

Resultados 1T26

Mayo 2026



Disclaimer

Esta presentación contiene proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera que estas proyecciones son razonables, en base a la información que se posee actualmente, existen distintos factores que podrían llevar a que nuestros resultados difieran en significativamente con respecto a lo esperado, de acuerdo a nuestras proyecciones estimadas. Cifras asociadas a fechas futuras, así como las palabras “meta”, “objetivo”, “creer”, “buscar”, “esperar”, “estimar”, “proyectar”, “planificar”, “debería”, “anticipar” y otras palabras similares, buscan expresar proyecciones estimadas. Estas proyecciones estimadas incluyen información acerca de los resultados posibles o esperados de nuestras operaciones, estrategias de negocio, planes de financiamiento, posición financiera, condiciones del mercado, potenciales oportunidades de crecimiento y los efectos del marco regulatorio y la competencia en el futuro.

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

Nuestra nueva hoja de ruta se construye sobre la base de la **optimización y consolidación de nuestra estrategia multiformato** lograda en 2025, con tres formatos con propuestas de valor bien definidas y masa crítica, que responden a las tendencias de mercado



Crecimiento con Valor
para el Cliente



Activo
Tecnológico



Eficiencia y
Productividad



Cultura Sostenible



80 
upgrades de tiendas

+50 
Comunas omnicanales

+3pp 
participación marcas propias

60 
nuevas aperturas




+ foco en
surtidos relevantes


+ Cobertura y
escala




+ Competitividad



Nuevas Aperturas 23-25:

43 tiendas en Chile y 11 en Perú
siguen madurando, contribuyendo a
ventas y EBITDA, y superando
expectativas



Nuevas Aperturas 26-28:

- 60 en 2026-2028
- 16 en 2026
- 4 en 1T26
(2 Unimarc; 2 Maxiahorro)



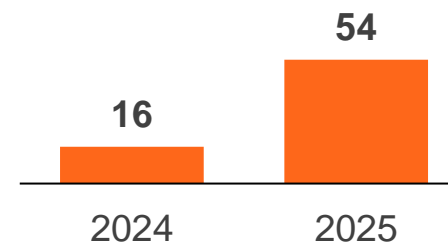


+ cobertura y escala:

- 51 conversiones desde Mayorista 10 a Super10 y Alvi **aumentan la escala y ofrecen propuestas de valor más competitivas.**
- **100% de las conversiones se completaron en 2025**, principalmente durante 3T y 4T.
- Intervenciones a tiendas y cambios de surtido afectaron la experiencia de cliente temporalmente.

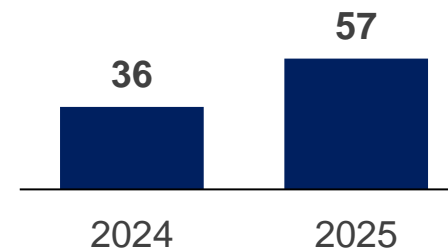
Número de Tiendas

Super10



Número de Tiendas

Alvi

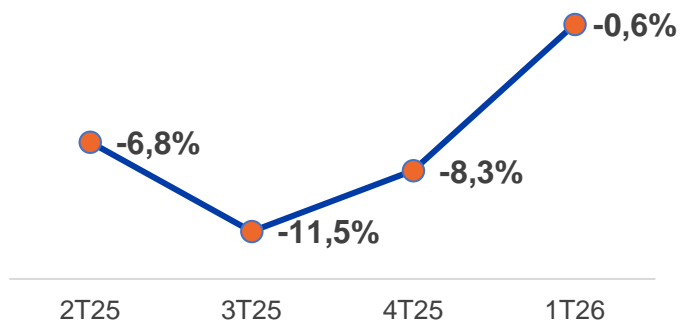




+ cobertura y escala :

- **Mejora secuencial consistente** en desempeño de tiendas como consecuencia de que los clientes están descubriendo la nueva propuesta de valor, y así, las ventas están madurando.
- Mayor escala facilita el uso de **campañas comunicacionales de mayor alcance para construir conocimiento de marca.**

Variación Ingresos vs. Año Anterior
Alvi + Super10





+ cobertura omnicanal:
expansión significativa, llegando a
nuevos clientes

+19%

Crecimiento ventas
online

+200

Localidades omnicanales

+20%

Transacciones en
Unimarc.cl y Alvi.cl

**Donde estés,
¡ahí vamos!**

UNIMARC.cl | App 

12:30   





PIDE AQUÍ



+ participación marcas propias:

Contribuyendo a diferenciación,
competitividad y rentabilidad

- Ventas de marcas propias crecen más que ventas totales, impulsadas por Unimarc.
- Fuerte desempeño en segmento medio (ventas & margen).
- Filial *trading company* ayuda a reducir costos de intermediación.



Nueva marca de primeros
precios para segmento B2B.





+ foco en surtidos relevantes

- Potenciar la experiencia de cliente y la ecuación de valor con productos de alta relevancia para cada segmento y nivel de sofisticación.



unIMARC

Fuerte crecimiento en ventas de perecibles en Unimarc, con aumentos en surtido de platos preparados y otros productos frescos.



Adiciones a surtidos de líquidos, snacks y confites y perfumería, luego de análisis de unidades de necesidad de almaceneros.



Se agregaron más de 100 productos de primeros precios.



+ competitividad

Estrategia de promociones en capas combina campañas de larga duración con campañas cortas y de alto impacto, enfocadas en productos relevantes para los clientes de cada formato.

Low-Lower

¡LLEGÓ!
A LUCA Y A MIL \$

SALVA EL DÍA CON PRODUCTOS A
\$1.000 \$2.000 \$3.000 \$4.000

SUPER LUKAS \$

OFERTA DICTANDO TU RUT club10

SÚPER OFERTAS

HASTA **40% dcto.**
En productos seleccionados

VER MÁS

Leche Entera Soprole II

PRECIO SOCIO DESDE
12 un. \$ 1.060 c/u
6 un. \$ 1.090 c/u
PRECIO NO SOCIO \$1.230 un.

OFERTAS VÁLIDAS PARA SOCIOS DEL CLUB ALVI. VÁLIDO EN...



Hi-Low

EL GRAN ¡CHELAZO!

unIMARC | unIMARCd | App u

FRESCOS AL CHANCHO

\$ 7.290 kg
SOBRECOSTILLA, HUÍCHALOMO O POSTA PALETA
Vacuno vacío cat V kg
Precio Normal \$ 8.790y Ahorro \$ 1.500

\$ 3.990 kg
PULPA PIERNA S/HUESO SUPER CERDO
Granel
Precio Normal \$ 5.790y Ahorro \$ 1.800

IN\$UPERABLES
Centros, Quince y Complejidad

HASTA **25% dcto.**
En productos seleccionados

VER MÁS

Papas Prefritas Super Capitán 2,5 kg

PRECIO SOCIO DESDE
3 un. \$ 4.790 c/u
2 un. \$ 5.390 c/u
PRECIO NO SOCIO \$ 6.590 c/u

Queso Gauda Soprole Laminado 500g

PRECIO SOCIO DESDE
3 dts. \$ 4.390 c/dts
2 dts. \$ 4.590 c/dts
PRECIO NO SOCIO \$ 5.550 c/dts

Salchicha Montina Tradicional 1kg

PRECIO SOCIO DESDE
3 dts. \$ 3.190 c/dts
2 dts. \$ 3.390 c/dts
PRECIO NO SOCIO \$ 4.190 c/dts

OFERTAS VÁLIDAS PARA SOCIOS DEL CLUB ALVI. VÁLIDO ENTRE 1/10/2026 AL 24/09/2026 AMBAS FECHAS INCLUSIVE O HASTA AGOTAR STOCK.



Integración Digital

Nueva Arquitectura
100% Disponible en 2026



Nuevas Tecnologías

IA & Data First



Agilidad,
Simplificación &
Eficiencias



Cloud First

Migración & Modernización a
Nuevo Cloud
Ahorros CLP +6 MMM 2026-
2028



Seguridad & Resiliencia

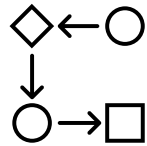
Estándar 4 de 5 según ISO 27001





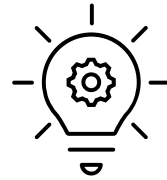
Cloud First

- ✓ Contrato firmado (Google).
- ✓ Implementación en proceso.
- ✓ Data warehouse migrado a la nube.



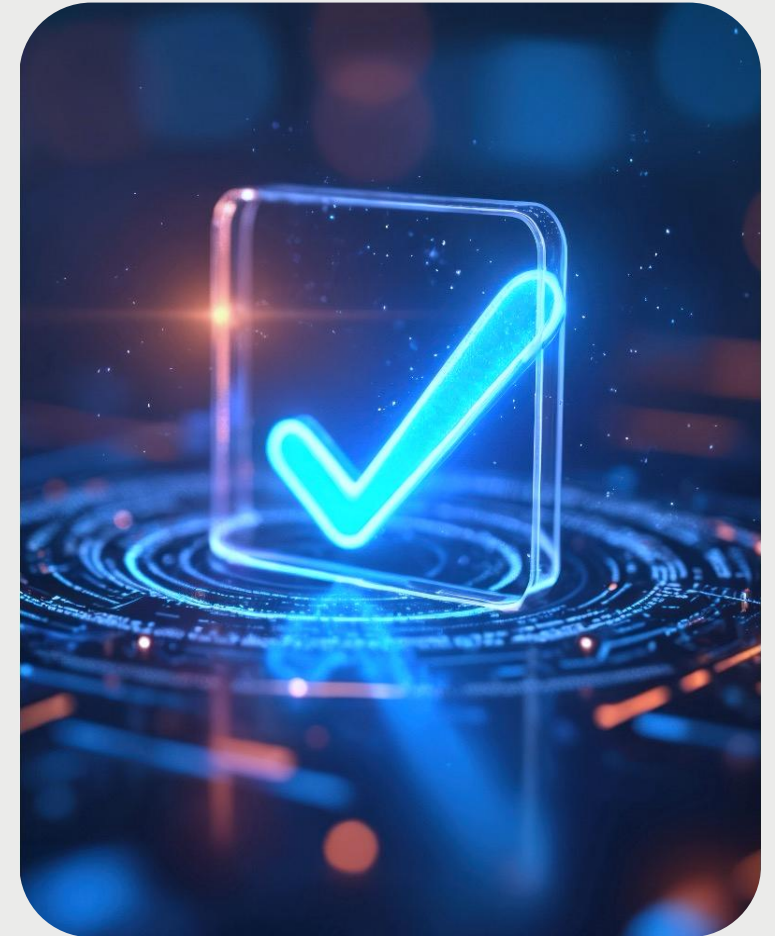
Integración Digital

- ✓ Nueva plataforma de integración implementada.



Nuevas Tecnologías

- ✓ Nueva plataforma de IA implementada (Gemini Enterprise).





+tecnologías
en sala



+ disponibilidad
de productos



+ optimización
sistemas de transporte,
warehouse management



+ agentes de IA
en procesos de backoffice
y supply chain



+25%

capacidad de la
red logística

+35pp

Consumo energía tarifa
no regulada y de
fuentes renovables,
alcanzando 55%





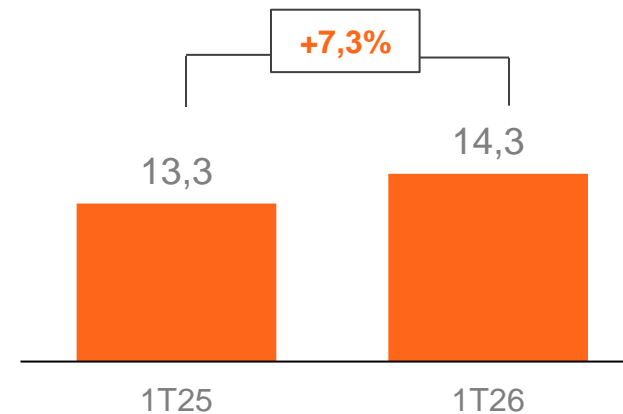
Eficiencia *End-to-End*

Implementación de tecnologías diseñadas para mejorar la eficiencia, productividad y experiencia del cliente, ha ayudado a mitigar presiones en gastos operacionales, permitiendo implementar planes de optimización.



- Gestión digital en góndola
- Automatización
- Centros de distribución regionales multiformato

Ventas / Jornada Equivalente
(CLP MM / Mes; Operaciones en Chile)

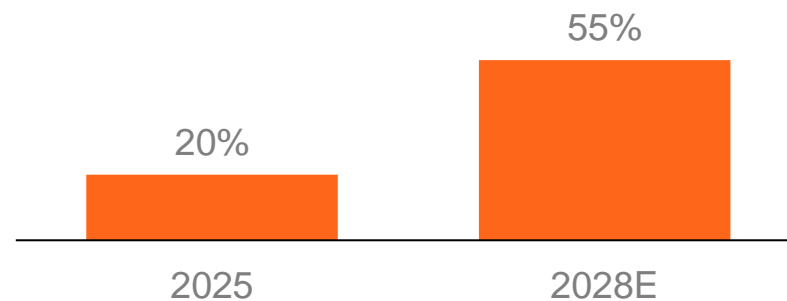




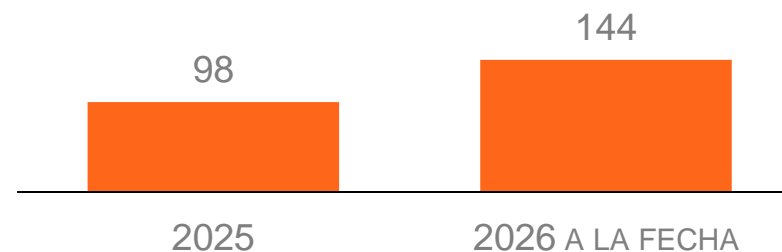
Gestión de Energía:

- Migración de más tiendas a tarifa cliente libre (más baja que tarifa regulada).
- Contratos consideran suministro a partir de fuentes renovables.
- Meta: 55% de tiendas con energía renovable y tarifa cliente libre al año 2028.

Energías Renovables / Tarifa Cliente Libre
(% del consumo eléctrico en Chile)



Energías Renovables / Tarifa Cliente Libre
(# de tiendas migradas)



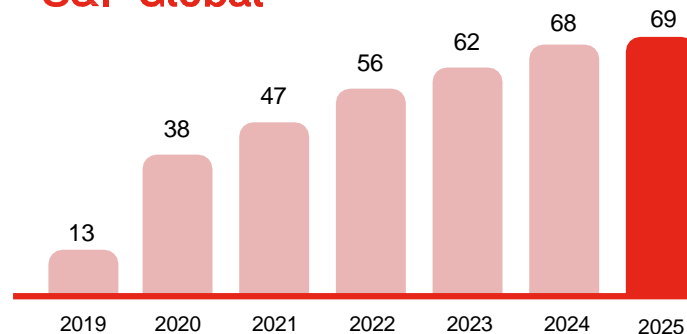


Desempeño ESG

En mayo 2026, **SMU fue seleccionada para los Índices Dow Jones Best-in-Class Chile y MILA**, por segundo año consecutivo. Estos índices reconocen a empresas que son líderes en sostenibilidad dentro de sus respectivas industrias.

S&P Corporate Sustainability Assessment

S&P Global



Puntaje al
11 de febrero de 2026
Escala 0 a 100

Desempeño destacado dentro de la industria de venta minorista de alimentos y productos básicos: #1 en Chile, #2 en Lat Am, y #8 a nivel mundial.

S&P Global

©S&P Global 2026

SMU S.A.

Food & Staples Retailing

Sustainability Yearbook Member

Corporate Sustainability
Assessment (CSA) 2025

69/100

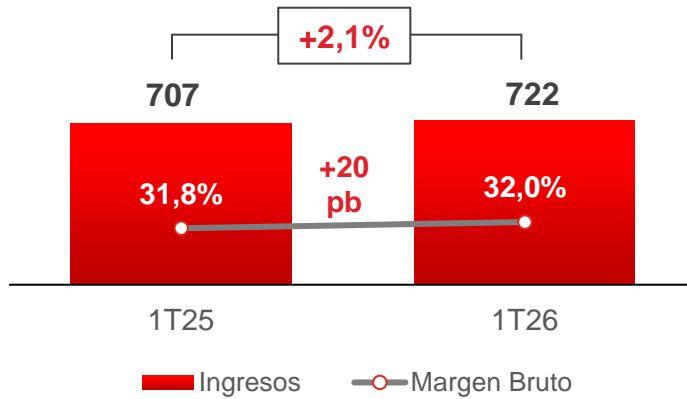
Score date
February 11, 2026

For terms of use, visit www.spglobal.com/yearbook

SMU incluida por segundo año consecutivo en el Anuario de Sostenibilidad de S&P Global.

Ingresos

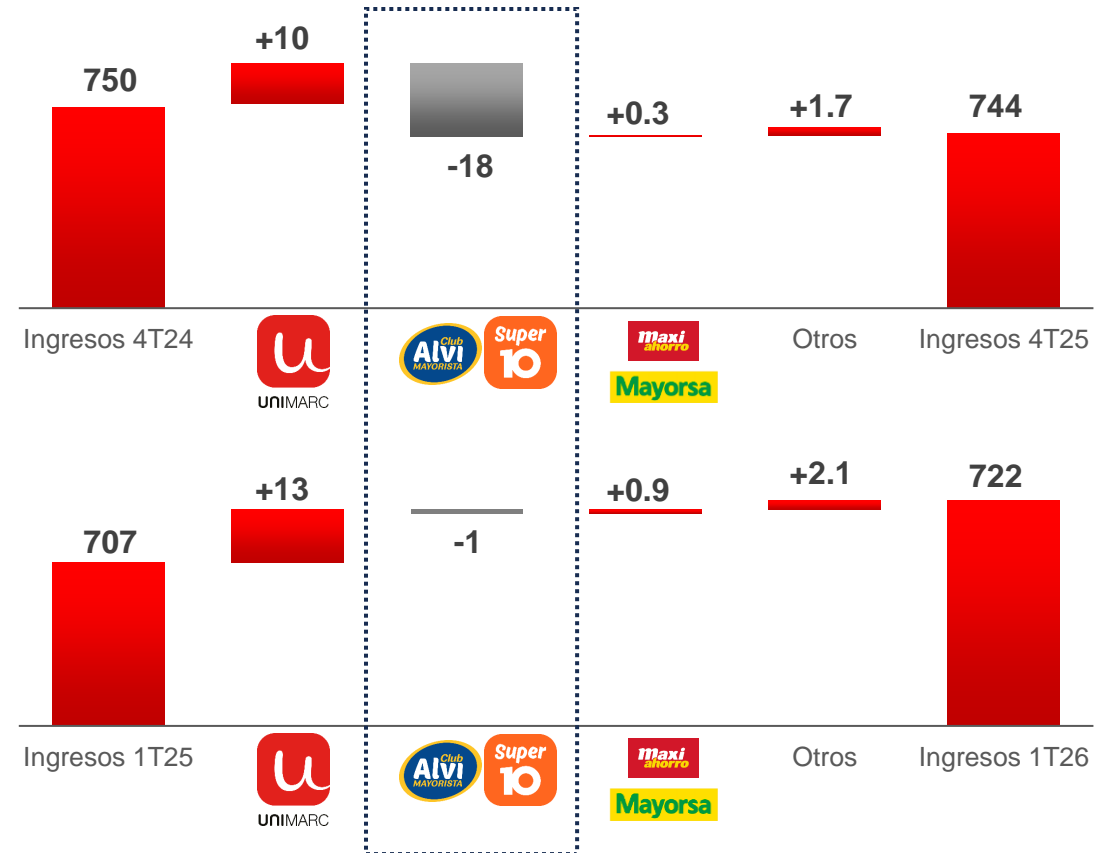
Primer Trimestre; CLP MMM



- **Aumento en ingresos del 1T impulsado por Unimarc:** ingresos totales +2,6% y SSS +0,6%.
- **Mejora secuencial en Alvi + Super10:**
 - Ingresos totales -0,6% en 1T26 vs. -8,3% en 4T25.
 - SSS -5,8% en 1T26 vs. -9,1% en 4T25.
- **Sigue fuerte desempeño en margen bruto, manteniendo niveles del año completo 2025 (+20 pb vs. 1T25).**

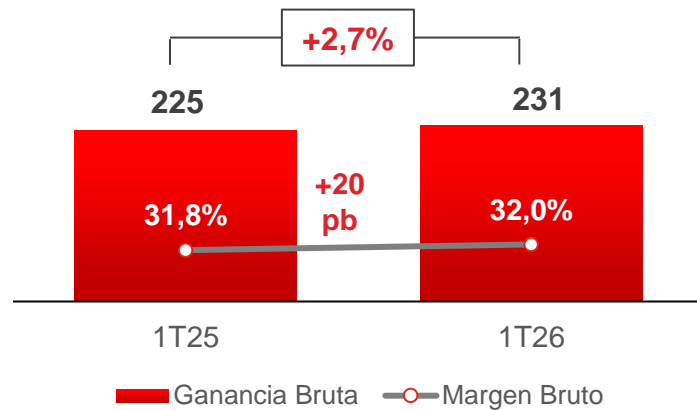
Variación de Ingresos por Formato

Cuarto Trimestre y Primer Trimestre; CLP MMM

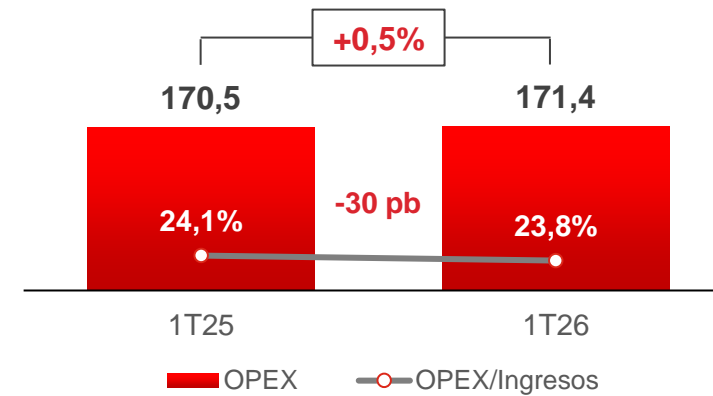


Ganancia Bruta and Gastos Operacionales ⁽¹⁾

Ganancia Bruta Primer Trimestre; CLP MMM



Gastos Operacionales Primer Trimestre; CLP MMM



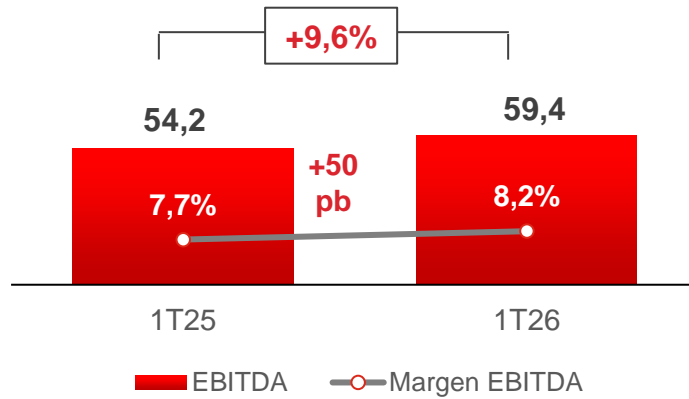
- En 2025, la expansión significativa en el margen bruto ayudó a compensar menores ingresos, generando una mayor ganancia bruta.
- En 1T26, el margen bruto se mantiene en niveles similares al año 2025 (leve expansión vs. 1T25). **Esta estabilidad, junto con crecimiento de ingresos, trae como consecuencia un aumento en la ganancia bruta.**

- **Bajo crecimiento (menor a la inflación) en gastos operacionales** refleja la **eficacia de las iniciativas de productividad y eficiencia**, mitigando:
 - Mayor número de tiendas operando vs. 1T25.
 - Aumentos e costos laborales, producto de mayor salario mínimo y reforma de pensiones.
- Excluyendo nuevas aperturas netas, gastos operacionales caerían 1,2%.
- Menor margen OPEX refleja dilución de gastos fijos, producto de crecimiento de ingresos.

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

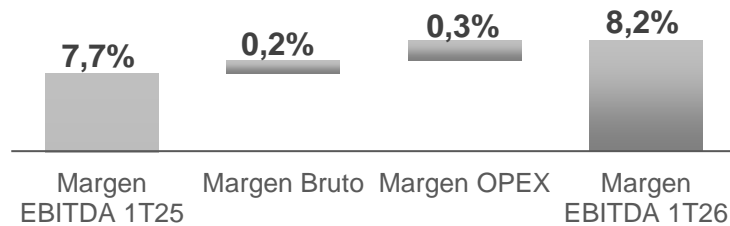
EBITDA

Primer Trimestre; CLP MMM



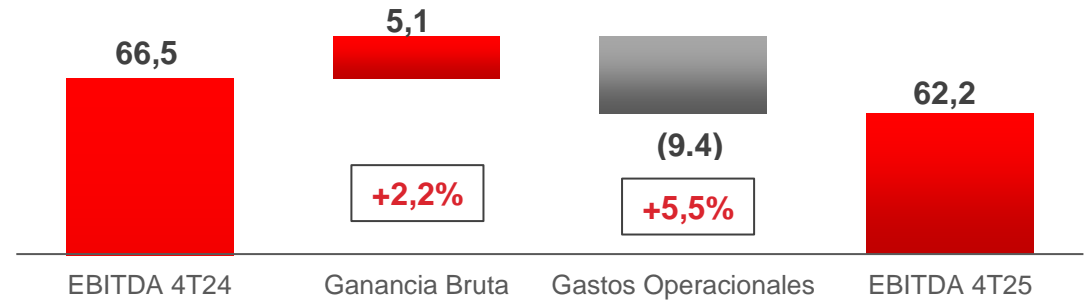
Margen EBITDA
1T26 vs. 1T25

Expansión impulsada por +20 pb en margen bruto y +30 pb en margen gastos.

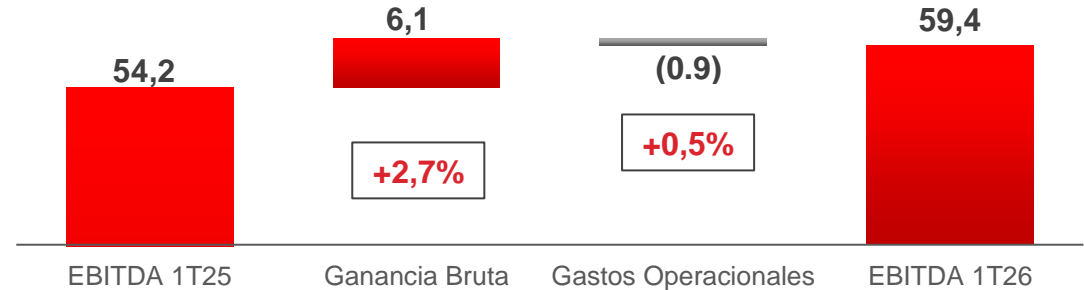


Variación EBITDA

Cuarto Trimestre y Primer Trimestre; CLP MMM

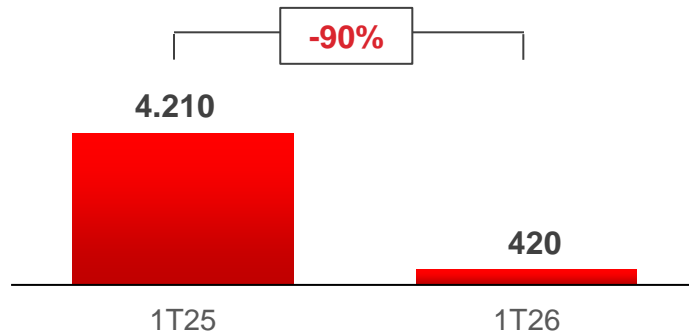


Crecimiento de ingresos + leve expansión de margen bruto + bajo crecimiento en gastos operacionales.



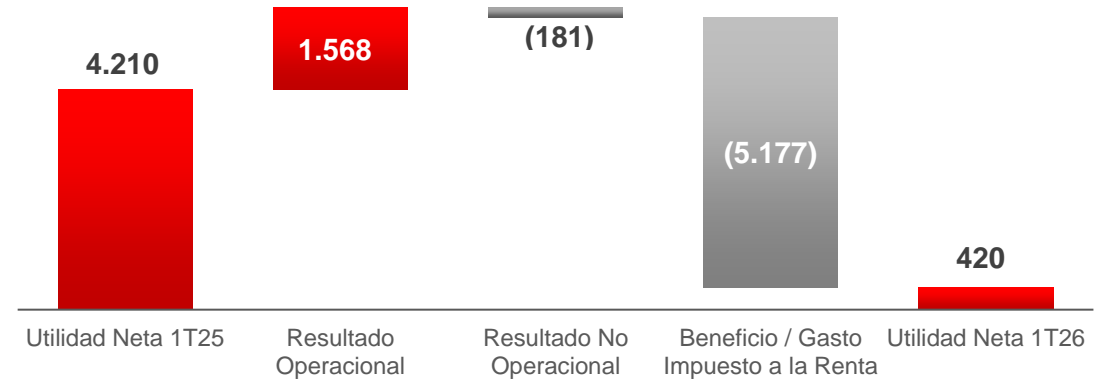
(1) EBITDA = Ganancia bruta - gastos administrativos - costos de distribución + depreciación + amortización.

Utilidad Neta
Primer Trimestre; CLP MM

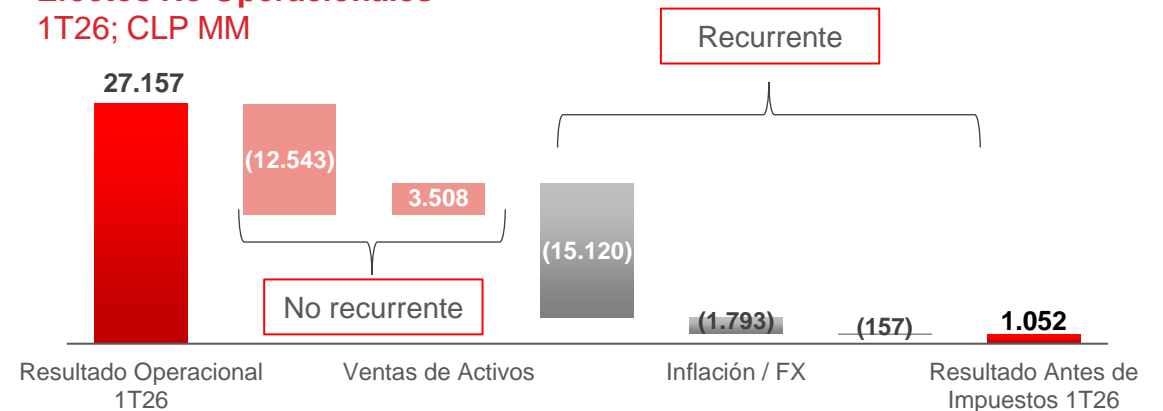


- **Menor utilidad neta debido a efecto tributario** (no afecta caja): Beneficio por impuesto a las ganancias en 1T25: CLP 4.545 MM, vs. gastos por impuesto a las ganancias en 1T26: CLP -632 MM.
 - Mayor corrección monetaria a pérdidas tributarias en 1T25 (1,2%) vs. 1T26 (0,3%).
- **Impacto en utilidad antes de impuestos por efectos extraordinarios:**
 - Costos de reestructuración (CLP -12,5 MMM), generando ahorros anuales por un monto similar en el futuro.
 - Ventas de activos (CLP 3,5 MMM), optimizando posición financiera sin afectar a la operación.

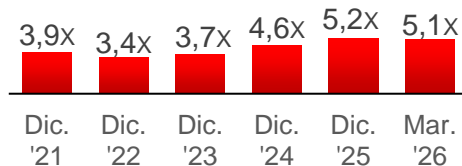
Variación Utilidad Neta
1T26 vs. 1T25; CLP MM



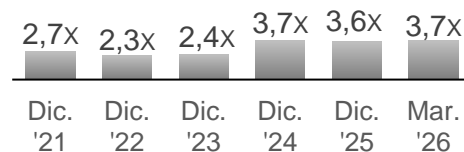
Efectos No Operacionales
1T26; CLP MM



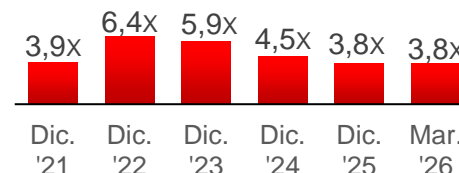
Pasivo Financiero Neto / EBITDA



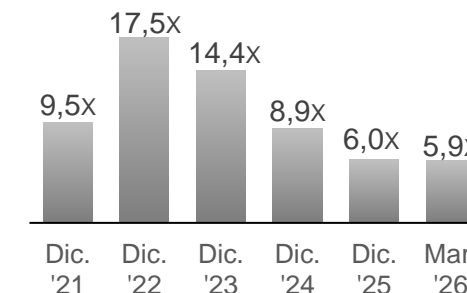
Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales



Cobertura de Gastos Financieros Netos



Cobertura de Gastos Financieros Netos Ajustado por Arriendo de Locales



• **Impacto transitorio en indicadores por plan de crecimiento orgánico :**

- Pasivo financiero y gasto financiero reflejan el 100% de las nuevas obligaciones por derechos de uso asociadas a los contratos de arriendo de las tiendas nuevas (no se incluyen en deuda financiera).
- Caja refleja el 100% del capex utilizado en la habilitación de las tiendas.
- EBITDA de las tiendas nuevas todavía no alcanza su madurez, por lo que el aporte es menor.

(1) Definiciones:

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

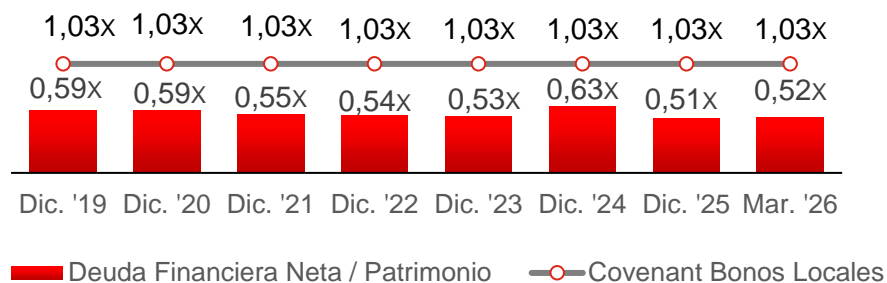
Deuda financiera neta = otros pasivos financieros corrientes y no corrientes – obligaciones por derechos de uso corrientes y no corrientes - efectivo y equivalentes

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

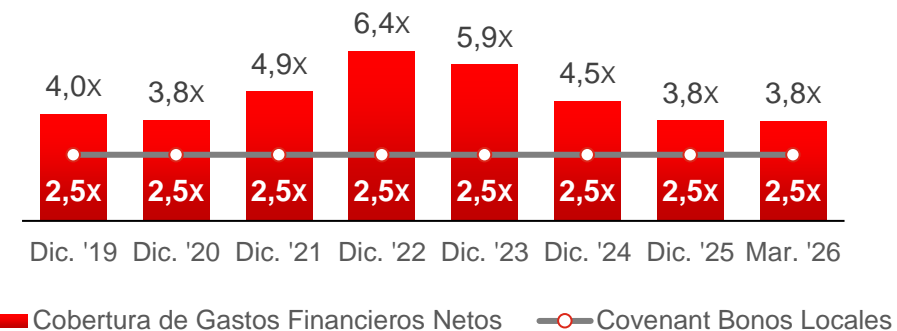
Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA de los últimos 12 meses / (gastos financieros totales – ingresos financieros totales)

Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses / (gastos financieros totales – gastos financieros por obligaciones por derechos de uso - ingresos financieros totales)

Deuda Financiera Neta / Patrimonio ⁽¹⁾



Cobertura de Gastos Financieros Netos ⁽²⁾



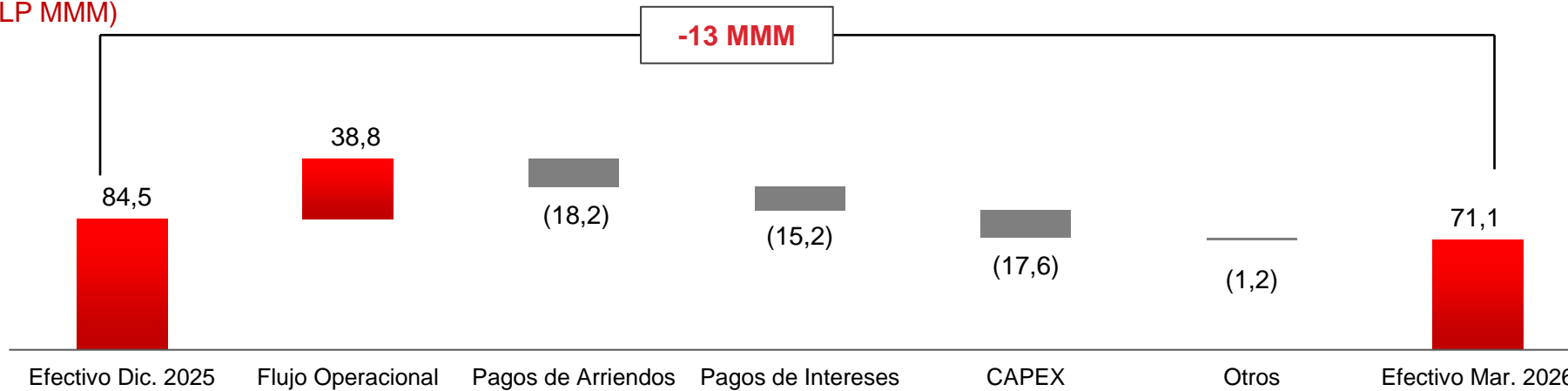
• Impacto transitorio en indicadores por plan de crecimiento orgánico :

- Pasivo financiero y gasto financiero reflejan el 100% de las nuevas obligaciones por derechos de uso asociadas a los contratos de arriendo de las tiendas nuevas (no se incluyen en deuda financiera).
- Caja refleja el 100% del capex utilizado en la habilitación de las tiendas.
- EBITDA de las tiendas nuevas todavía no alcanza su madurez, por lo que el aporte es menor.

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

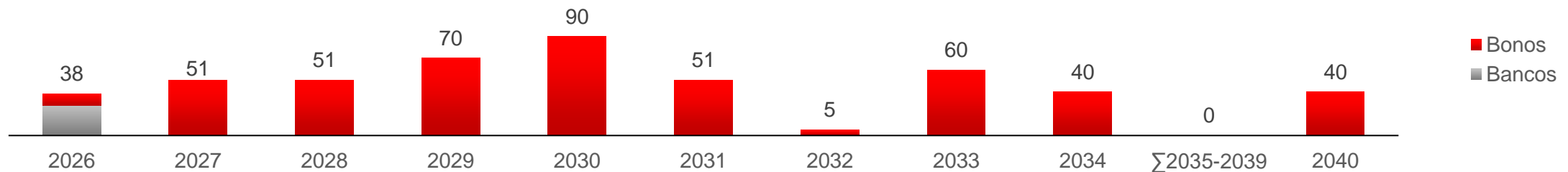
(2) Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA/gastos financieros netos

Flujo de efectivo 1T26
(CLP MMM)



- Flujo operacional menor que EBITDA:
 - ✓ Diferencia transitoria en capital de trabajo por fechas de corte de pagos a proveedores.
 - ✓ Pagos de indemnizaciones e incentivos de largo plazo.
- Saldo de efectivo sigue por encima del promedio histórico.
- Muy bajo monto de amortizaciones de deuda en 2026.

Perfil de vencimientos al 31 de marzo 2026
(Bonos y bancos - CLP MMM)



Ratificación Clasificación de Riesgo

- Luego de completar sus respectivos procesos de revisión anual, ambas clasificadoras de Riesgo decidieron **ratificar la clasificación de SMU en AA-, manteniendo las perspectivas estables.**
- Moody's Local Chile (ex ICR) completó su revisión anual en marzo.
- Feller Rate completó su revisión anual en abril.

Programa de Recompra de Acciones

- La Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el 23 de abril aprobó un nuevo programa de recompra de acciones de propia emisión.
- En consecuencia, se puso término al programa anterior (aprobado en 2022). El nuevo programa tiene una duración de cinco años.

Ventas de Activos

- En 2T26, SMU cedió contratos de leasing y vendió las opciones de compra respectivas para dos locales, también firmando contratos de arriendo de largo plazo para seguir operando las tiendas, siguiendo la misma estructura que transacciones similares materializadas en 2025 y 1T26.
- De esta manera, la Compañía logra su objetivo de seguir creciendo en su negocio principal, de supermercados, bajo una modalidad de arriendo a largo plazo, y además optimizando su posición financiera.
- Impacto positivo de aproximadamente CLP 1,5 MMM en utilidad neta de 2T26 y entrada neta de efectivo de aproximadamente CLP 4 MMM.

Resultados 1T26

Mayo 2026

