

Resultados 2T26

Agosto 2026



Disclaimer

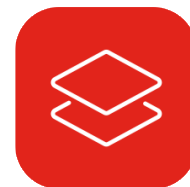
Esta presentación contiene proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera 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



Nuevas Aperturas 26-28:

- 60 en 2026-2028
- 16 en 2026
- 7 en 1S26
(3 Unimarc; 2 Super10; 2 Maxiahorro)



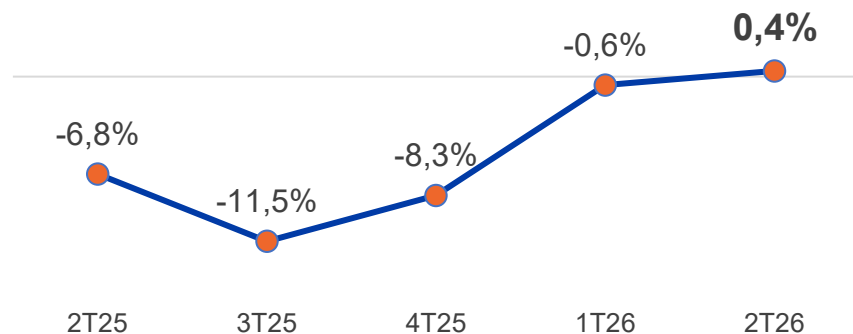


Crecimiento en Formatos de Precio:



- Sigue la mejora secuencial en Alvi + Super10, con una **variación positiva en ventas en 2T26**, como consecuencia de que los clientes están descubriendo las nuevas propuestas 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



Plan Estratégico 2026-2028



Crecimiento con
Valor para el Cliente



+ cobertura omnicanal:
expansión significativa, llegando a
nuevos clientes

+15%

Crecimiento ventas
online

+200

Localidades con cobertura
omnicanal agregados,
alcanzando un total de +350

+15%

Transacciones en
Unimarc.cl y Alvi.cl

**Donde estés,
¡ahí vamos!**

Recibe en 2 hrs*

*Revisa localidades de cobertura en www.unimarc.cl

unIMARC

App Web Retiro

Descarga la App

SOCIO COMPRA

A TRAVÉS DE **Alvi.cl** | App **Alvi**

**Y LO DESPACHAMOS A
tu negocio**

Mínimo de compra **\$80.000**

Club Alvi MAYORISTA



+ 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.

14%

Participación de
marcas propias en
ventas en 2T26



Plan Estratégico 2026-2028



Crecimiento con
Valor para el Cliente



**+ foco en
surtidos relevantes**

Mejorando surtidos en todos los formatos:

- 50+ productos nuevos de Fruna en categoría de confites y galletas en el segmento de primeros precios, entregando calidad y valor para clientes de Unimarc, Alvi y Super 10.



FRUNA LLEGÓ A

SUPER 10

Pagando con
30% Descuento unipay



Plan Estratégico 2026-2028



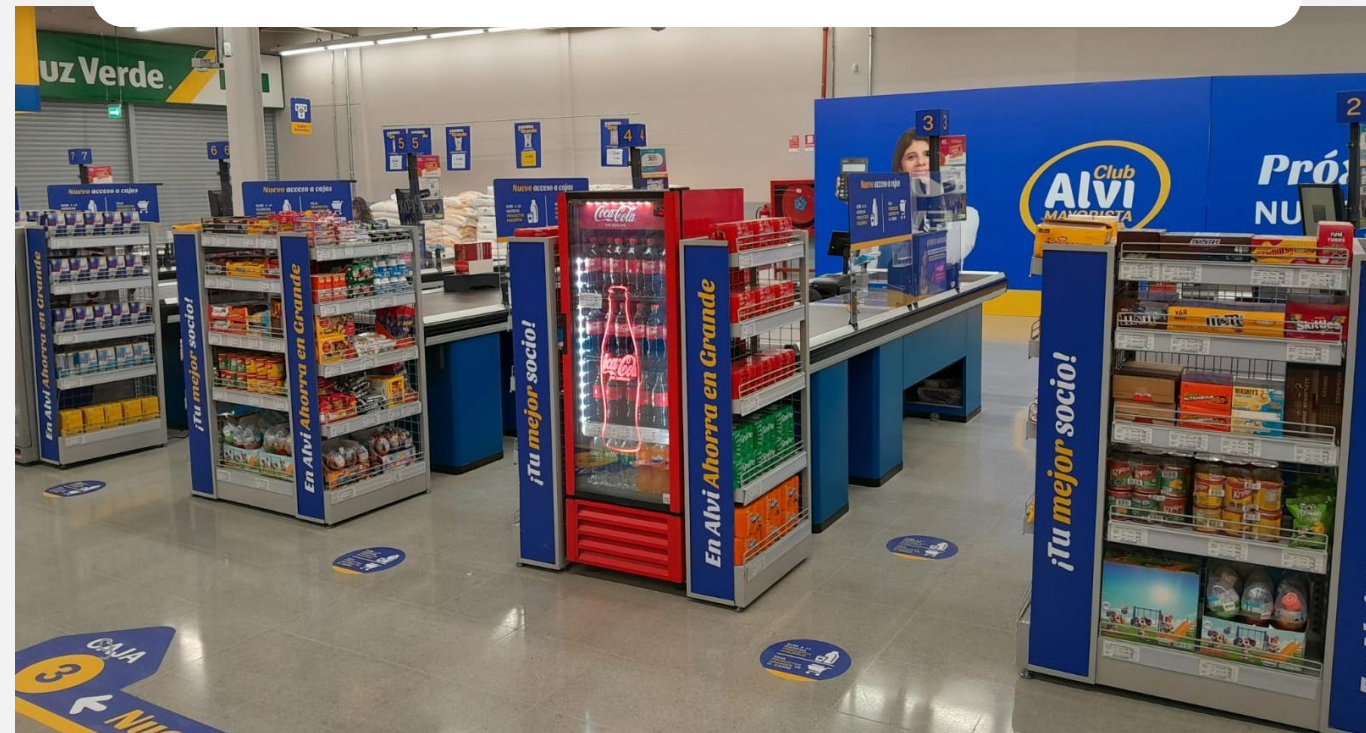
Crecimiento con
Valor para el Cliente



+ foco en
surtidos relevantes

Ampliando cobertura de necesidades de clientes en Alvi:

- Incorporación de nuevos productos para clientes HORECA (hoteles, restaurantes, catering).
- Desarrollo de productos impulsivos en check-out, capturando una nueva ocasión de compra.





+ 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

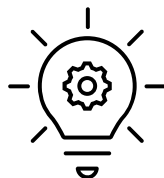


Hi-Low



Cloud First

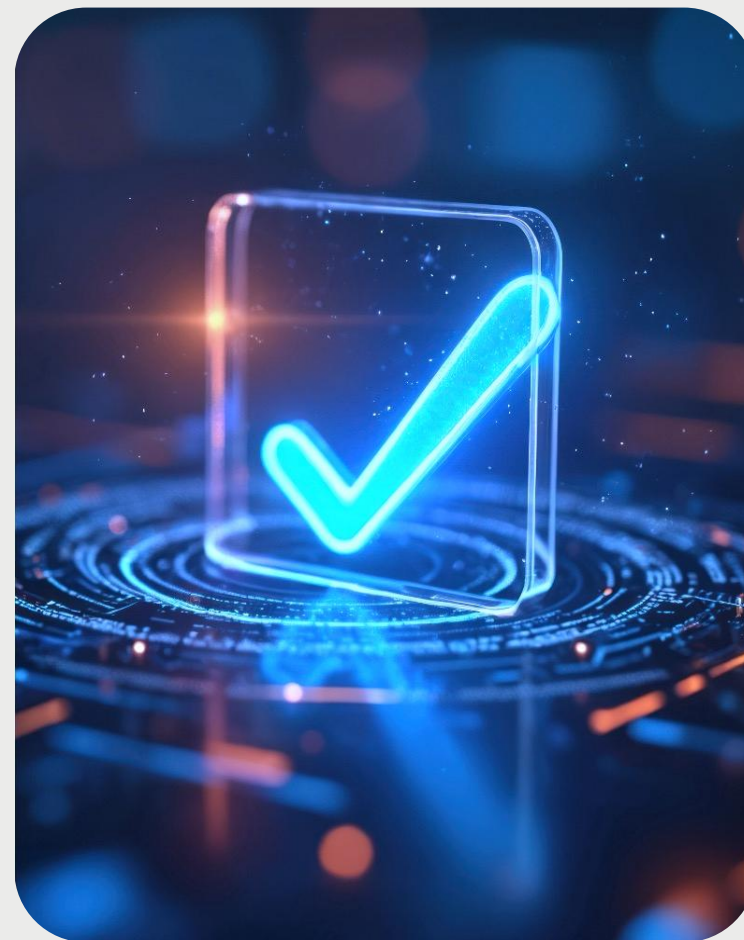
- ✓ Data warehouse migrado a la nube.
- ✓ Implementación en proceso: conectividad con Google Cloud Platform



Nuevas Technologías

Nueva plataforma de IA (Gemini Enterprise):

- ✓ Capacitación para aumentar productividad a nivel individual.
- ✓ Análisis de potenciales optimizaciones a nivel de macro procesos.

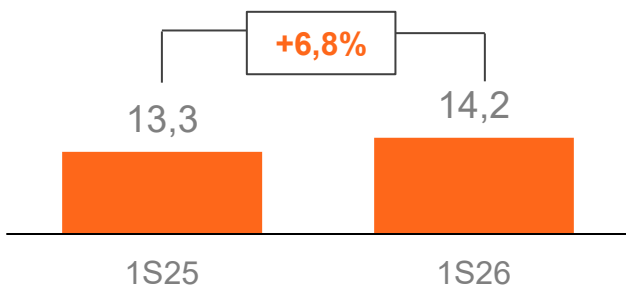




Eficiencia en tienda

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.

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



Eficiencia logística

- Centros de distribución regionales multiformato.
- Optimización de llenado de camiones.
- Optimización de rutas y modos de transporte.



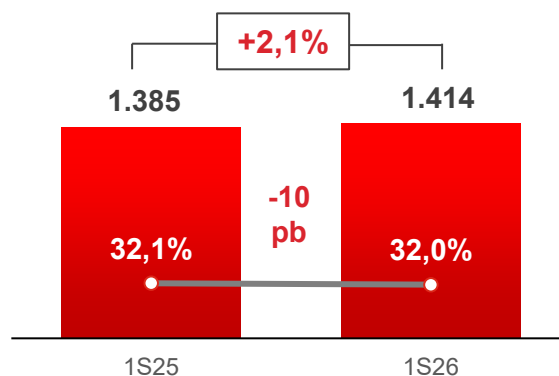
Eficiencia energética

Iniciativas de gestión de energía buscan reducir gastos a través de la optimización tanto de las tarifas de energía, así como también, del consume.

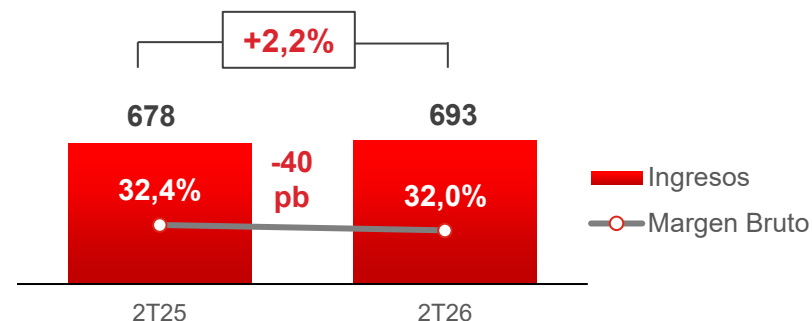
- Migración de tiendas hacia **tarifas de cliente libre (no reguladas) más bajas**
- Tecnología para **reducir consumo de energía** (iluminación, clima, refrigeración)

- **Crecimiento en ingresos impulsado por Unimarc**, y sigue la mejora secuencial en Alvi y Super10, luego de las conversiones del formato Mayorista 10 en 2025.
- **Menor margen bruto debido a *mix* de formatos:** Alvi opera con márgenes más bajos que Mayorista 10, pero cuenta con una estructura de gastos más liviana y mayores volúmenes de venta.

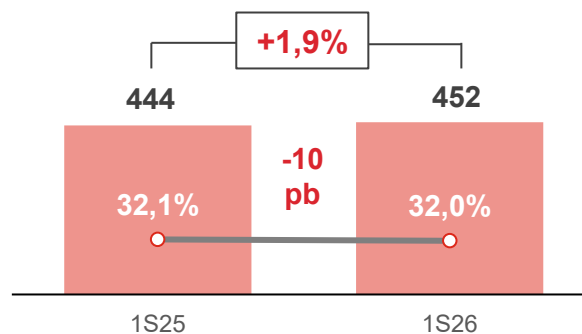
Ingresos
Primer Semestre; CLP MMM



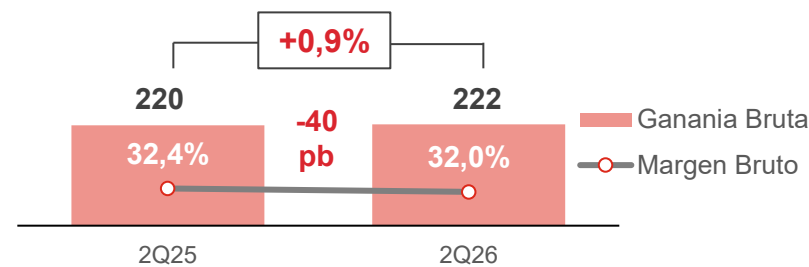
Ingresos
Segundo Trimestre; CLP MMM



Ganancia Bruta
Primer Semestre; CLP MMM

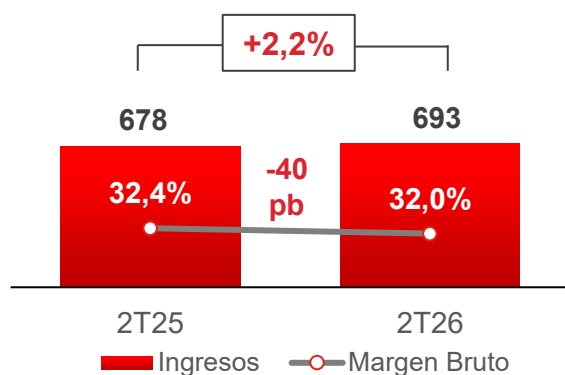


Ganancia Bruta
Segundo Trimestre; CLP MMM



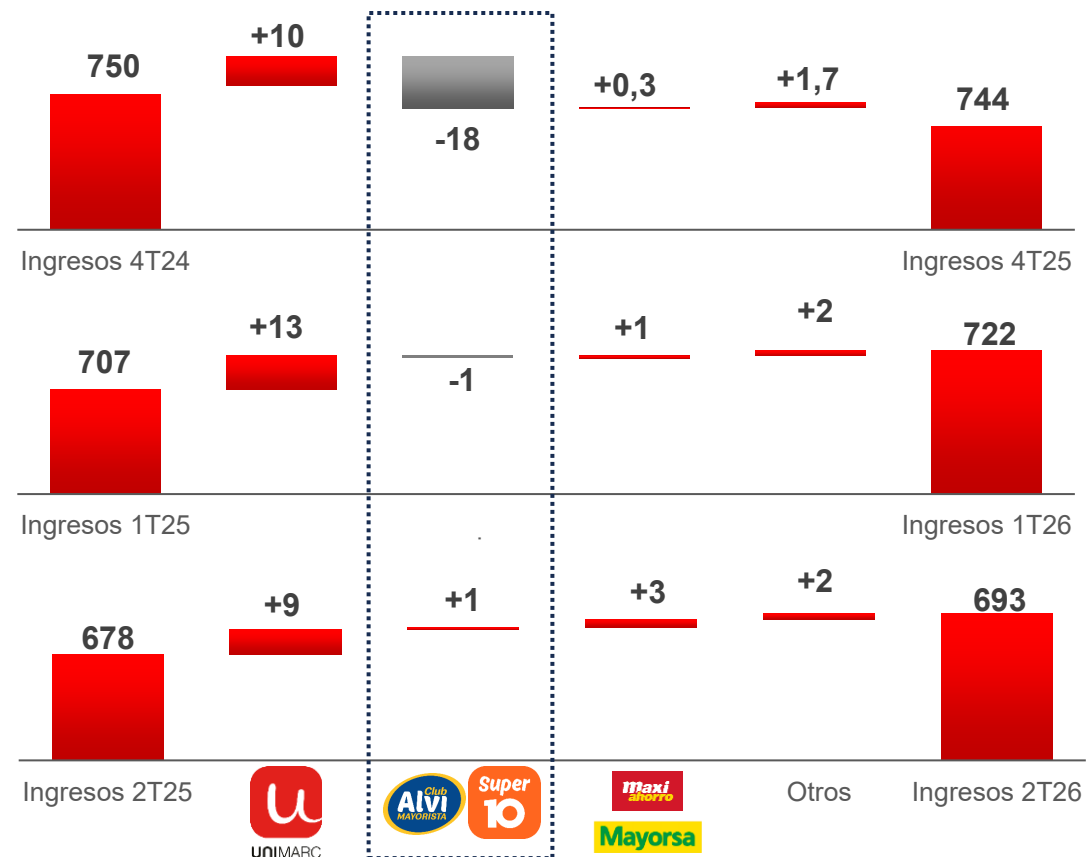
Ingresos

Segundo Trimestre; CLP MMM



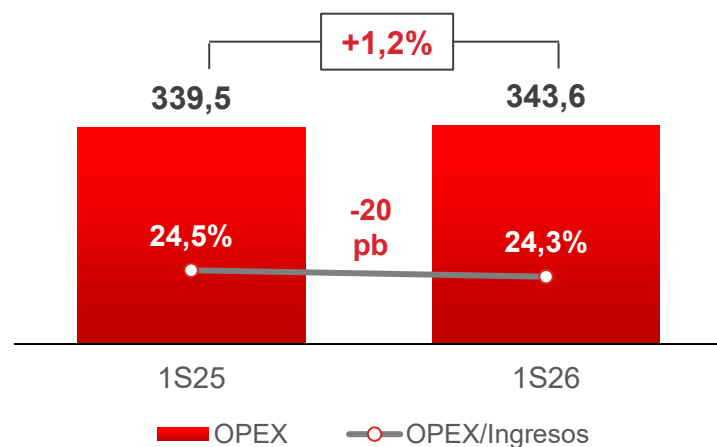
- Todos los formatos crecieron en 2T26
- Unimarc: +1,9%
- Peru: +19,9%
- Mejora secuencial en Alvi + Super10:
 - Total ingresos: -8,3% en 4T25, -0,6% en 1T26, y +0,4% en 2T26
 - SSS: -9,1% en 4T25, -5,8% en 1T26 y -4,7% en 2T26

Variación de Ingresos por Formato CLP MMM



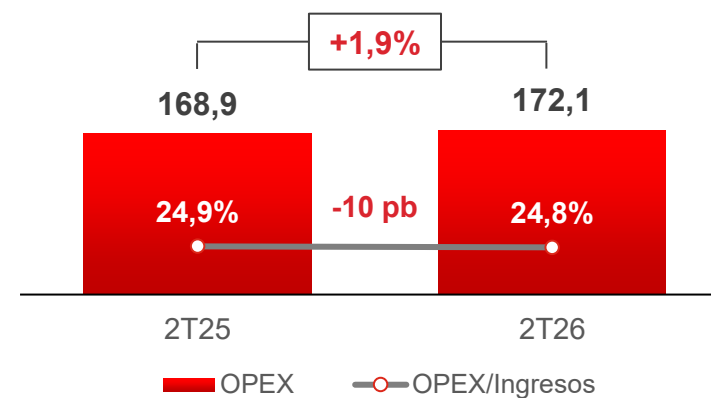
Gastos Operacionales

Primer Semestre; CLP MMM



Gastos Operacionales

Segundo Trimestre; CLP MMM

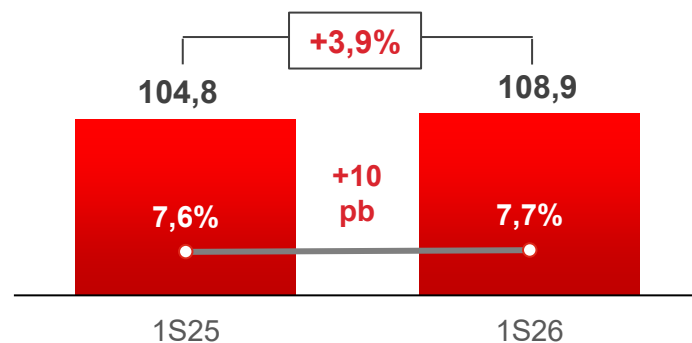


- **Bajo crecimiento (menor a la inflación)** en gastos operacionales refleja la **eficacia de las iniciativas de productividad y eficiencia**, mitigando :
 - Mayor número de tiendas operando vs. 2025.
 - Aumentos en costos laborales, producto de mayor salario mínimo y reforma de pensiones.
- **Principal aumento es por costos de distribución** (+12,2% en 1S26 y +20,2% en 2T26), relacionado al incremento en el precio del petróleo. Otros gastos operacionales crecieron solo 0,4% en 1S y 0,7% en 2T.
- **Excluyendo nuevas aperturas netas**, gastos operacionales caerían 1,3% en 1S y 1,7% en 2T.

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

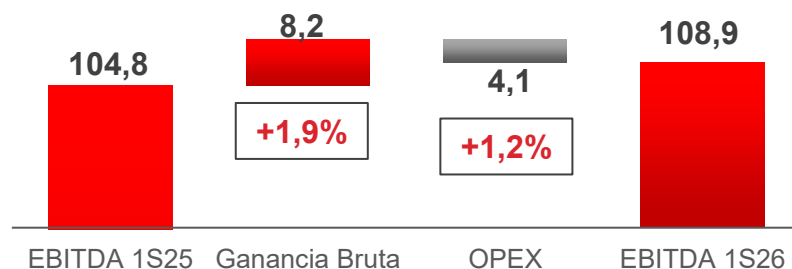
EBITDA

Primer Semestre; CLP MMM



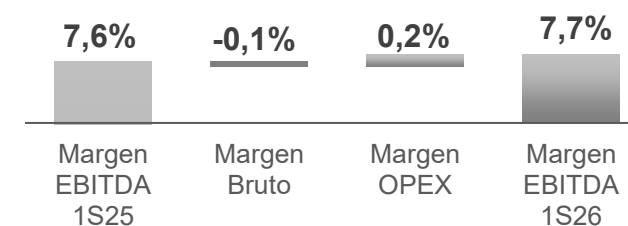
Variación EBITDA

1S26 vs. 1S25; CLP MMM



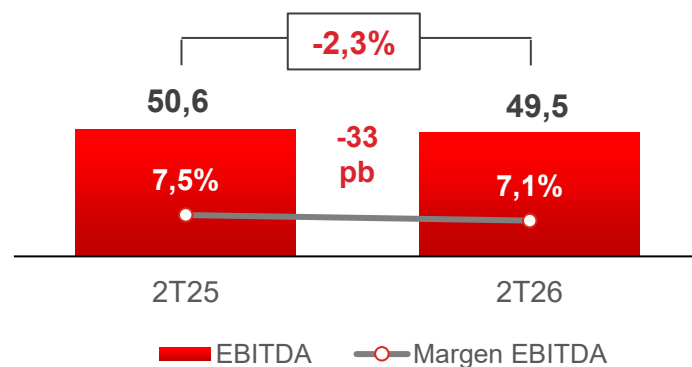
Margen EBITDA

1S26 vs. 1S25



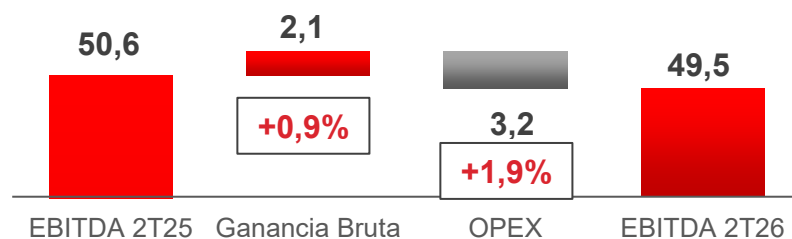
EBITDA

Segundo Trimestre; CLP MMM



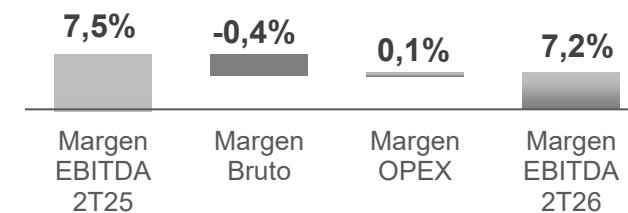
Variación EBITDA

2T26 vs. 2T25; CLP MMM



Margen EBITDA

2T26 vs. 2T25

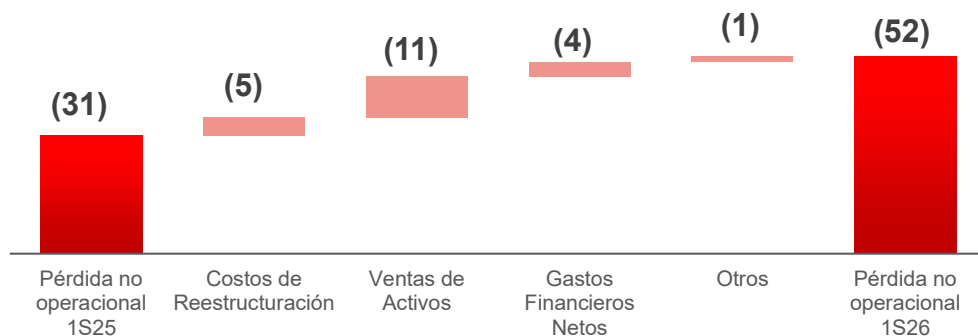


(1) EBITDA = Ganancia bruta - gastos administrativos - costos de distribución + depreciación + amortización.

Resultado No Operacional

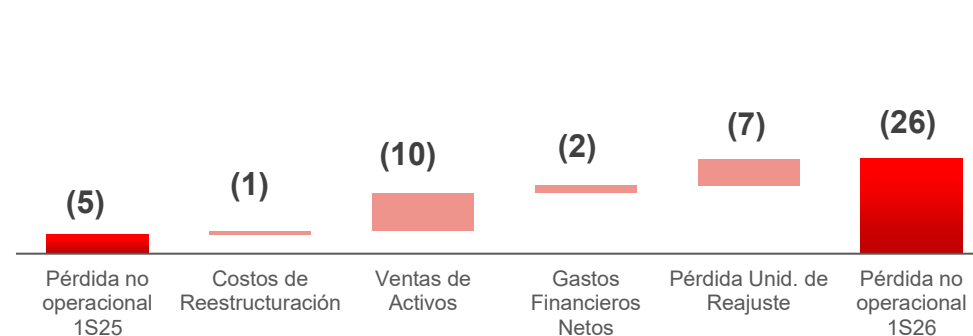
Resultado No Operacional

Primer Semestre; CLP MMM



Resultado No Operacional

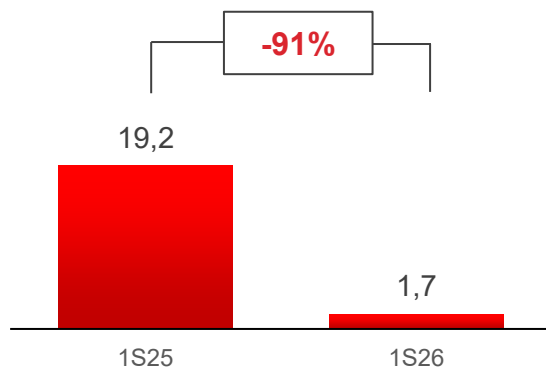
Segundo Trimestre; CLP MMM



- **Efectos extraordinarios en resultado no operacional:**
 - Costos de reestructuración en 2026 (CLP 13,7 MMM en 1S y CLP 1,2 MMM en 2T) fueron mayores que en 2025 (CLP 9 MMM en 1S y CLP 0 en 2T). Estos costos generarán ahorros anuales por el mismo monto en los próximos períodos.
 - Ventas de activos en 2025 (CLP 17,1 MMM en 1S y CLP 13,2 MMM en 2T) fueron mayores que en 2026 (CLP 6,3 MMM en 1S y CLP 2,8 MMM en 2T).

Utilidad Neta

Primer Semestre; CLP MMM

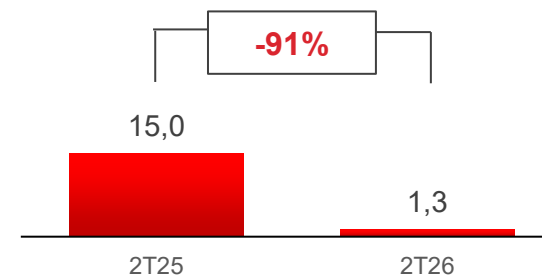


Menor utilidad neta (-CLP 17,5 MMM) en 1S26 debido a:

- Resultado no operacional: -CLP 20,9 MMM
- Resultado operacional: -CLP 3,6 MMM
- Beneficio por impuesto a la renta: +CLP 7,1 MMM

Utilidad Neta

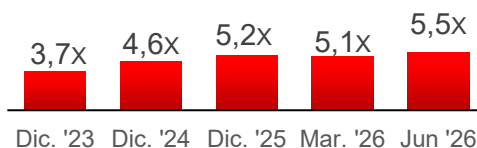
Segundo Trimestre; CLP MMM



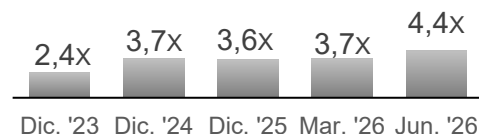
Menor utilidad neta (-CLP 13,7 MMM) en 2T26 debido a:

- Resultado no operacional: -CLP 20,7 MMM
- Resultado operacional: -CLP 5,2 MMM
- Beneficio por impuesto a la renta: +CLP 12,2 MMM

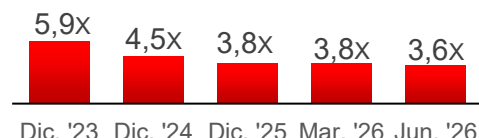
Pasivo Financiero Neto / EBITDA



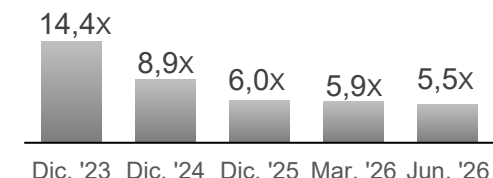
Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales



Cobertura de Gastos Financieros Netos



Cobertura de Gastos Financieros Netos Ajustado por Arriendo de Locales



• **Impacto por capital de trabajo en saldo de caja a junio 2026, afectando deuda neta:**

- Variación negativa transitoria de CLP 41 MMM, debido a mayores inventarios (CLP 25 MMM) y menores cuentas por pagar (CLP 33 MMM), parcialmente compensado por menores cuentas por cobrar (CLP 17 MMM).
- Excluyendo efecto de capital de trabajo, pasivo financiero neto / EBITDA alcanzaría 5,27x en vez de 5,46x.

(1) Definiciones:

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

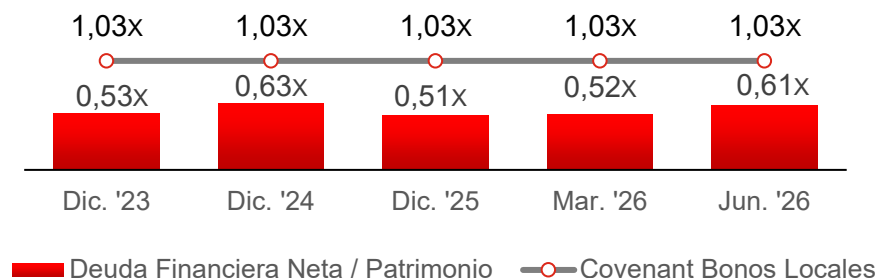
Deuda financiera neta = otros pasivos financieros corrientes y no corrientes – obligaciones por derechos de uso corrientes y no corrientes - efectivo y equivalentes

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

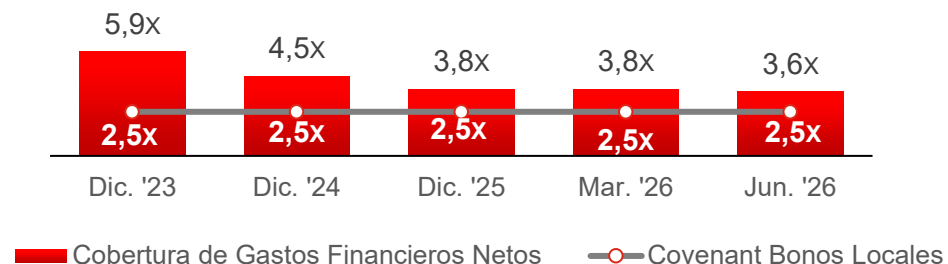
Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA de los últimos 12 meses / (gastos financieros totales – ingresos financieros totales)

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⁾



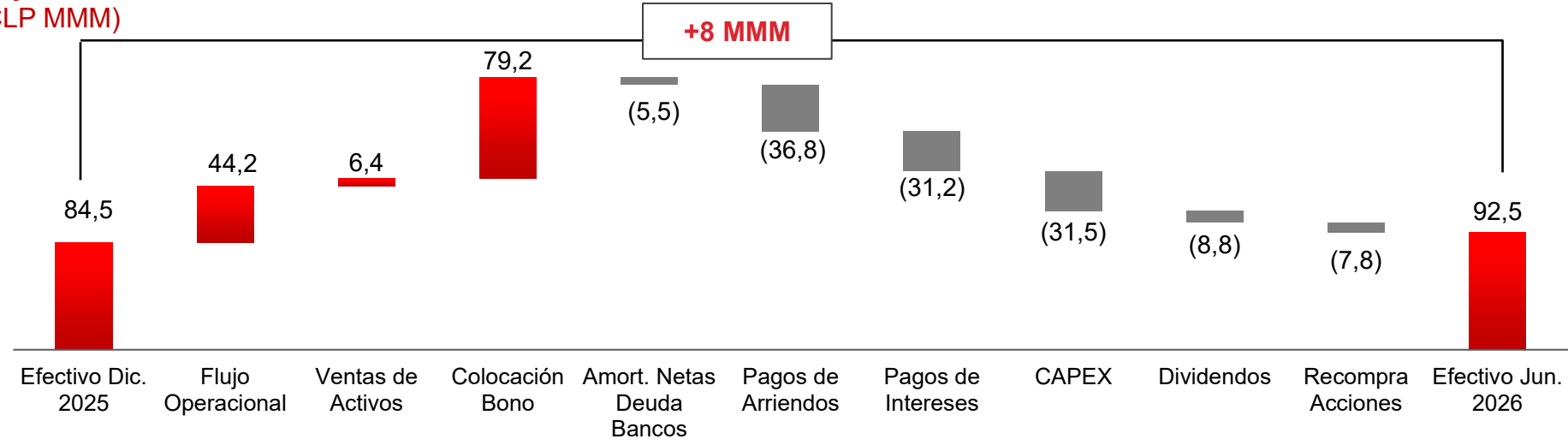
• Impacto por capital de trabajo en saldo de caja a junio 2026, afectando deuda neta:

- Variación negativa transitoria de CLP 41 MMM, debido a mayores inventarios (CLP 25 MMM) y menores cuentas por pagar (CLP 33 MMM), parcialmente compensado por menores cuentas por cobrar (CLP 17 MMM).
- Excluyendo efecto de capital de trabajo, deuda financiera neta / patrimonio alcanzaría 0,56x en vez de 0,61x.

(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

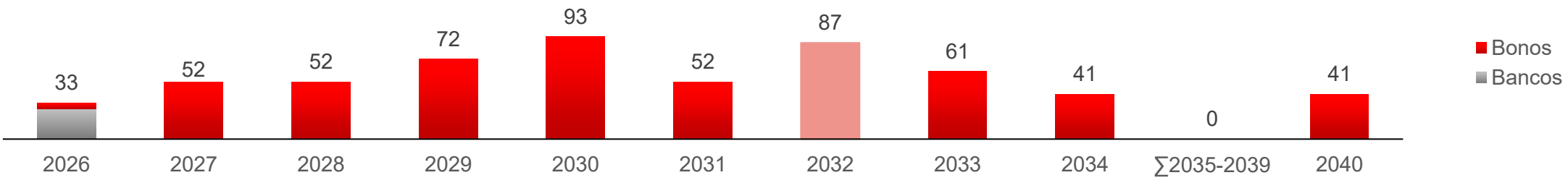
(2) Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA/gastos financieros netos

Flujo de efectivo 1S26
(CLP MMM)



- Flujo operacional menor que EBITDA:
 - ✓ Diferencia transitoria en capital de trabajo.
 - ✓ 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 30 de junio 2026
(Bonos y bancos - CLP MMM)



Colocación de Bonos

El 27 de mayo, SMU realice la colocación de los bonos Serie AX en el mercado local:

- UF 2 millones
- Estructura bullet, con vencimiento en 2032
- Tasa cupón 2,9%
- Tasa colocación 3,35%
- Spread 110 pb sobre tasa de referencia
- Demanda 1,75 veces el monto colocado

Planes de Optimización

En junio y julio, SMU implementó planes de optimización de su estructura organizacional:

- Iniciativas estratégicas, tales como la incorporación de herramientas tecnológicas y rediseños de procesos en sus operaciones, permiten incrementar la productividad, mitigando el alza de los gastos operacionales.
- Costo del plan implementado en junio se reflejó en estados financieros del 2T (CLP 1,2 MMM). Plan implementado en julio será reflejado en estados financieros del 3T (CLP 4,8 MMM).
- Los ahorros asociados a la reestructuración permitirán recuperar el costo durante el segundo semestre de 2026 y primer trimestre de 2027, y además generarán ahorros en los períodos futuros.

Resultados 2T26

Agosto 2026

