trabajo de Aseguramiento y, objeto de seguridad limitada, están preparados y presentados de acuerdo con el estándar para la elaboración de Informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en todos sus aspectos significativos bajo ISAE 3000.

Restricciones de uso del reporte

SMU S.A. confirma que los usuarios de su Memoria Integrada 2023 y nuestros informes de aseguramiento respecto de los contenidos ASG de la Memoria Integrada 2023 son la administración de la Compañía, el Directorio, colaboradores y proveedores de la Compañía, las comunidades locales de los lugares donde la Compañía desarrolla sus actividades, los inversionistas y reguladores de SMU S.A., y las organizaciones gremiales a las que se encuentre afiliada la Compañía como apoyo a sus procesos de toma de decisiones.

Cualquier tercero diferente a los "Usuarios" mencionados en el párrafo anterior, que obtenga acceso a nuestro informe o una copia del mismo y determine basarse en él, o en cualquier parte del mismo lo hará bajo su propio riesgo. En la mayor medida de lo posible, según lo permitido por ley, no aceptamos ni asumimos responsabilidad ante terceros diferentes a los "Usuarios", por nuestro trabajo, por este informe de aseguramiento limitado, o por las conclusiones a las que hemos llegado.

Este informe se entrega a SMU S.A. sobre la base de que no debe ser copiado o referido, en su totalidad o en parte, sin nuestro consentimiento previo escrito. Asimismo, este informe sólo puede ser divulgado, en su totalidad y no en parte, para los fines internos propios de SMU S.A. y a terceros con el objeto de dar a conocer que los contenidos reportados han sido verificados por un tercero independiente.



Nuestras conclusiones

Nuestra conclusión ha sido establecida, basada en y sujeta a los asuntos descritos en este reporte.

Consideramos que la evidencia que hemos obtenido es suficiente y apropiada para fundamentar la conclusión que expresamos a continuación.

Con base en los procedimientos realizados y en la evidencia obtenida, descritos anteriormente, nada ha llamado nuestra atención que nos indique que los Contenidos ASG de la Memoria Integrada 2023 listados anteriormente, para el año terminado el 31 de diciembre de 2023, no están preparados y presentados de manera adecuada, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con el estándar para la elaboración de Informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en todos sus aspectos significativos bajo ISAE 3000, lo que incluye la fiabilidad de los datos, la adecuación de la información presentada y la ausencia de desviaciones y omisiones significativas.

Atentamente,

KPMG Ltda.

Karin Eggers G.
Head ESG Services, KPMG Chile
Co-Lead ESG, South American Cluster



Seguridad y Salud en el Trabajo – SMU S.A. Y FILIALES

1. Antecedentes generales

Con base en el requerimiento realizado por la Empresa SMU S.A. Y FILIALES, Rut: 76012676-4, se procede a informar los detalles estadísticos.

2. Información requerida

2.1 Seguridad y Salud en el Trabajo – Fatales.

Fatales	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022	FY 2023
SMU S.A. y Filiales	0	0	0	0	0	0	0


2.2 Salud y Seguridad Ocupacional - Índice de Frecuencia de Lesiones con Tiempo Perdido (LTIFR) Trabajadores:

LTIFR LTIFR	Unidad	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022	FY 2023
Trabajadores	n/millón de horas trabajadas	34,0	29,7	26,5	19,1	22,6	28,0	22,4
Cobertura de datos (como % de trabajadores, operaciones o ingresos)	Porcentaje de: (trabajadores)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

2.3 Índice de Frecuencia de Enfermedades Profesionales (OIFR) – Trabajadores

OIFR	Unidad	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022	FY 2023
Trabajadores	n/millón de horas Trabajo	0,37	0,19	0,15	0,12	0,00	0,14	0,14
Cobertura de datos (como % de contratistas, operaciones o ingresos)	Porcentaje de: (trabajadores)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

El total de horas trabajadas por los trabajadores, estimado por el Instituto de Seguridad del Trabajo, utilizado para elaborar este documento es de 132 horas por trabajador.


Raúl Rojas Romero
Gerente de Prevención



Viña del Mar, 25 de marzo de 2024
RRR/SCV
(* Información proporcionada por la empresa.)



CERTIFICADO N° 2/2022

PLAN DE CUMPLIMIENTO - LEY 19.496 SOBRE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

DISEÑADO EN EL MARCO DE UNA COLABORACIÓN SUSTANCIAL DEL PROVEEDOR ANTE EVENTUALES INFRACCIONES CONFORME AL ARTÍCULO 24, INCISO CUARTO LETRA C) – LEY 19.496

En Santiago de Chile, a 30 de diciembre de 2022, MC Compliance S.A., RUT N°76.125.969-5, registrada como entidad idónea para la Certificación de Planes de Cumplimiento en normas de Protección al Consumidor, ante el Servicio Nacional del Consumidor (en adelante "SERNAC"), de acuerdo con lo establecido en la Resolución Exenta N°689, de fecha 10 de septiembre del año 2021, certifica que la empresa que se menciona a continuación:

- SMU S.A. RUT 76.012.676-4

Ha diseñado e implementado un plan de cumplimiento en normas sobre protección de los derechos de los consumidores, conforme a la Ley 19.496, y demás normativa vigente -reglamentaria o administrativa- aplicable, que alcanza a los deberes y obligaciones del proveedor en materia de:

- Protección de datos personales, en cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 4 y 9 de la Ley 19.628 en relación con lo dispuesto en el artículo 2 bis letra b), y 15 bis de la Ley 19.496;
- Deberes de información, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 3 letra b) de la Ley 19.496;
- Publicidad, en cumplimiento de lo dispuesto en las normas del párrafo 1º Información y Publicidad, del Título III de la Ley 19.496;
- Normas sobre cumplimiento contractual, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 3 letra e) y 18 de la Ley 19.496;
- Garantía legal, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 3 letra e) y 20 de la Ley 19.496;
- Promociones y ofertas, en cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 35 y 36 de la Ley 19.496;
- Seguridad en los productos, en cumplimiento en el artículo 3 letra d), 45 y 46 de la Ley 19.496; y
- Equidad en las estipulaciones, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 16 de la Ley 19.496. Adicionalmente se ha observado la empresa a certificar ha adoptado medidas que contribuyen en la profesionalidad del proveedor tales como velar por la capacitación de sus colaboradores en materia de Protección de los Derechos de los consumidores, y el establecimiento de un Código de Ética que transmite el compromiso de la compañía por representar y cuidar las relaciones con sus clientes.

El contenido y alcance del plan de cumplimiento se ajusta a lo establecido en la resolución del Servicio N°689 de fecha 10 de septiembre de 2021, que aprueba la circular interpretativa sobre el alcance, contenido, procedimiento de aprobación y presentación de los planes de cumplimiento de los artículos 24 inciso cuarto letra c) y 54 P de la Ley N°19.496, y a la Especificación Técnica INN/ET1 planes de cumplimiento para la protección de los derechos de los consumidores.

Periodo de vigencia de la certificación de 24 meses contados desde el 30 de diciembre de 2022.


DocuSign Envelope ID: 5F4EDDD0-87E8-4AA0-8C8F-7D48E99027D0




Estuvo a cargo de la dirección del proceso de Certificación y de la evaluación del Plan de Cumplimiento la Sra. Johanna Scotti Becerra, RUT N°13.852.271-7.

MC Compliance S.A., declara que no pertenece al grupo empresarial de la entidad Certificada y que ni MC Compliance S.A. ni sus personas relacionadas han asesorado a la entidad Certificada o a una entidad de su grupo empresarial para efectos del diseño o implementación del Plan de Cumplimiento.

En consideración a la mejora continua, los procesos actualmente en desarrollo del Plan de Cumplimiento elaborado por SMU S.A. y el rol de seguimiento y monitoreo, es que MC Compliance S.A. recomienda al proveedor subsanar las brechas y hallazgos levantados previo a la solicitud de aprobación ante el SERNAC.

DocuSigned by:

AAB6F3AE6448492...
Patricio Eguiguren M.
Presidente Ejecutivo

DocuSigned by:

94C358C7C262483...
Sra. Johanna Scotti B.
Abogado Jefe

MC Compliance S.A.

13.

METODOLOGÍA



13.1 SOBRE ESTE REPORTE

SMU presenta su quinta memoria integrada, correspondiente al período entre el 1 de enero y 31 de diciembre 2023 y abordando las operaciones de SMU y sus filiales en Chile y Perú.

Este reporte se realiza acorde a lo establecido por la Comisión del Mercado Financiero en la Norma de Carácter General N°461, respondiendo además al estándar SASB (Sustainability Accounting Standards Board) para la industria de minoristas y distribuidores de alimentos, y haciendo referencia al estándar GRI (Global Reporting Initiative), año 2021.

El proceso de levantamiento de información para la elaboración de la Memoria Integrada consideró la participación de distintas áreas especializadas de la Compañía. Los contenidos abordados en este documento fueron validados con los responsables de las áreas especialistas, gerentes corporativos y el Directorio de SMU.

Para más información acerca del contenido de la presente Memoria Integrada dirigirse al departamento de Relación con Inversionistas de SMU, correo electrónico investor_relations@smu.cl.

13.2 ASUNTOS MATERIALES

Los temas materiales⁶³ de una organización son los impactos más significativos que una organización genera o podría generar sobre la economía, el medio ambiente o las personas, incluidos los efectos sobre los derechos humanos y que, a su vez, puede ser indicativo de su contribución (negativa o positiva) al desarrollo sostenible. SMU realiza un proceso de doble materialidad con el objetivo de identificar los temas materiales para así informar acerca de ellos en su Memoria Integrada.

El proceso de materialidad de SMU incluye una revisión de información secundaria y primaria, y el uso de los estándares internacionales GRI (Global Reporting Initiative) y SASB (Sustainability Accounting Standards Board), como también TCFD (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures). La incorporación de estos estándares permite a la Compañía identificar los impactos que afectan al negocio, como también aquellos que afectan a sus grupos de interés.

⁶³ Definición según GRI, año 2021.

13.2.1 IDENTIFICACIÓN DE ASUNTOS MATERIALES

13.2.1.1 Proceso de Materialidad

El último proceso de materialidad se efectuó el año 2022, y consideró un exhaustivo levantamiento de información secundaria y primaria, con la participación de los grupos de interés, lo que permitió identificar los impactos positivos y negativos, potenciales y reales para el negocio y los partes interesadas. A continuación se describen las etapas del proceso:

Etapas 1: Entender el contexto de la organización

Revisión de las características de la organización y contexto de sostenibilidad, incluyendo aquí:

- Revisión de documentos corporativos, encuestas, políticas, declaraciones, publicaciones, manuales, reglamentos y códigos.
- Benchmark a los reportes de sostenibilidad y memorias integradas elaborados por actores relevantes de la industria supermercadista, a nivel local e internacional, con el objetivo de identificar estrategias, modelos y principales acciones en materia de sostenibilidad.
- Requerimientos de información por el cuestionario CSA (Corporate Sustainability Assessment) para el Dow Jones Sustainability Index.
- Normativas y regulaciones aplicables a la actividad desarrollada por SMU, en materia de protección al consumidor, libre competencia, prevención de delitos, seguridad laboral, inclusión laboral, etiquetado de alimentos y gestión de residuos, entre otras.

Etapas 2: Identificar los impactos significativos, reales y potenciales, negativos y positivos. La selección de impactos fue definida a partir de las iniciativas internas de SMU (Plan Estratégico, Gestión de Riesgos, Informe en Derechos Humanos, Política de Sostenibilidad, otros) y fuentes externas cobertura de Prensa sectorial, de SMU y Redes Sociales, diferenciando los impactos negativos de los positivos y tomando en consideración los lineamientos de los estándares SASB Minoritas y Distribuidores de Alimentos y las recomendaciones que entrega la OCDE en su Guía de Debida Diligencia para Conductas Empresariales Responsables. Inicialmente se identificaron más de 80 impactos reales y potenciales, y se estableció un umbral de relevancia para priorizar los impactos más significativos.

Etapas 3: Evaluar la importancia de los impactos

Dentro de esta etapa se consideró la aplicación de los criterios GRI, un proceso de consulta a los grupos de interés, y la opinión de una persona experta en temas de sostenibilidad, específicamente, en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

- **Paso 1.** Los impactos identificados se sometieron a una preselección siguiendo los criterios del GRI. Esto fue realizado en el caso de los impactos negativos por los criterios de “gravedad” y “probabilidad” y en el caso de los positivos por “alcance”, “escala” y “probabilidad”, siendo posteriormente agrupados en categorías más amplias, llegando así a un total de 47 impactos a ser presentados a los grupos de interés.
- **Paso 2.** La lista preseleccionada fue presentada a los representantes de todos los grupos de interés, para que evaluaran los impactos más relevantes de informar. A través de entrevistas individuales se abordaron a accionistas, asociaciones gremiales, asociaciones de consumidores, Directores de SMU, fundaciones, medios de comunicación, proveedores y sindicatos. Mediante focus group se levantó la opinión de los clientes de los formatos Unimarc, Mayorista 10 y Alvi. Este proceso fue realizado por consultoras externas; para que los consultados pudieran expresarse libremente, las respuestas fueron anonimizadas.
- **Paso 3.** Los resultados fueron presentados a la experta: Directora Ejecutiva de Pacto Global Capítulo Chileno, Margarita Ducci.

Etapas 4: Priorizar los temas materiales

La lista de temas materiales fue presentada al Comité de Sostenibilidad y Directorio para su calibración y validación.

Es importante mencionar además que los resultados del análisis de materialidad también se incorporan a los procesos de gestión de riesgos de la Compañía. Se realizó un análisis de si los temas materiales identificados y validados estaban cubiertos por los diferentes tipos de riesgos que la Compañía había identificado y estaba gestionando previamente, con el fin de detectar posibles brechas.

13.2.1.2

Actualización de Materialidad

En SMU la materialidad se revisa en forma periódica todos los años. Para la presente Memoria, se realizó una actualización del proceso de materialidad, tomando como base el trabajo del año anterior, y centrándose en la revisión de información secundaria que permitiera identificar temas materiales nuevos que hayan surgido durante el último año. Para lo anterior, se hizo un benchmark de las empresas de la industria y estándares internacionales, centrado en un análisis cuantitativo de los temas materiales identificados en reportes de sostenibilidad y memorias del año 2022.

El ejercicio permitió confirmar por una parte la coherencia con el listado de temas materiales de SMU y las grandes materias de sostenibilidad de la industria, e identificar tres nuevos temas a considerar: consumo sustentable, no desperdicio de alimentos y derechos humanos;

MEMORIA INTEGRADA 2023

materias que, si bien no constituían un tema aparte, si estaban contenidas dentro de otros temas materiales en el ejercicio 2022.

El ejercicio de materialidad y sus resultados fueron presentados al Comité de Sostenibilidad, integrado por Directores y ejecutivos de la Compañía, dando cuenta de los temas materiales que habían sido identificados. Posteriormente estos resultados fueron presentados al Directorio para su validación final.

Como resultado se obtuvo una lista de 14 temas materiales, los que se concentran en cinco dimensiones:

- I. Desempeño Económico y Gestión de la Ética
- II. Gestión de Clientes
- III. Gestión de Personas
- IV. Abastecimiento Responsable y Comunidad
- V. Gestión Ambiental

Temas materiales identificados

Tema Material	Impactos
DESEMPEÑO ECONÓMICO Y GESTIÓN DE LA ÉTICA	
Crecimiento orgánico y omnicanal	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto en la generación de empleo local, oportunidades emprendedores locales, acceso a servicios, otros.
Gestión de ética y cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión ética y cumplimiento normativo, política de anticorrupción y libre competencia
Manejo de información y datos privados	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de datos personales de colaboradores, clientes y proveedores.
Derechos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Respeto a los Derechos Humanos en toda la cadena de valor.
GESTIÓN DE CLIENTES	
Experiencia de clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativas de ahorro que se puedan ofrecer. • Adaptación a nuevas necesidades de clientes. • Disponibilidad de productos • Infraestructura y accesibilidad
Seguridad alimentaria y salud física de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad e inocuidad de los productos • Información y etiquetado de productos
Consumo Sustentable	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del consumo sustentable • Certificaciones y ecoetiquetado
GESTIÓN DE PERSONAS	
Condiciones laborales	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de talento • Calidad de vida • Compensaciones • Libre asociación sindical y de colaboradores de SMU.
Diversidad, inclusión y no discriminación	<ul style="list-style-type: none"> • Equidad de remuneración • Oportunidades laborales inclusivas transversales en la organización. • Prevención del Acoso y maltrato laboral
ABASTECIMIENTO RESPONSABLE Y COMUNIDAD	

Abastecimiento responsable	<ul style="list-style-type: none">• Resiliencia de la cadena de suministro ante nuevas exigencias de sostenibilidad• Impactos ambientales y sociales en la cadena de suministro
Gestión de los impactos en la calidad de vida de las comunidades	<ul style="list-style-type: none">• Calidad de vida de la comunidad vecina a nuestras operaciones
GESTIÓN AMBIENTAL	
Gestión de residuos	<ul style="list-style-type: none">• Residuos asociados a la operación del supermercado
Cambio Climático y Gestión de Emisiones	<ul style="list-style-type: none">• Generación de gases de efecto invernadero en la cadena de valor.• Eficiencia energética
Desperdicio de Alimentos	<ul style="list-style-type: none">• Emisiones de gases efecto invernadero y residuos generados• Contribución social a las comunidades debido a iniciativas de no desperdicio de alimentos

13.4 ÍNDICE GRI

DECLARACIÓN DE USO	SMU S.A ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el período comprendido entre 1 de enero y 31 de diciembre de 2023 utilizando como referencia los Estándares GRI.
GRI 1 Usado	GRI 1: Fundamentos
GRI 2 Usado	GRI 2: Contenidos generales
GRI 3 Usado	GRI 3: Temas materiales
GRI 4 Usado	GRI 202: Presencia en el mercado
GRI 5 Usado	GRI 204: Prácticas de adquisición
GRI 6 Usado	GRI 205: Anticorrupción
GRI 7 Usado	GRI 206: Libre competencia
GRI 8 Usado	GRI 302: Energía
GRI 9 Usado	GRI 305: Emisiones
GRI 10 Usado	GRI 306: Residuos
GRI 11 Usado	GRI 401: Empleo
GRI 12 Usado	GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo
GRI 13 Usado	GRI 404: Capacitación
GRI 14 Usado	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades
GRI 15 Usado	GRI 406: No Discriminación
GRI 16 Usado	GRI 413: Comunidades locales
GRI 17 Usado	GRI 414: Evaluación social de los proveedores
GRI 18 Usado	GRI 416: Salud y seguridad de los clientes
GRI 19 Usado	GRI 417: Marketing y etiquetado
GRI 20 Usado	GRI 418: Privacidad del cliente

MEMORIA INTEGRADA 2023

LA ORGANIZACIÓN Y SU PRESENTACIÓN DE INFORMES	PÁGINA
LA ORGANIZACIÓN Y SUS PRÁCTICAS DE PRESENTACIÓN DE INFORMES	
2-1 Detalles organizacionales	21, 97, 303
2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	357
2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	357
2-4 Actualización de la información	Las actualizaciones de información se explican a lo largo del texto
2-5 Verificación externa	80, 90, 346-349
2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	17-18, 21, 227-231
ACTIVIDADES Y TRABAJADORES	
2-7 Empleados	200, 209
2-8 Trabajadores que no son empleados	187
GOBERNANZA	
2-9 Estructura de gobernanza y composición	61-71, 81-88
2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	77
2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	65
2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	73-74
2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	84-86, 104-105, 124
2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	357
2-15 Conflictos de interés	70-71, 90
2-16 Comunicación de inquietudes críticas	81-88
2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	78-79
2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	78-79
2-19 Políticas de remuneración	72, 95-97
2-20 Proceso para determinar la remuneración	72
2-21 Ratio de compensación total anual	Información confidencial

ESTRATEGIA, POLÍTICAS Y PRÁCTICAS

2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	7-10
2-23 Compromisos y políticas	43-48, 139-142
2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	43
2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	135, 137-138, 142
2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	49-51, 135
2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	146, 148, 150
2-28 Afiliación a asociaciones	52-54

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	48, 49
2-30 Convenios de negociación colectiva	186

MEMORIA INTEGRADA 2023

TEMAS MATERIALES	PÁGINA
3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	358-360
3-2 Lista de temas materiales	361-362
3-3 Gestión de los temas materiales	
CRECIMIENTO ORGÁNICO, MULTIFORMATO Y OMNICANAL	
GRI 202: PRESENCIA EN EL MERCADO	
202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	69, 201-204
GRI 401: EMPLEO	
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal	160-161, 209
401-3 Permiso Parental	180-183
GESTIÓN ÉTICA Y CUMPLIMIENTO	
GRI 205: ANTICORRUPCIÓN	
205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	144-146
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	79, 134
GRI 206: LIBRE COMPETENCIA	
206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	146
DERECHOS HUMANOS	
NCG461 3.6: GESTIÓN DE RIESGOS	104-107, 139-142
MANEJO DE LA INFORMACIÓN Y DATOS PRIVADOS	
GRI 418: PRIVACIDAD DEL CLIENTE	
418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	149

TEMAS MATERIALES	PÁGINA
3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	358-360
3-2 Lista de temas materiales	361-362
3-3 Gestión de los temas materiales	
CRECIMIENTO ORGÁNICO, MULTIFORMATO Y OMNICANAL	
GRI 202: PRESENCIA EN EL MERCADO	
202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	69, 201-204
GRI 401: EMPLEO	
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal	160-161, 209
401-3 Permiso Parental	180-183
GESTIÓN ÉTICA Y CUMPLIMIENTO	
GRI 205: ANTICORRUPCIÓN	
205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	144-146
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	80, 134
GRI 206: LIBRE COMPETENCIA	
206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	147
DERECHOS HUMANOS	
NCG461 3.6: GESTIÓN DE RIESGOS	104-107, 139-142
MANEJO DE LA INFORMACIÓN Y DATOS PRIVADOS	
GRI 418: PRIVACIDAD DEL CLIENTE	
418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	149

MEMORIA INTEGRADA 2023

EXPERIENCIA DE CLIENTES	
GRI 416: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES	
416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	222-223
GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO	
417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	223
SEGURIDAD ALIMENTARIA Y SALUD FÍSICA DE LOS CLIENTES	
GRI 416: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES	
416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	222-223
CONSUMO SUSTENTABLE	
PROPIO: Porcentaje de productos certificados	233-234
PROPIO: Gestión del packaging reciclable	259-260
CONDICIONES LABORALES	
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	
403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	188-195
403-9 Lesiones por accidentes laborales	195-198
403-10 Dolencia y enfermedades laborales	199
GRI 404: CAPACITACIÓN	
404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	162-163
404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	165
DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y NO DISCRIMINACIÓN	
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	
405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	69, 200-210
405-2 Ratio de salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	169
GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN	
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	137-138
ABASTECIMIENTO RESPONSABLE	
GRI 204: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN	
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	235, 241
GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES	
414-1 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	228-233

PROPIO: DESARROLLO DE PROVEEDORES LOCALES	235-239
GESTIÓN DE LOS IMPACTOS EN LA CALIDAD DE VIDA DE LAS COMUNIDADES	
GRI 413: COMUNIDADES LOCALES	
413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	245-252
GESTIÓN DE RESIDUOS	
GRI 306: RESIDUOS	
306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	255-263
306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	255-263
306-3 Residuos generados	255-263
306-4 Residuos no destinados a eliminación	258
CAMBIO CLIMÁTICO Y GESTIÓN DE EMISIONES	
GRI 302: ENERGÍA	
302-1 Consumo de energía dentro de la organización	271
GRI 305: EMISIONES	
305-1 Emisiones directas de GEI	269
305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía	269
305-3 Otras emisiones indirectas de GEI	269-270
305-5 Reducción de las emisiones de GEI	264-265
DESPERDICIO DE ALIMENTOS	
FB-FR-150a.1 Cantidad de residuos alimentarios generados, porcentaje desviado del flujo de residuos	258

13.5 ÍNDICE CMF

Código CMF	Concepto	Página
2.1	Misión, visión, propósito y valores.	15-16
2.2	Información histórica	19-20
2.3.1	Situación de control	98
2.3.2	Cambios importantes en la propiedad o control	98
2.3.3	Identificación de socios o accionistas mayoritarios	99
2.3.4	Acciones, sus características y derechos	97-101
2.3.5	Otros Valores	101-103
3.1	Marco de gobernanza	36;43-44; 48-57; 61-97; 133-152; 159-166
3.2	Directorio	65-80
3.3	Comités del Directorio	80-93
3.4	Ejecutivos principales	94-95
3.5	Adherencia a códigos nacionales o internacionales	63
3.6	Gestión de riesgos	30-34; 73-77; 104-129;133-152
3.7	Relación con los grupos de interés y el público en general	48-51; 63; 77
4.1	Horizontes de tiempo (estrategia)	30-36
4.2	Objetivos estratégicos	30-36
4.3	Planes de inversión	35-36
5.1.1	Número de personas por sexo	200
5.1.2	Número de personas por nacionalidad	201-204
5.1.3	Número de personas por rango de edad	205-206
5.1.4	Antigüedad laboral	207-208
5.1.5	Número de personas con discapacidad	210
5.2	Formalidad laboral	209
5.3	Adaptabilidad laboral	179-181
5.4.1	Política de equidad	167-168

Código CMF	Concepto	Página
5.4.2	Brecha salarial (equiparidad salarial)	169
5.5	Acoso laboral y sexual	151-152
5.6	Seguridad laboral	188-199
5.7	Permiso postnatal	180-183
5.8	Capacitación y beneficios	161-164; 178-185
5.9	Política de subcontratación	187
6.1	Sector industrial	21-40; 48-57; 152-154
6.2	Negocios	21-40; 213; 227
6.3	Grupos de interés	48-57
6.4	Propiedades e instalaciones	29-30
6.5.1	Subsidiarias y asociadas	302-344
6.5.2	Inversión en otras sociedades	N.A.
7.1	Pago a proveedores	240-241
7.2	Evaluación de proveedores	228-234
8.1.1	Cumplimiento legal y normativo: clientes	146-149
8.1.2	Cumplimiento legal y normativo: trabajadores	150-152
8.1.3	Cumplimiento legal y normativo: medioambiente	152
8.1.4	Cumplimiento legal y normativo: libre competencia	146
8.1.5	Cumplimiento legal y normativo: otros	144-145
8.2	Indicadores de sostenibilidad por tipo de industria	372-381
9	Hechos relevantes o esenciales	296-299
10	Comentarios de accionistas y del comité de directores	99
11	Informes financieros	Ver nota ⁶⁴

⁶⁴ Los estados financieros de SMU S.A. y filiales están disponibles en la página web de la Comisión para el Mercado Financiero (<https://www.cmfchile.cl/institucional/mercados/entidad.php?mercado=V&rut=76012676&grupo=&tipoentidad=RVEMI&row=AAWy2ACTAAABzMAAB&vig=Vl&control=svs&pestanía=3>) y en la página web de la Compañía (https://assets.ctfassets.net/63tonbtz0lhl/250QzIHdla7dPtCSwDjIj7/ca3a5a9344c2cb7572d9d2602496eb3c/Estados_financieros_PDF_76012676_202312.pdf).

13.6 TABLA DE CONTENIDOS SASB

Gestión del combustible de la flota		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-110a.1	(1) La cantidad total de combustible consumido por los vehículos de su flota como una cifra conjunta y en gigajulios (GJ), (2) el porcentaje de la cantidad total de combustible consumido por los vehículos de su flota que sea combustible renovable	No aplica. Los vehículos utilizados en las operaciones de SMU son de propiedad de y operados por terceros.

Emisiones atmosféricas por la refrigeración		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-110b.1	Total emisiones brutas de alcance 1 procedentes de gases refrigerantes (tCO ₂ e)	232.994 Ton CO ₂ e
FB-FR-110b.2	Porcentaje de refrigerantes consumidos con un potencial de agotamiento de la capa de ozono nulo	1,99%
FB-FR-110b.3	Tasa media de emisiones de refrigerantes	3.099,107%

Gestión de la energía		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-130a.1	(1) Energía operativa consumida (GJ); (2) Porcentaje electricidad de la red; (3) Porcentaje de energía consumida que sea energía renovable	(1) 1.041.822 GJ (2) 87,7% (3) 10,6%

Gestión de residuos alimentarios		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-150a.1	(1) Cantidad total de residuos alimentarios y alimentos invendibles que genera en toneladas métricas; (2) Porcentaje de residuos alimentarios o alimentos invendibles que se ha desviado o rescatado; (3) La entidad describirá los métodos de cuantificación utilizados para calcular la cantidad de residuos alimentarios y partes incomedibles de conformidad con las Directrices sobre el Método de Cuantificación FLW.	(1) 11.313,9 toneladas (2) 7,3% (3) El cálculo de los residuos alimentarios y partes incomedibles se realiza a partir de registros diarios de productos vendidos y no vendidos, utilizando datos de unidades de productos, que han sido escritos o almacenados en bases de datos automatizadas, con información de peso de alimentos netos, con embalajes y otros, los cuales sistemáticamente se recolectan para llevar el registro de los residuos alimentarios generados diariamente en cada establecimiento. Los registros consideran los alimentos vendidos, invendibles, donados, etc. Es el método de cuantificación a través de balance de masa.

MEMORIA INTEGRADA 2023

Seguridad de Los Datos		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-230a.1	(1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII), (3) número de clientes afectados	No ha habido ninguna filtración de datos en 2023.
FB-FR-230a.2	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	<p>SMU establece el marco de referencia ISO 27000 como guía de buenas prácticas para la identificación de amenazas, vulnerabilidades y los riesgos de la seguridad de la información.</p> <p>Esto parte de la implicación, apoyo y seguimiento de la alta dirección, para que la seguridad sea inherente a la operación y la tecnología utilizada en nuestros procesos.</p> <p>Así mismo y relacionado con lo anterior, hay controles establecidos para mitigar el riesgo desde diferentes ámbitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seguridad desde el diseño que se hace tangible en la revisión de todo proceso, producto y proyecto tecnológico por parte del área de Seguridad TI como requerimiento necesario para la adquisición a un tercero o desarrollo interno. - Capacitación permanente de colaboradores, tanto teórica con cursos y boletines periódicos sobre hábitos de seguridad en sus funciones, como práctica mediante la realización de ejercicios de simulación de ataques de ingeniería social. - Análisis continuo de las nuevas amenazas externas y contramedidas basadas en la implementación de tecnologías de protección adecuadas tanto a la infraestructura tecnológica como al modelo de relación con clientes.

Seguridad alimentaria		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-250a.1	Tasa de infracción de seguridad alimentaria de alto riesgo	SMU no recibió sumarios sanitarios relacionados con la seguridad alimentaria en 2023.
FB-FR-250a.2	(1) Número total de retiradas de productos relacionadas con la seguridad alimentaria; (2) Número de unidades retiradas; (3) Porcentaje de unidades retiradas que son productos de marca propia; (4) En caso de existir retiradas que afectaron a un número significativo de unidades de producto o relacionadas con una enfermedad grave o posible fallecimiento: describir 1. Descripción y causa de la retirada, 2. Cantidad total de productos alimenticios retirados, 3. Coste de reparación del problema, 4. Si la retirada fue voluntaria o involuntaria, 5. Medidas correctivas, 6. Cualquier otra consecuencia significativa (por ejemplo, procedimientos judiciales o fallecimientos de consumidores)	(1) Se realizaron 8 retiros relacionados a alertas sanitaria e inocuidad, 3 de los cuales fueron solicitados por la autoridad sanitaria y el restante fueron articulados de manera preventiva por la Compañía. (2) 83.000 unidades retiradas aproximadamente (3) 25% de los retiros corresponden a marcas propias. (4) No hubo retiradas relacionadas a posible enfermedad o fallecimiento.

MEMORIA INTEGRADA 2023

Salud y nutrición de los productos		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-260a.1	Total de ingresos procedentes de las ventas de aquellos de sus productos cuyo etiquetado o marketing esté enfocado a promover los atributos de salud y nutrición	SMU busca informar a sus clientes acerca de los productos que comercializa, promoviendo, por ejemplo, los atributos nutricionales de las frutas y verduras en sus salas de ventas. Los esfuerzos de la Compañía se complementan con la legislación vigente en Chile, donde, para promover que los consumidores tomen decisiones informadas y prefieran alimentos saludables, existe la Ley de Etiquetado, la que obliga a los productores a poner un sello con forma de disco pare cuando un producto es alto en sodio, grasa, azúcar y/o calorías. Asimismo, existen campañas comunicacionales, recomendando a los consumidores a preferir alimentos sin sellos. Las ventas de productos sin sellos en 2023 ascendieron a \$894.767 millones, equivalente al 32% de las ventas de mercaderías en el año.
FB-FR-260a.2	Análisis del proceso de identificación y gestión de los productos e ingredientes relacionados con las preocupaciones nutricionales y de salud de los consumidores, incluyendo (1) esfuerzos por identificar las preocupaciones, los productos y los ingredientes relacionados con esas preocupaciones, y los riesgos y oportunidades resultantes, (2) la forma en que se gestionan y comunican las preocupaciones y los riesgos identificados, (3) el uso de programas de certificación que aborden las preocupaciones y preferencias de los consumidores sobre los	<p>(1) Cada uno de los formatos de SMU define y ajusta el surtido de productos en función de las preferencias y necesidades de sus clientes, basado en el profundo conocimiento que posee, a partir de sus programas de fidelización, además de estudios y encuestas. De esta manera, identifica nuevas tendencias y cambios en preferencias de sus clientes, incluyendo aspectos de salud y nutrición, además de los ingredientes de los productos que consumen, y que pueden representar oportunidades de realizar modificaciones en el surtido de productos u otros aspectos de la experiencia de compra.</p> <p>(2) La gerencia corporativa de marketing y clientes es el área responsable de entender las necesidades de los clientes, y asesora a los diferentes formatos, proporcionando estudios y análisis que permitan generar planes de acción. A partir de esta información, cada formato aborda las nuevas tendencias de la manera que mejor se adecua a sus clientes.</p> <p>(3) SMU exige que sus proveedores de marcas propias y marcas controladas cuenten con certificaciones bajo los estándares de la Iniciativa Global de Inocuidad Alimentaria, en el caso de</p>

ingredientes, aditivos y posibles alérgenos, (4) cualquier queja significativa, como las que puedan acabar con la presentación de demandas, concerniente a las preocupaciones nutricionales y de salud asociadas a productos o ingredientes, así como cualquier esfuerzo para mitigar los riesgos relacionados en el futuro

proveedores de alimentos, o bajo estándares de gestión de calidad ISO 9000 o equivalentes para proveedores de productos non-food. De no contar con estas certificaciones, se deben someter a auditorías de calidad realizadas por empresas independientes.

(4) Durante 2023, SMU no recibió quejas significativas relacionadas con preocupaciones nutricionales y de salud asociadas a productos o ingredientes.

Etiquetado y Marketing de Productos		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-270a.1	Número de incidentes de no conformidad de los códigos reglamentarios o del sector para el etiquetado o el marketing	Durante el año 2023 se presentaron 4 sumarios sanitarios por ley de etiquetado, los cuales tuvieron su origen en el proveedor. Razón por lo cual se trabajó con ellos para mejorar dichas NC.
FB-FR-270a.2	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las prácticas de etiquetado o de marketing	No aplica. No ha habido ningún procedimiento judicial en esta materia.
FB-FR-270a.3	Ingresos de los productos etiquetados como (1) que contienen organismos modificados genéticamente (OMG) y (2) que no contienen OMG	La Compañía se encuentra en proceso de levantamiento de esta información.

MEMORIA INTEGRADA 2023

Prácticas Laborales		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
		(1) Salario medio por hora, colaboradores de tiendas y centros de distribución, SMU Chile: CLP 5.131
		Salario medio por hora, colaboradores de tiendas y centros de distribución, SMU Perú: PEN 1.760
		(2) % empleados que ganan salario mínimo, SMU Chile: 0%
FB-FR-310a.1	(1) Salario medio por hora y (2) porcentaje de empleados de tiendas y centros de distribución que ganan el salario mínimo, por región	% empleados que ganan salario mínimo, SMU Perú: 0%
		Los salarios en SMU tanto en Chile como Perú incluyen el sueldo base (el que debe ser al menos equivalente al ingreso mínimo mensual, definido en cada país) además de gratificaciones mensuales y/o anuales y otras asignaciones fijas, como son la movilización, colación, vales de alimentación (Perú), entre otros. Por lo tanto, ningún empleado gana el salario mínimo. Las escalas de rentas de la Compañía se actualizan semestralmente según variación IPC que se aplica en los meses de junio y diciembre de cada año.
FB-FR-310a.2	Porcentaje de la fuerza laboral activa cubierta por los convenios colectivos de trabajo	65%
FB-FR-310a.3	(1) Número de interrupciones del trabajo y (2) total de días de inactividad	La Compañía no tuvo interrupciones del trabajo ni, por consiguiente, días de inactividad, durante el año 2023.
FB-FR-310a.4	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales	(1) \$1.223 millones. Este monto contempla sentencias ejecutoriadas, equivalentes jurisdiccionales (conciliaciones, avenimientos y transacciones) y multas laborales ejecutoriadas cursadas por la Dirección del Trabajo. Los principales motivos incluyen despido

relacionados con: (1) las infracciones de la legislación laboral y (2) la discriminación laboral

injustificado, accidentes del trabajo, documentación laboral, comunicación de factores de riesgos y gestión de turnos laborales.

(2) Durante el año 2022, la Compañía no fue condenada por acciones de tutela laboral. Sin embargo, se registró una pérdida monetaria de \$54,8 millones como resultado del pago de equivalentes jurisdiccionales tales como conciliaciones, avenimientos y transacciones, correspondientes a 13 acciones en materia de discriminación en el empleo.

Para evitar nuevos incidentes, la Compañía busca evitar las conductas asociadas a través de capacitaciones.

Gestión de los impactos ambientales y sociales en la cadena de suministro		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-430a.1	Ingresos de productos certificados por terceros según los estándares de suministro sostenible ambiental o social	Las ventas de productos certificados por terceros según los estándares de suministro sostenible ambiental o social en 2023 ascendieron a \$160.427 millones.
FB-FR-430a.2	Porcentaje de ingresos procedentes de (1) huevos de gallinas no enjauladas; (2) carne de cerdo producida sin el uso de jaulas de gestación	(1) El porcentaje correspondiente a ingresos procedentes de huevos de gallinas no enjauladas es del 4,6% de la venta total de huevos. (2) La Compañía está intentando recopilar esta información con sus proveedores.
FB-FR-430a.3	Análisis de la estrategia para gestionar los riesgos ambientales y sociales en la cadena de suministro, incluido el bienestar animal.	Las relaciones entre SMU y sus proveedores se rigen por políticas y procedimientos que buscan promover la transparencia, el trato justo y las buenas prácticas. Incluyen el

MEMORIA INTEGRADA 2023

Entre las estrategias pertinentes que se pueden examinar se encuentran, entre otras, la selección de proveedores, la diversificación de proveedores, los programas de formación para proveedores sobre buenas prácticas de gestión ambiental, la participación de los proveedores en cuestiones laborales y de derechos humanos, el mantenimiento de un código de conducta de la cadena de suministro, las auditorías de la cadena de suministro y las certificaciones.

El análisis de bienestar animal incluirá, entre otros aspectos: (1) Objetivos de la entidad en relación con los estándares sobre bienestar animal y sus progresos para alcanzarlos; (2) Requisitos para los proveedores en relación con los estándares sobre bienestar animal; (3) Forma de encarar, si la hay, los estándares sobre bienestar animal en los contratos con los proveedores.

La entidad describirá el uso que hace de las certificaciones de bienestar animal.

Código de Ética y Conducta de Negocios y las políticas de prevención de delitos, derechos humanos, abastecimiento responsable y bienestar animal, entre otras políticas y procedimientos específicos dependiendo de la naturaleza de cada proveedor.

Para definir si se inicia o mantiene una relación contractual o comercial, SMU evalúa a los proveedores actuales y potenciales en función de criterios que dependen de la naturaleza del producto o servicio a contratar. Estos criterios pueden incluir, entre otros, factores relacionados con el sistema de control interno del proveedor, eficiencia energética, cumplimiento de normativa laboral, anticorrupción, inclusión social y agricultura sostenible.

Como parte de su gestión de riesgos en la cadena de suministro, durante 2022 y 2023, SMU realizó el primer proceso de debida diligencia en derechos humanos, cubriendo sus operaciones en Chile. Este proceso incluye riesgos de derechos humanos en la cadena de suministro.

Con respecto al bienestar animal, de acuerdo con su política de bienestar animal, SMU rechaza prácticas que se aparten del respeto por el bienestar animal y exige a sus proveedores que cumplan con los debidos permisos y normativa legal en esta materia. Asimismo, la Compañía se encuentra levantando información y buenas prácticas,

incluyendo certificaciones, con sus proveedores de productos de origen animal para aumentar la visibilidad de factores relacionados con el bienestar animal y que éstos sean considerados en los procesos de compra, cumpliendo así con las condiciones sanitarias y éticas asociadas a estos productos.

FB-FR-310a.4	La entidad examinará sus estrategias para reducir los efectos ambientales de los embalajes, como la optimización del peso y el volumen del embalaje para una aplicación determinada o la utilización de materiales alternativos, incluidos aquellos que son renovables, reciclados, reciclables o compostables.	De acuerdo con su Política de Gestión Ambiental, SMU busca reducir su impacto a través del reciclaje, valorización y reutilización de sus residuos, y está permanentemente evaluando nuevas prácticas para mejorar su gestión. Adicionalmente, la Compañía promueve el reciclaje con sus clientes y colaboradores. En esta línea, busca aumentar la reciclabilidad de los productos de marcas propias de SMU, como parte del Acuerdo de Producción Limpia (APL) de Eco-Etiquetado II que es liderado por SOFOFA y la agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático del ministerio de Medio Ambiente.
--------------	---	--

Parámetros de Actividad		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-000.A	Número de (1) puntos de venta al por menor y (2) centros de distribución	(1) 420 (2) 10
FB-FR-000.B	Superficie total de (1) espacio de venta al por menor y (2) centros de distribución	(1) 502.000 m2 (2) 160.000 m2
FB-FR-000.C	Número de vehículos en la flota comercial	No aplica. Los vehículos utilizados en las operaciones de SMU son de propiedad de y operados por terceros.
FB-FR-000.D	Toneladas por milla recorrida	No aplica. Los vehículos utilizados en las operaciones de SMU son de propiedad de y operados por terceros.

