

Resultados 4T25

Marzo 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.

Plan Estratégico

23 25



Crecimiento
Omnicanal



Experiencia
del Cliente



Eficiencia &
Productividad



Organización
Comprometida &
Sostenible

**CAPACIDAD
FINANCIERA**

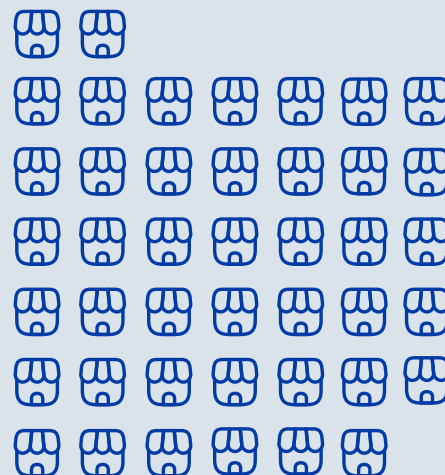
**TECNOLOGÍA &
DIGITALIZACIÓN**



43 nuevas aperturas en Chile entre 2023 y 2025, incluyendo 16 en 2025 (8 Unimarc, 6 Alvi, 2 Super10), las cuales han tenido un **desempeño por sobre nuestras expectativas**

43

Aperturas en Chile



+25 
unimarc

+10 

+8 

+24%

Ventas reales vs. plan
de ventas*

64%

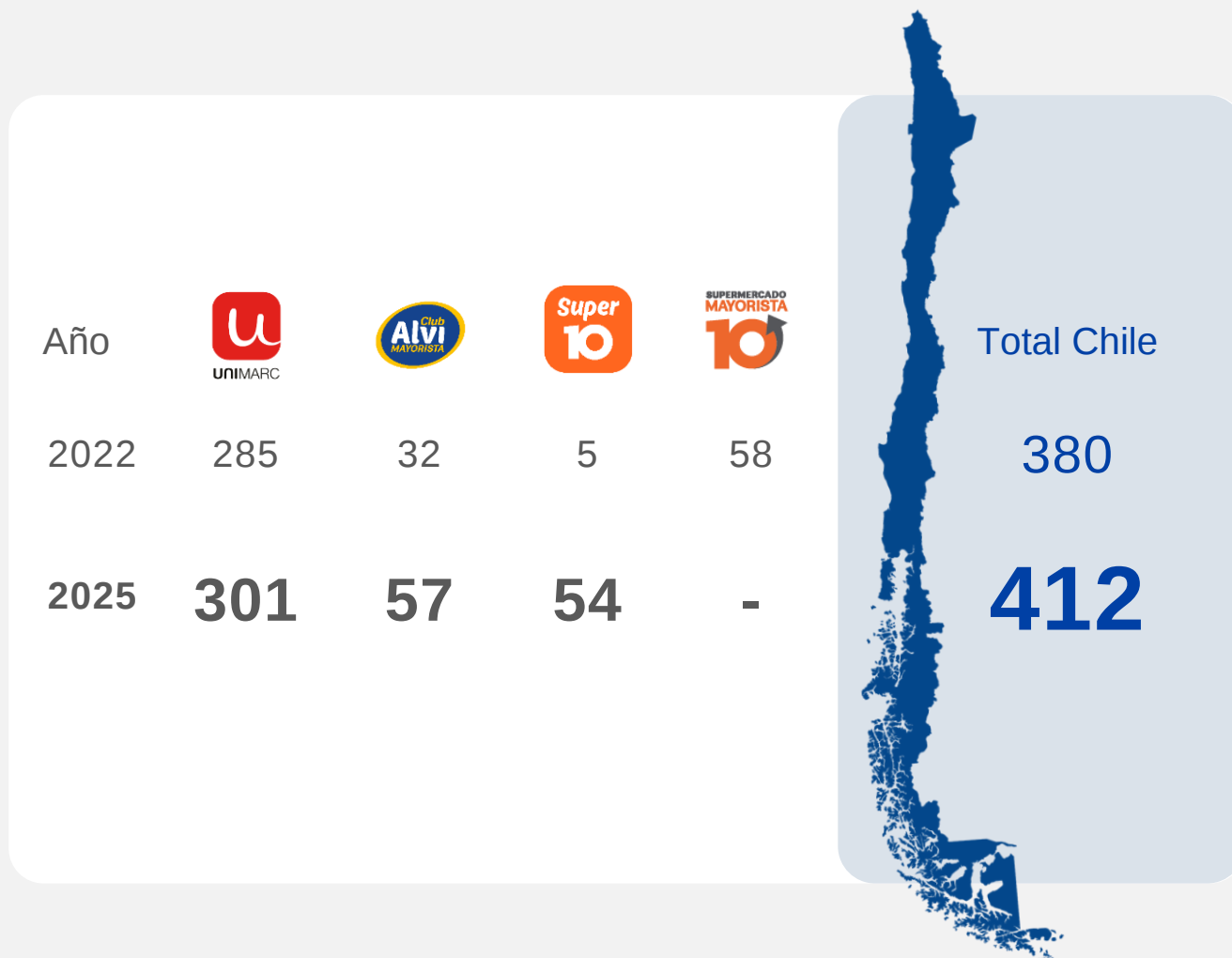
tiendas nuevas con
venta/ m2 mejor que el
promedio de su
formato*

61%

tiendas nuevas con
venta/ jornada
equivalente mejor que el
promedio de su formato*

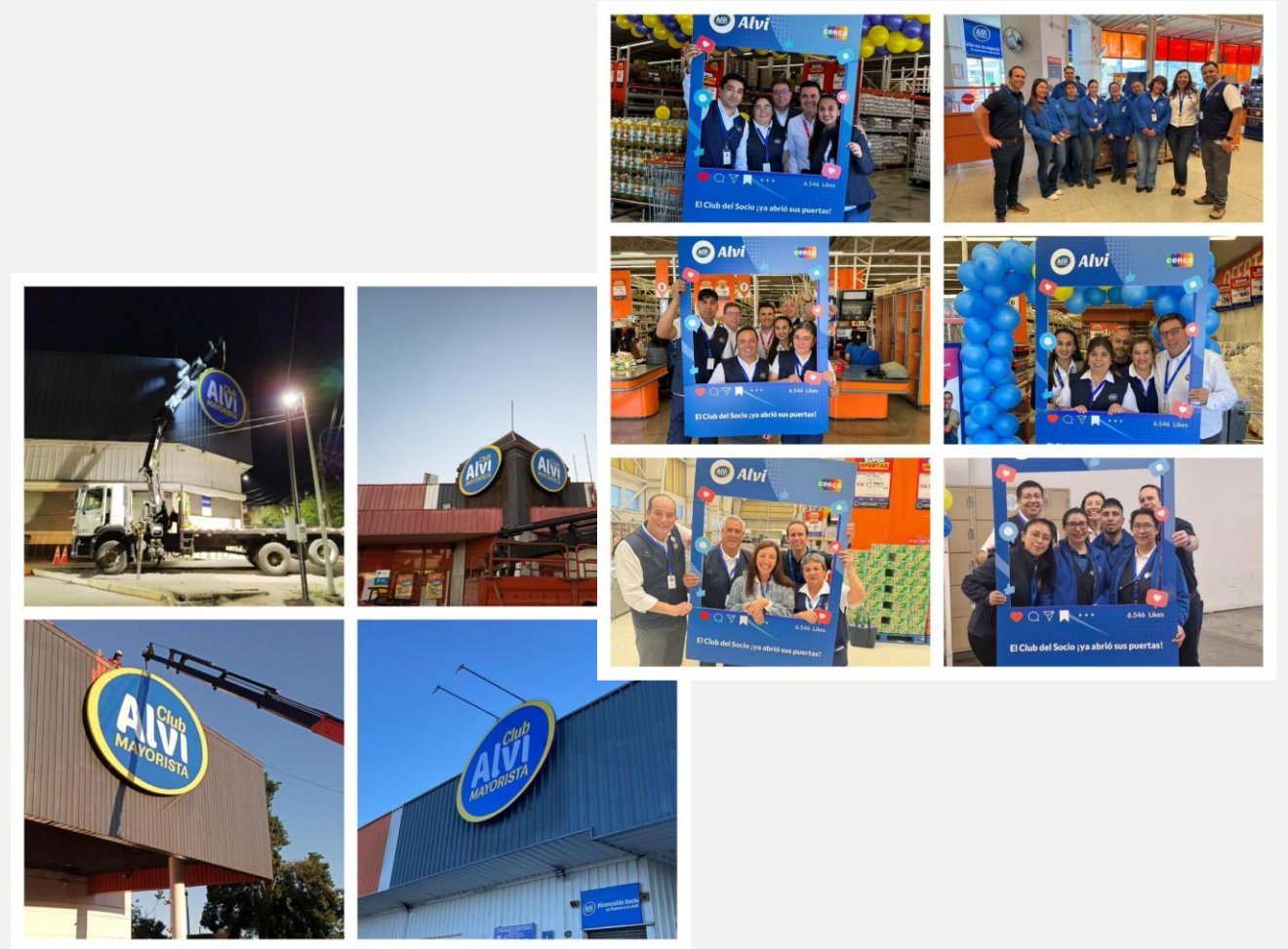
*Tiendas con fecha de apertura entre enero 2023 y enero 2025. Desempeño cuarto trimestre 2025.

Optimización y consolidación estrategia multiformato en Chile, con **mayor escala y cobertura geográfica**: Con nuevas aperturas, más la **aceleración de las conversiones Mayorista 10**, quedamos con **tres formatos**, alcanzando la **masa crítica para competir de manera más efectiva**.





Aceleramos y completamos las conversiones de tiendas Mayorista 10, aumentando la escala de Super10 (soft discount) y Alvi (cash & carry): **La presencia de tiendas Alvi aumentó de 36 a 57 en un año (15 conversiones y seis aperturas).**





Aceleramos y completamos las conversiones de tiendas Mayorista 10, aumentando la escala de Super10 (*soft discount*) y Alvi (*cash & carry*): **La presencia de tiendas Super10 aumentó de 16 a 54 en un año (36 conversiones y dos aperturas), y se relanzó la marca para mejorar el conocimiento y visibilidad.**





11 nuevas aperturas en Perú entre 2023 y 2025 (incluyendo cuatro en 2025), además de un **nuevo centro de distribución** para abastecer el crecimiento futuro, ayudando a **generar la escala necesaria para competir mejor**



Nuevas aperturas en zona de Piura



Nuevo centro de distribución





Marcas Propias

Hemos desarrollado un portafolio de marcas especializadas, **alcanzando una importante participación en las ventas**



D•KORA



KidsforKids

TeNTO

the böss



Pelayö.

B' BEAUTY



My
WAY

Merkat.

Nuestra
Cocina.



Nubelin

artidea

Amada
MASA

Como
en Casa.

BLACK
STEAK
& COMPANY



13%

participación de
marcas propias en
ventas 2025

+500

nuevos productos
lanzados 2023-2025

41%

productos de marcas
propias* con **packaging
ecoamigable** en 2025,
vs. 31% en 2024

*Surtido permanente



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



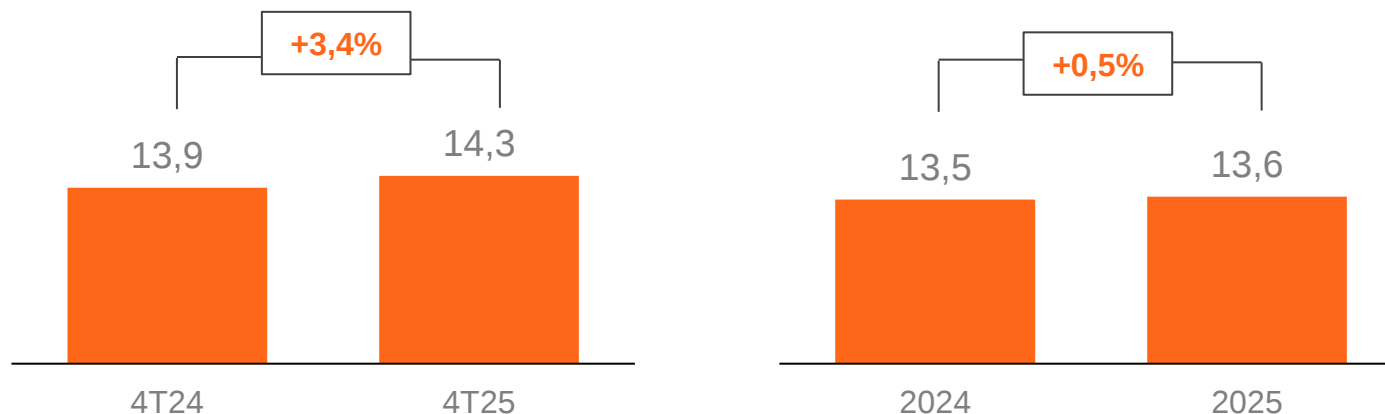
Hi-Low



Implementación continua de tecnologías diseñadas para mejorar la eficiencia, productividad y experiencia del cliente, ha ayudado a mitigar alzas significativas en costos laborales y tarifas eléctricas, permitiendo implementar planes de optimización en 1T25 y 4T25.



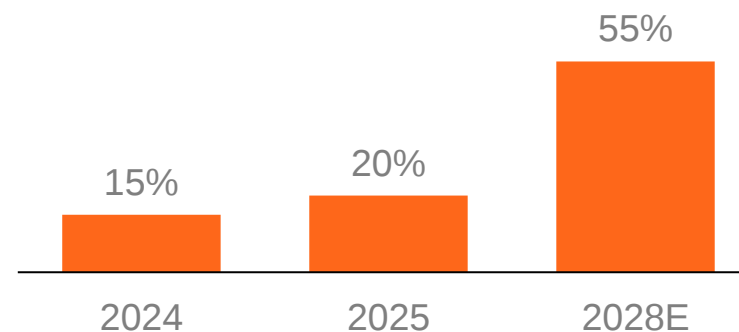
Ventas / Jornada Equivalente
(CLP MM / Mes; Operaciones en Chile)



Iniciativas de gestión de energía incluyen migración de más tiendas a tarifa cliente libre, con **suministro a partir de fuentes renovables, aumentando cobertura del 20% actual a 55% en 2028**. En 2025, 36 instalaciones migraron a tarifas de cliente libre.



Energías Renovables / Tarifas Cliente Libre
(% del consume eléctrico en Chile)



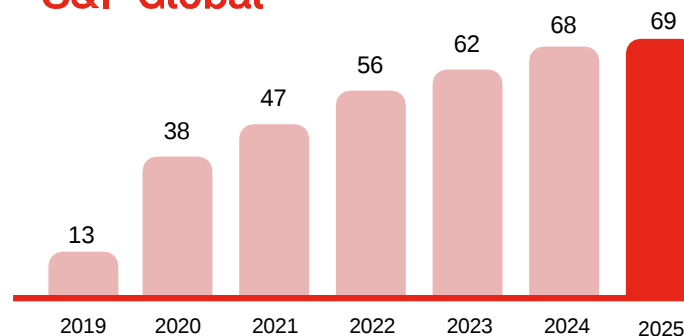


Desempeño ESG

En 2025, nuevamente alcanzamos el mayor puntaje en Chile para nuestra industria en la *S&P Corporate Sustainability Assessment*, quedando como #2 en Latam y #8 a nivel mundial.

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.

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

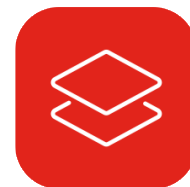
For terms of use, visit www.spglobal.com/yearbook

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

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 

store upgrades

+50 

Comunas omnicanales

+3pp 

participación marcas propias

60 

nuevas aperturas



+ foco en
surtidos relevantes



+Cobertura y
escala



+ Competitividad





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





+tecnologías
en sala



+ disponibilidad
de productos



+ optimización
sistemas de transporte,
warehouse management



+ agentes de IA
en procesos de backoffice
y supply chain



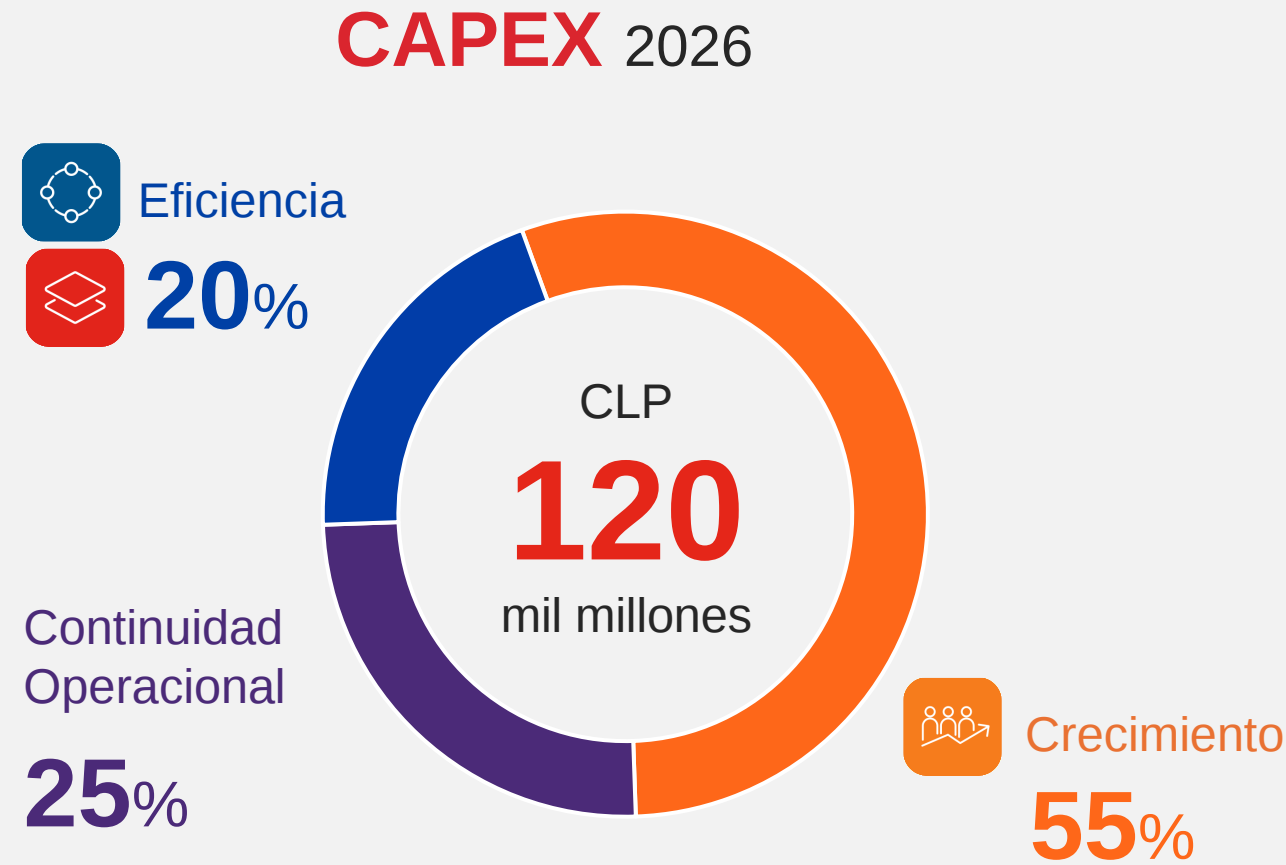
+25%

capacidad de la
red logística

+37pp

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

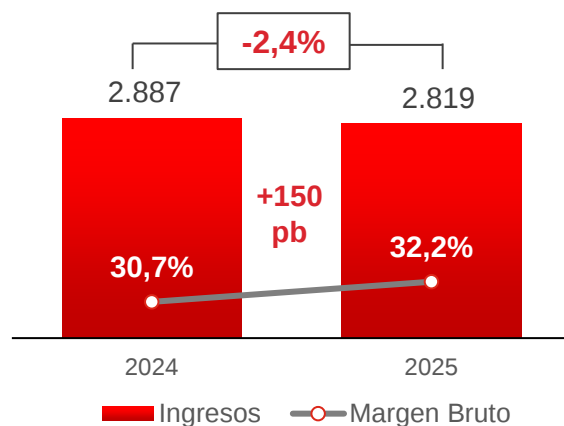




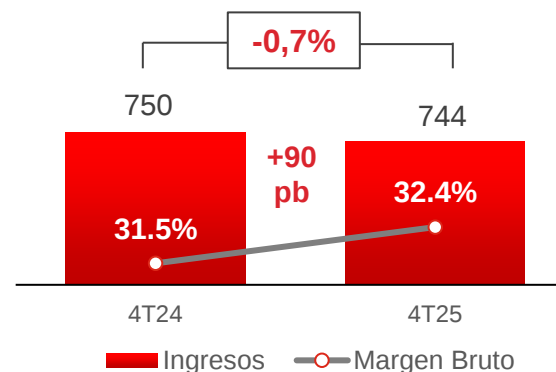
2026 Aperturas				
				
Plan	6	1	2	7
Avance	2			2

2026 Upgrades		
		
Plan	18	18

Ingresos
Año; CLP MMM



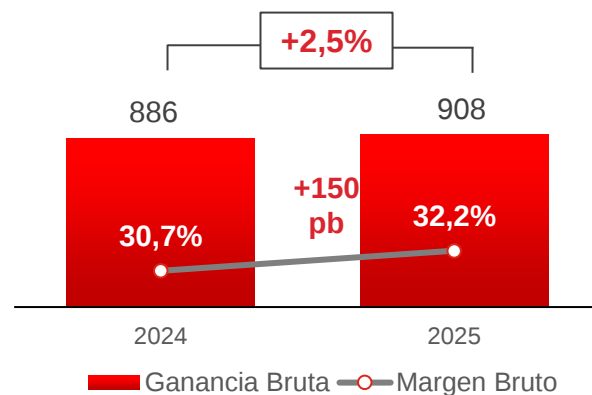
Ingresos
Cuarto Trimestre; CLP MMM



- **Mejora secuencial en ingresos** en 4T, con Unimarc creciendo +1,9% (ingresos totales) y +0,9% (SSS).
- Alvi y Super10 afectados por **impacto transitorio de conversiones Mayorista 10** (cambios de surtido e intervenciones en tienda han afectado la experiencia del cliente).
- **Optimización de promociones** y eliminación de ciertas ventas de volumen de bajo margen contribuyen a recuperación de margen bruto.

Margen Bruto y Ganancia Bruta

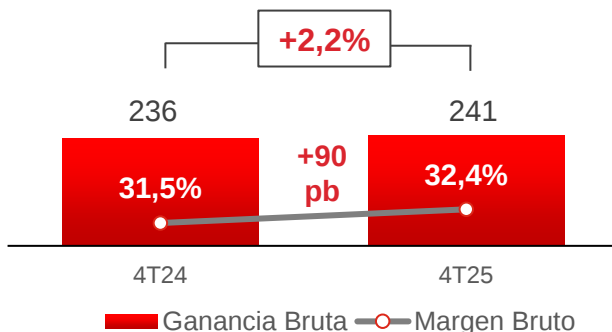
Ganancia Bruta Año; CLP MMM



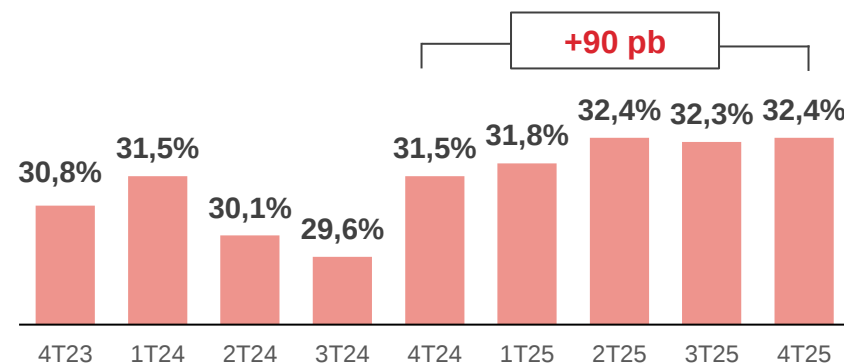
Foco en rentabilidad y eficiencia comercial:

- Optimización de promociones y eliminación de ciertas ventas de volumen de bajo margen.
- Recuperación significativa y consistente en margen bruto durante 2025 (+150 pb vs. 2024), generando una expansión de 2,5% en ganancia bruta, a pesar de los menores ingresos.
- Expansión de margen bruto en 4T25 (+90 pb) sobre alta base de comparación.

Ganancia Bruta Cuarto Trimestre; CLP MMM

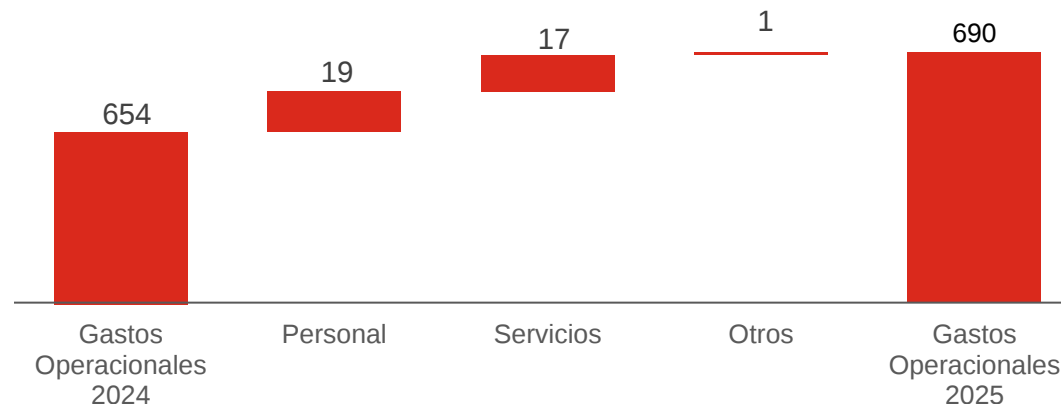
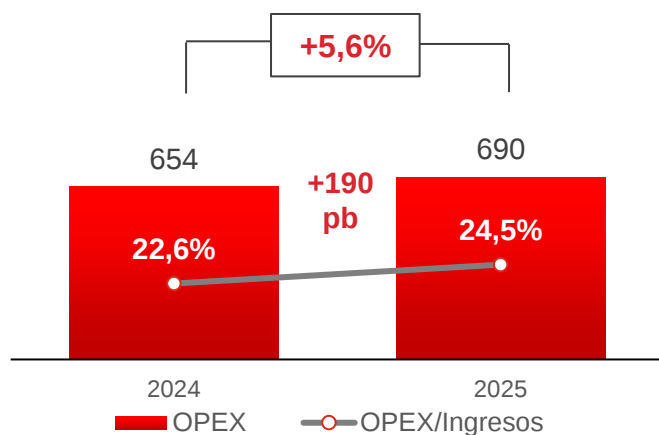


Margen Bruto Trimestral

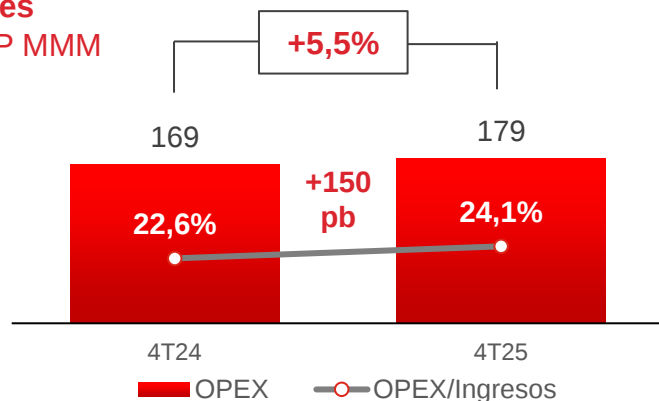


Gastos Operacionales ⁽¹⁾

Gastos Operacionales Año; CLP MMM



Gastos Operacionales Cuarto Trimestre; CLP MMM

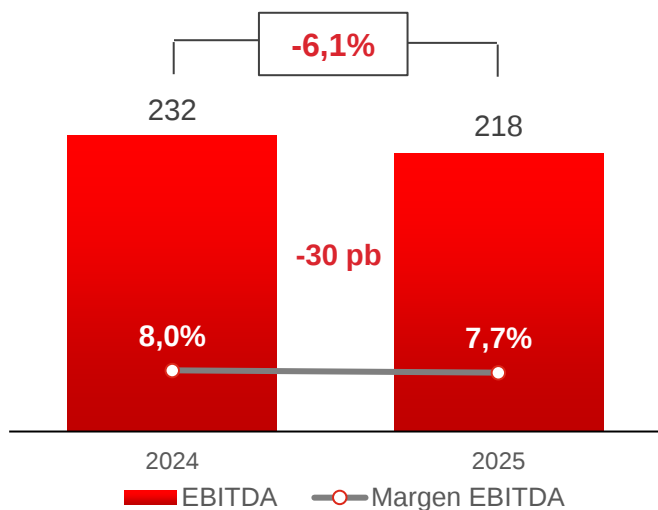


Alzas extraordinarias en gastos operacionales en 2025

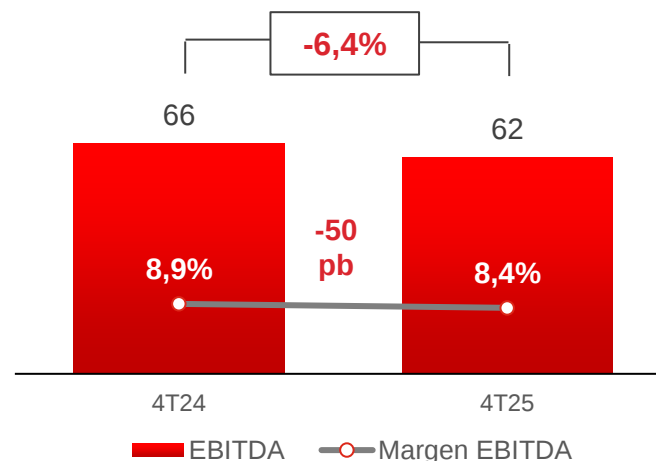
- Salario mínimo promedio +9%; gastos de electricidad +17%; implementación acelerada de jornada laboral 40 horas. Impacto de aproximadamente CLP 20 MMM en gastos de personal y gastos de servicios en 2025.
- Iniciativas estratégicas enfocadas en eficiencia y productividad ayudaron a mitigar alzas extraordinarias y absorber otros incrementos.
- Crecimiento de gastos operacionales debería ser más moderado en el futuro.

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

EBITDA
Año; CLP MMM



EBITDA
Cuarto Trimestre; CLP MMM

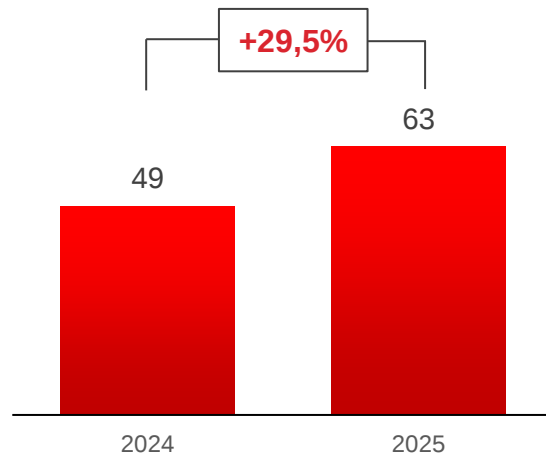


EBITDA afectado por alzas extraordinarias en gastos operacionales, a pesar de expansión en ganancia bruta.

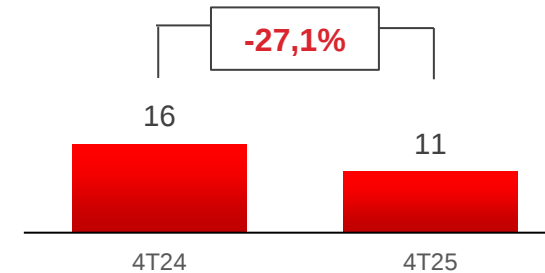
(1) EBITDA = Ganancia bruta - gastos administrativos - costos de distribución + depreciación + amortización.

Utilidad Neta

Utilidad Neta
Año; CLP MMM



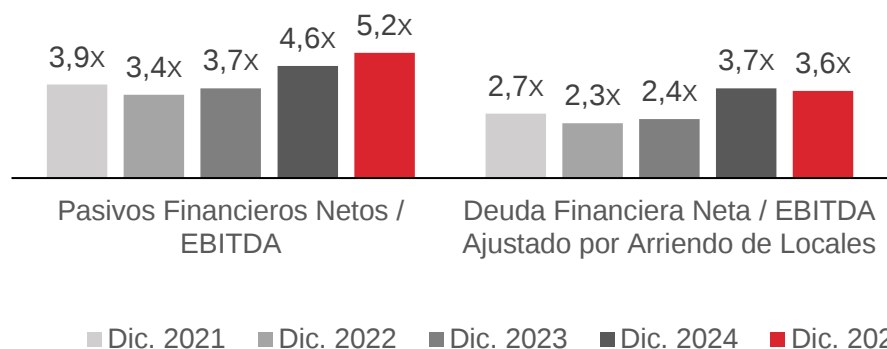
Utilidad Neta
Cuarto Trimestre; CLP MMM



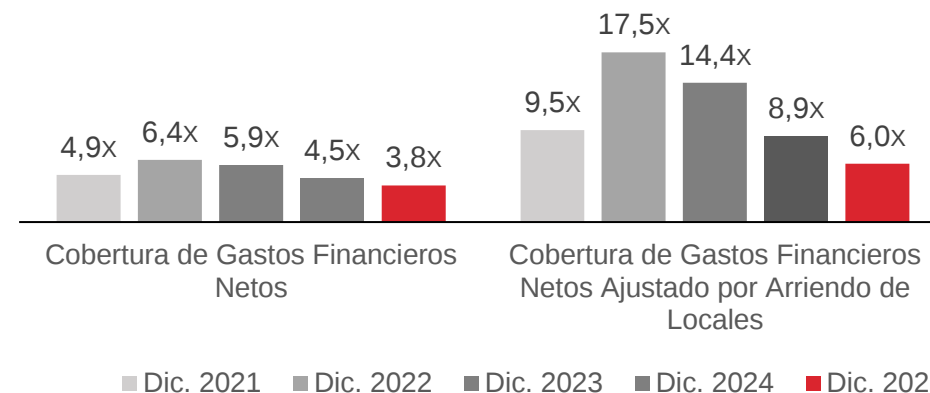
Utilidad neta incluye:

- Ganancia no operacional por ventas de opciones de compra, tiendas y centro de distribución: CLP 60,4 MMM antes de impuestos / CLP 44,1 MMM después de impuestos en año 2025.
- Pérdida no operacional por planes de optimización organizacional (antes de impuestos): CLP 12,8 MMM en año 2025 y CLP 3,2 MMM en 4T25.

Deuda Financiera Neta / EBITDA



Cobertura de Gastos Financieros Netos



- Reducción en deuda financiera luego de pagos de vencimientos de bonos en 2025, con impacto positivo en indicador deuda financiera neta/EBITDA 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.

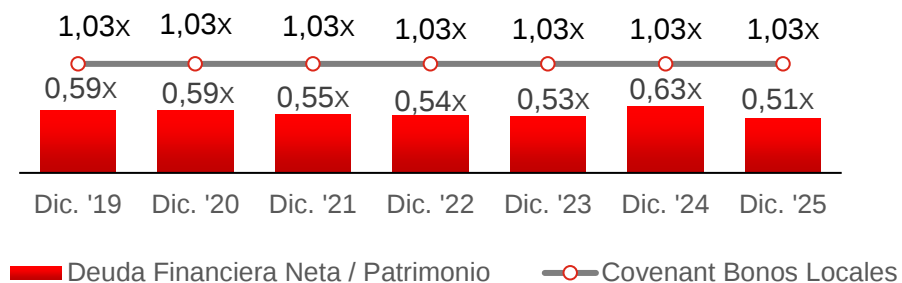
(1) Definiciones:

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

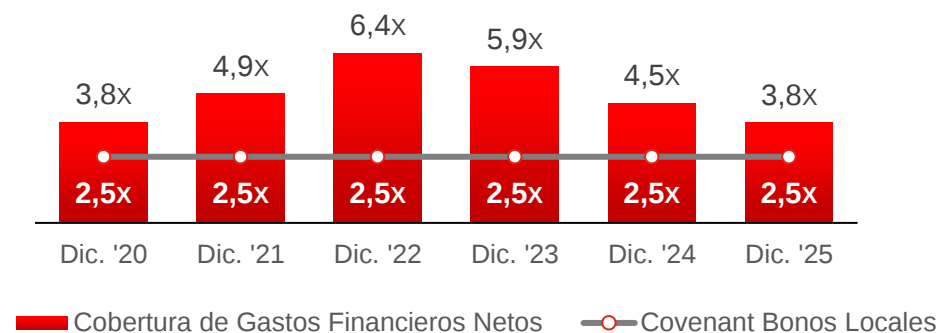
Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA de los últimos 12 meses / (gastos financieros totales – ingresos financieros totales)

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⁾

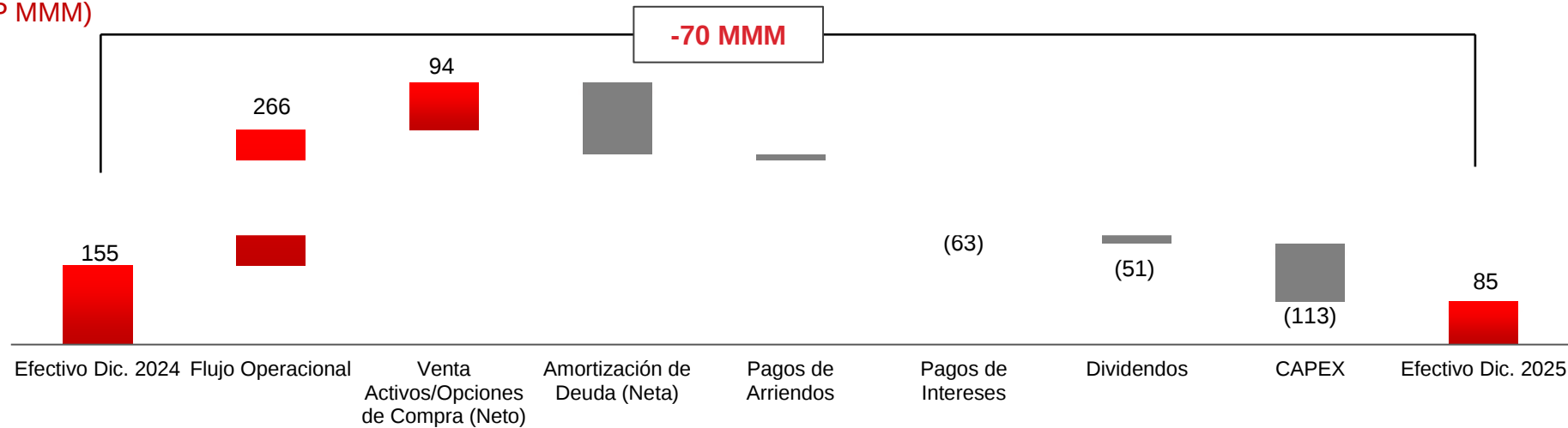


- **Reducción en deuda financiera luego de pagos de vencimientos de bonos en 2025, con impacto positivo en indicador deuda financiera neta/patrimonio.**
- **Impacto transitorio en indicadores por plan de crecimiento orgánico :**
 - Pasivo financiero y gasto financiero reflejan el 100% de las nuevas obligaciones 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

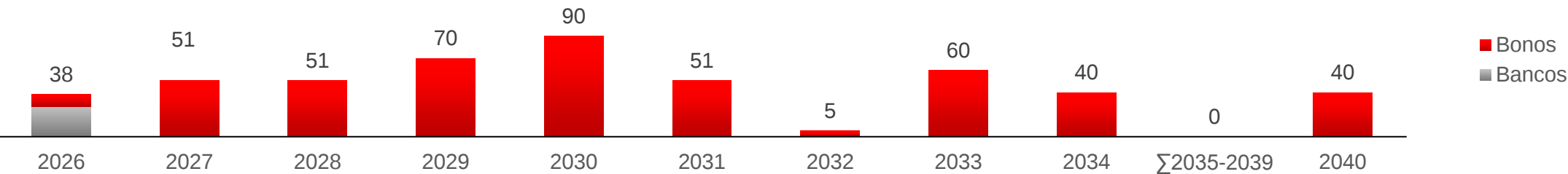
(2) Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA/gastos financieros netos

Flujo de efectivo 2025
(CLP MMM)



- Pago de bonos series T y AK (CLP 145 MMM) en 1S25 utilizando fondos de colocaciones del año 2024.
- Efecto neto venta activos: CLP 94 MMM
- Saldo de efectivo sigue por encima del promedio histórico.
- Muy bajo monto de amortizaciones de deuda en 2026.

Perfil de vencimientos al 31 de diciembre de 2025
(Bonos y bancos - CLP MMM)



Plan de Reestructuración Organizacional

- Iniciativas de eficiencia operacional, incluyendo la incorporación de herramientas tecnológicas y rediseños de procesos en tiendas y oficina, permitieron implementar un plan de reestructuración organizacional en enero 2026.
- Costo: aproximadamente CLP 12,5 MMM, que se reconocerá en estados financieros del 1T26.
- Ahorros generados por el plan permitirán recuperar el costo durante el año y beneficiarán períodos futuros.

Programa de Recompra de Acciones

- El Directorio autorizó a la Administración para ejecutar el programa vigente de recompra de acciones de propia emisión (aprobado en 2022).
- El Directorio también acordó llamar a Junta Extraordinaria de Accionistas para evaluar un nuevo programa de recompra.
- En el caso de aprobar el nuevo programa, se pondría término al programa actual.

Ventas de Activos

- 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.
- También vendió dos terrenos, firmando contratos de arriendo de largo plazo para operar locales en esas ubicaciones una vez que se desarrollen los respectivos proyectos inmobiliarios.
- 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 2,3 MMM en utilidad neta de 1T26, y entrada neta de efectivo de aproximadamente CLP 6,7 MMM.

Resultados 4T25

Marzo 2026

