



# Reporte de Resultados

1er Trimestre 2025





## ■ Resumen Ejecutivo

Durante el primer trimestre de 2025 (1T25), los **ingresos de SMU** alcanzaron los CLP 706.710 millones, una disminución de 0,7% con respecto al primer trimestre de 2024 (1T24), pero con un aumento de un 0,4% en la ganancia bruta, producto de la mayor eficiencia comercial.

El comportamiento de los ingresos se explicó principalmente por el efecto calendario que generó una alta base de comparación para las ventas de locales equivalentes, o same-store sales, dado que el primer trimestre de 2024 tuvo un día más por ser año bisiesto, además del impacto positivo en la venta por Semana Santa en marzo de 2024.

Este efecto se vio parcialmente compensado por el buen desempeño de las tiendas nuevas que la Compañía ha abierto en el contexto de su **plan de crecimiento orgánico**. Este plan contempla la apertura de 58 tiendas entre 2023 y 2025, con un avance de 35 a la fecha. Asimismo, durante abril de 2025, SMU anunció su plan de inversiones para el período 2025-2029, el que considera un monto total de USD 600 millones y la apertura de 115 tiendas nuevas, además de otras iniciativas.

Durante el primer trimestre, se mantuvieron tendencias similares en las preferencias de los clientes con respecto al año 2024, con un foco importante en el ahorro. Para satisfacer estas necesidades, SMU ofreció promociones en productos con alta sensibilidad a precios, ayudando a sus clientes a maximizar su presupuesto familiar.

La **ganancia bruta** para el primer trimestre de 2025 alcanzó los CLP 224.738 millones, un aumento de 0,4% con respecto a los CLP 223.934 millones generados en el primer trimestre de 2024. En términos de margen bruto porcentual, este alcanzó 31,8% en 1T25, una expansión de 33 puntos base con respecto al 31,5% de 1T24. De esta forma, la Compañía ha logrado mantener la recuperación en margen bruto que alcanzó en el cuarto trimestre, luego del cambio en su estructura promocional que implementó durante 2024.

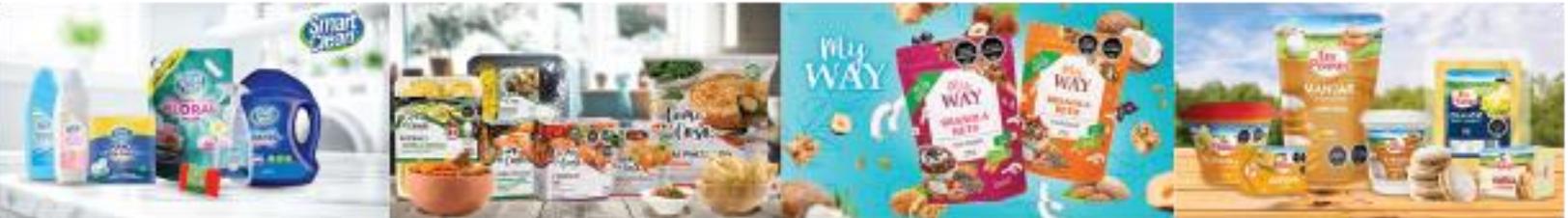
Por otra parte, los **gastos operacionales**<sup>1</sup> aumentaron en un 8,8% en 1T25, principalmente explicado por alzas en el salario mínimo promedio (mayor en un 11% con respecto al 1T24) e inflación (4,1%), además del efecto de los incrementos en las tarifas eléctricas. Las iniciativas de eficiencia operacional y productividad que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico han contribuido a la mitigación de dichos impactos.

El **EBITDA**<sup>2</sup> de SMU del primer trimestre de 2025 fue de CLP 54.192 millones (margen EBITDA 7,7%), una disminución de 19,3% con respecto a los CLP 67.132 millones (margen EBITDA 9,4%) del primer trimestre de 2024.

El **resultado operacional** del primer trimestre de 2025 alcanzó los CLP 25.588 millones, una disminución de CLP 15.179 millones (37,2%) respecto al 1T24. Lo anterior se debió al menor EBITDA, además de un aumento de CLP 2.238 millones (8,5%) en la depreciación y amortización, reflejando los mayores niveles de inversión de la Compañía en los últimos años como parte de sus planes estratégicos.

<sup>1</sup> Gastos operacionales = gastos de distribución + gastos de administración y ventas - depreciación - amortización

<sup>2</sup> EBITDA = Margen bruto - gastos de distribución - gastos de administración + depreciación + amortización



El **resultado no operacional** de SMU para el primer trimestre de 2025 totalizó una pérdida de CLP - 25.924 millones, una variación de CLP -10.411 millones con respecto al 1T24, principalmente explicado por el efecto no recurrente del plan de optimización de estructura organizacional implementado durante los meses de enero y febrero de 2025 (pérdida de CLP 8.912 millones). Los ahorros asociados a la reestructuración permitirán recuperar el costo durante el año 2025, y además generarán ahorros en los períodos futuros.

La **utilidad neta** en el primer trimestre de 2025 alcanzó los CLP 4.210 millones, menor en CLP 14.903 millones (78,0%) con respecto a los CLP 19.113 millones obtenidos en el primer trimestre de 2024. Esta diferencia se explica por el menor resultado operacional de CLP 15.179 millones, además del resultado no operacional (CLP -10.411 millones), parcialmente compensado por una variación positiva en el ingreso por impuestos a las ganancias (CLP 10.687 millones).

Con respecto a la **situación financiera**, al 31 de marzo de 2025, SMU contaba con un saldo de efectivo y equivalentes de CLP 170.618 millones, suficiente para hacer frente al vencimiento de UF 3.000.000 del 30 de abril de 2025.



## ■ Comentarios de la Administración

En relación con la publicación de los resultados del primer trimestre de 2025, el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló, “Durante la primera parte de este año, enfrentamos una base de comparación exigente para nuestras ventas de locales equivalentes, debido a efectos calendario del primer trimestre de 2024, que tuvo un día más por ser año bisiesto, además del impacto positivo en la venta por Semana Santa en marzo de 2024”.

“Si bien el comportamiento de los ingresos estuvo más plano, cabe destacar que logramos mantener la recuperación del margen bruto que habíamos conseguido en el cuarto trimestre del año pasado, permitiendo una mejora de 0,4% en la ganancia bruta. Esperamos mantener estos niveles de margen bruto en los próximos trimestres. En estos meses, hemos mantenido una actividad promocional competitiva y que ha permitido a nuestros clientes acceder a importantes ahorros en el consumo de alimentos. Asimismo, hemos consolidado la presencia de nuestras marcas propias, con una penetración de un 13% de las ventas en Chile”.

El Sr. Gálvez continuó, “Por otro lado, las alzas importantes en el salario mínimo y tarifas eléctricas han generado presiones en los gastos, afectando al EBITDA y margen EBITDA. Sin embargo, nuestro enfoque disciplinado en materia de gastos operacionales nos ha permitido implementar iniciativas de eficiencia y productividad que nos han ayudado a mitigar estos impactos y a generar ahorros en el futuro”.

“Cabe destacar que se ha mantenido el buen desempeño de las tiendas nuevas que hemos abierto como parte de nuestra estrategia de crecimiento orgánico. Para el trienio 2023-2025, nuestro plan contempla 58 aperturas de tiendas, y a la fecha llevamos 35, incluyendo 28 en Chile y siete en Perú”.

“El mes pasado, anunciamos nuestro plan de crecimiento para los próximos cinco años, entre 2025 y 2029, con inversiones por USD 600 millones, donde vamos a mantener este elevado ritmo de aperturas. En total el plan considera 115 tiendas nuevas, 80 de las cuales estarán en Chile, permitiéndonos expandir nuestra cobertura geográfica, abarcando más del 90% de la población”, finalizó el Sr. Gálvez.



## ■ Highlights

### Plan de Crecimiento a Cinco Años



En abril de 2025, SMU anunció su plan de inversiones para el período 2025-2029, por un monto total aproximado de USD 600 millones. Este contempla iniciativas de crecimiento orgánico, eficiencia y continuidad operacional. Aproximadamente un 60% de la inversión se destinaría a crecimiento orgánico—incluyendo la apertura de 115 nuevas tiendas, 80 en Chile y 35 en Perú, y más de 200 remodelaciones y reconversiones—, entre un 15% y 20% a eficiencia y productividad, mediante herramientas tecnológicas que mejoren los procesos en tiendas, logística y back office, y entre un 20% y 25% a continuidad operacional, incluyendo renovación de equipos en tiendas y centros de distribución. El plan será financiado con recursos propios y no considera aumento de deuda.

### Pago de Dividendo



Con fecha 7 de mayo de 2025, SMU pagó el dividendo definitivo aprobado por la Junta Ordinaria de Accionistas, correspondiente a las utilidades del cuarto trimestre de 2024, por un monto de \$2,02487 por acción, equivalente a un monto total de \$11.669.742.320.

## ■ Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día miércoles 14 de mayo a las 11:00 am de Santiago/ 11:00 am ET para comentar los resultados del primer trimestre de 2025.

Para conectar desde tu computadora, únete con el siguiente link:  
<https://mm.closir.com/slides?id=479040>

Para conectar desde tu teléfono, marca usando los siguientes números de acceso y **Participant Password: 479040**

USA: +1 718 866 4614  
Chile: +56 228 401 484  
Peru: +51 1706 0950  
Brazil: +55 612 017 1549  
Mexico: +52 55 1168 9973  
UK: +44 203 984 9844

Posteriormente, una grabación de la llamada estará disponible en la página web de SMU, sección Inversionistas, bajo Información Financiera: <https://www.smu.cl/inversionistas.html>



## ■ 1. Análisis del Estado de Resultados

A continuación se presentan los resultados consolidados de SMU S.A. y Filiales para los períodos de tres meses terminados al 31 de marzo de 2025 y 2024. Todas las cifras están expresadas en pesos chilenos (CLP) y de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”).

Cuadro 1: Estado de Resultados Consolidados

(Millones CLP)	1T25	1T24	△%
Ingresos de Actividades Ordinarias	706.710	711.564	(0,7%)
Costo de Ventas	(481.972)	(487.630)	(1,2%)
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>224.738</b>	<b>223.934</b>	<b>0,4%</b>
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>31,8%</i>	<i>31,5%</i>	
Gastos de Distribución	(12.141)	(11.132)	9,1%
<b>Margen de Contribución</b>	<b>212.597</b>	<b>212.802</b>	<b>(0,1%)</b>
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>30,1%</i>	<i>29,9%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(158.405)	(145.670)	8,7%
<b>EBITDA</b>	<b>54.192</b>	<b>67.132</b>	<b>(19,3%)</b>
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>7,7%</i>	<i>9,4%</i>	
Depreciación y Amortización	(28.603)	(26.365)	8,5%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>25.588</b>	<b>40.767</b>	<b>(37,2%)</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	(5.139)	(85)	5.942,0%
Ingresos Financieros	2.171	2.507	(13,4%)
Costos Financieros	(15.391)	(14.529)	5,9%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(74)	(97)	(24,3%)
Diferencias de Cambio	75	394	(81,0%)
Resultados por Unidades de Reajuste	(7.566)	(3.702)	104,3%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(25.924)</b>	<b>(15.513)</b>	<b>67,1%</b>
<b>Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto</b>	<b>(335)</b>	<b>25.254</b>	<b>n.a.</b>
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	4.545	(6.142)	n.a.
<b>Ganancia (Pérdida) del Período</b>	<b>4.210</b>	<b>19.113</b>	<b>(78,0%)</b>
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	4.210	19.113	(78,0%)
Ganancia (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	0	0	0
<b>Ganancia (Pérdida) del Período</b>	<b>4.210</b>	<b>19.113</b>	<b>(78,0%)</b>

\*n.a. = no aplica. Indica la comparación en términos porcentuales entre un número positivo en un período y un número negativo en otro período.



## 1.1 Resultados de Operaciones

### 1.1.1 Ingresos de Actividades Ordinarias

Los **ingresos de actividades ordinarias** del primer trimestre de 2025 alcanzaron los CLP 706.710 millones, una disminución de 0,7% con respecto a los CLP 711.564 millones generados en el primer trimestre de 2024.

Cuadro 2: **Ingresos** (CLP MMM)

INGRESOS (CLP MMM)	1T25	1T24	Δ%
UNIMARC	487	486	0,2%
MAYORISTAS	201	206	-2,3%
OTROS(*)	4,3	3,8	11,8%
SUPERMERCADOS CHILE	693	696	-0,5%
SUPERMERCADOS PERÚ	14,1	15,3	-8,1%
<b>TOTAL SMU</b>	<b>707</b>	<b>712</b>	<b>-0,7%</b>

(\*) El ítem "Otros" considera todos los ingresos distintos a los generados por los formatos operacionales de la Compañía, incluyendo ingresos inmobiliarios y de servicios financieros.

Cuadro 3: **Evolución de Ventas de Locales Equivalentes (SSS)** (%)

SSS (Δ%)	1T25	1T24
UNIMARC	-1,1%	0,4%
MAYORISTAS	-5,0%	-4,3%
SUPERMERCADOS CHILE	-2,2%	-1,0%
SUPERMERCADOS PERÚ	-14,7%	-10,4%
<b>TOTAL SUPERMERCADOS</b>	<b>-2,4%</b>	<b>-0,9%</b>

Los ingresos del segmento **Supermercados Chile** disminuyeron en 0,5% en el primer trimestre de 2025 con respecto a 1T24, mientras que los ingresos de **Supermercados Perú**, medidos en pesos chilenos, disminuyeron en un 8,1% (10,9% medido en moneda local). En tanto, las **ventas de locales equivalentes (SSS)** presentaron una disminución de 2,4% (-2,2% en Chile y -14,7% en Perú, medido en moneda local), explicado principalmente por la alta base de comparación relacionada con el efecto



calendario, dado que el primer trimestre de 2024 tuvo un día más por ser año bisiesto, además del impacto positivo en la venta por Semana Santa en marzo de 2024.

Este efecto se vio parcialmente compensado por el buen desempeño de las tiendas nuevas que la Compañía ha abierto en el contexto de su **plan de crecimiento orgánico**. Este plan contempla la apertura de 58 tiendas entre 2023 y 2025, con un avance de 35 a la fecha. Asimismo, durante abril de 2025, SMU anunció su plan de inversiones para el período 2025-2029, el que considera un monto total de USD 600 millones y la apertura de 115 tiendas nuevas, además de otras iniciativas.

Durante el primer trimestre, se mantuvieron tendencias similares en las preferencias de los clientes con respecto al año 2024, con un foco importante en el ahorro. Para satisfacer estas necesidades, SMU ofreció promociones en productos con alta sensibilidad a precios, ayudando a sus clientes a maximizar su presupuesto familiar.

Por formato, Unimarc registró un leve incremento de 0,2% en sus ingresos con respecto al 1T24 (disminución de 1,1% en SSS). En el caso del segmento mayoristas, que incluye los formatos de precio Alvi, Mayorista 10 y Super10, los ingresos disminuyeron en un 2,3% en el 1T25 (SSS -5%).

**Cuadro 4: Evolución de las Ventas por Metro Cuadrado (CLP M/M<sup>2</sup>)**

VENTAS POR M <sup>2</sup> (CLP M/M <sup>2</sup> )	1T25	1T24	Δ%
SUPERMERCADOS CHILE	466	474	-1,7%
SUPERMERCADOS PERÚ	242	260	-6,8%
<b>TOTAL SUPERMERCADOS</b>	<b>458</b>	<b>467</b>	<b>-1,9%</b>

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 457.724 en 1T25, menor en un 1,9% vs. 1T24. En Chile se registró una disminución de 1,7% en 1T25. Con respecto a Perú, se registró una disminución de 6,8% en 1T25. En ambos casos, la variación refleja el comportamiento de las ventas, además del impacto de la superficie de venta de locales nuevos que aún no alcanzan la madurez en sus ventas, y en consecuencia tienen una venta por metro cuadrado menor que el promedio.



Cuadro 5: **Número de Locales y Superficie de Ventas** (Miles de M<sup>2</sup>)

N° LOCALES			SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M <sup>2</sup> )		
	1T25	1T24		1T25	1T24
UNIMARC	295	290	UNIMARC	352	352
MAYORISTAS	105	99	MAYORISTAS	136	128
SUPERMERCADOS CHILE	400	389	SUPERMERCADOS CHILE	488	481
SUPERMERCADOS PERÚ	31	29	SUPERMERCADOS PERÚ	17	18
<b>TOTAL SUPERMERCADOS</b>	<b>431</b>	<b>418</b>	<b>TOTAL SUPERMERCADOS</b>	<b>505</b>	<b>499</b>

Cuadro 6: **Evolución de Aperturas y Cierres de Locales**

APERTURAS Y CIERRES	1T24		2T24		3T24		4T24		1T25	
	APER.	CIER.								
UNIMARC	0	2	2	0	5	1	1	1	0	1
MAYORISTAS	1	0	0	0	3	0	2	0	1	0
SUPERMERCADOS CHILE	1	2	2	0	8	1	3	1	1	1
SUPERMERCADOS PERÚ	1	2	1	1	1	0	3	0	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>

Al cierre del primer trimestre de 2025, SMU cuenta con 400 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, 11 más que los 389 locales al cierre del 1T24, y un total de 487.573 metros cuadrados. En Perú, se totalizan 31 locales (17.262 metros cuadrados). En total, la Compañía cuenta con **431 tiendas** y **504.835 metros cuadrados** entre Chile y Perú.

La Compañía continuó avanzando en su plan de crecimiento durante el primer trimestre, abriendo un Alvi en la comuna de Coronel. Por otra parte, cerró un local del formato Unimarc, uno de Mayorsa y uno de Maxiahorro, debido a que arrastraban un bajo desempeño durante los últimos años.



## 1.1.2 Gastos Operacionales

Los **gastos operacionales** (gastos de distribución más los gastos de administración y ventas, excluyendo depreciación y amortización) totalizaron CLP 170.546 millones en 1T25, un aumento de 8,8% con respecto a los CLP 156.802 millones registrados en 1T24. Como proporción de la venta, los gastos operacionales fueron un 24,1% en 1T25, un aumento de 210 pb con respecto al 22,0% registrado en 1T24.

Los **gastos de distribución** del primer trimestre de 2025 alcanzaron CLP 12.141 millones, un aumento de 9,1% con respecto a los CLP 11.132 millones del primer trimestre de 2024. Como porcentaje de la venta, los gastos de distribución alcanzaron 1,7% en 1T25 y 1,6% en 1T24. El incremento en los gastos de distribución se explicó principalmente por la inflación, parcialmente compensado por el menor precio del petróleo, variables que afectan el polinomio de las tarifas de transporte, además de aumentos en la centralización, contribuyendo a una mejor gestión de inventarios y disponibilidad de productos.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) totalizaron CLP 158.405 millones (22,4% de la venta) en el primer trimestre de 2025, un aumento de 8,7% respecto a los CLP 145.670 millones (20,5% de la venta) registrados en el primer trimestre de 2024.

Las principales variaciones del trimestre fueron:

- a. Aumento de CLP 7.178 millones (+10,2% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (11%), ajustes de inflación (4,1%) y aperturas de locales, parcialmente compensado por una menor dotación promedio.
- b. Aumento de CLP 5.647 millones (+18,9% 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.

Cuadro 7: Dotación Promedio

DOTACIÓN PROMEDIO	1T25	1T24	△%
LOCALES CHILE	20.873	21.021	-0,7%
CORPORATIVO CHILE	2.091	2.045	2,3%
<b>SUPERMERCADOS CHILE</b>	<b>22.964</b>	<b>23.066</b>	<b>-0,4%</b>
LOCALES PERÚ	574	576	-0,3%
CORPORATIVO PERÚ	138	133	4,0%
<b>SUPERMERCADOS PERÚ</b>	<b>712</b>	<b>708</b>	<b>0,5%</b>
<b>TOTAL SUPERMERCADOS</b>	<b>23.676</b>	<b>23.774</b>	<b>-0,4%</b>



### 1.1.3 Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

La **ganancia bruta** para el primer trimestre de 2025 alcanzó los CLP 224.738 millones, un aumento de 0,4% con respecto a los CLP 223.934 millones generados en el primer trimestre de 2024. En términos de **margen bruto** porcentual, este alcanzó 31,8% en 1T25, una expansión de 33 puntos base con respecto al 31,5% de 1T24. De esta forma, la Compañía ha logrado mantener la recuperación en margen bruto que alcanzó en el cuarto trimestre, luego del cambio en su estructura promocional que implementó durante 2024.

El **margen de contribución** del primer trimestre de 2025 alcanzó CLP 212.597 millones (30,1% de los ingresos), similar a los CLP 212.802 millones (29,9% de los ingresos) del primer trimestre de 2024.

El **EBITDA** del primer trimestre de 2025 fue de CLP 54.192 millones, una disminución de 19,3% con respecto a los CLP 67.132 millones del primer trimestre de 2024. El **margen EBITDA** alcanzó un 7,7% en 1T24, menor en 177 pb comparado con el 9,4% registrado en 1T24.

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 1T25 alcanzó los CLP 30.176 millones, menor en 31,7% con respecto a los CLP 44.211 millones del 1T24, debido al mayor pago de arriendos asociado a la inflación y a las nuevas aperturas.

El **resultado operacional** del primer trimestre de 2025 alcanzó los CLP 25.588 millones, una disminución de CLP 15.179 millones (37,2%) respecto a los CLP 40.767 millones del primer trimestre de 2024. Lo anterior se debió al menor EBITDA, además de un aumento de CLP 2.238 millones (8,5%) en la depreciación y amortización, reflejando los mayores niveles de inversión de la Compañía en los últimos años como parte de sus planes estratégicos.



## 1.2 Resultado No Operacional<sup>3</sup>

El **resultado no operacional** de SMU para el primer trimestre de 2025 totalizó una pérdida de CLP - 25.924 millones, una variación de CLP -10.411 millones con respecto a la pérdida de CLP -15.513 millones registrada en el primer trimestre de 2024. La variación se explica principalmente por:

- Una disminución de CLP 5.054 millones (-5.942%) en el rubro **otras ganancias y pérdidas**, principalmente debido a (i) una pérdida de CLP 8.912 millones asociado al plan de optimización de estructura organizacional implementado durante los meses de enero y febrero de 2025. Los ahorros asociados a la reestructuración permitirán recuperar el costo durante el año 2025, y además generarán ahorros en los períodos futuros; y (ii) una ganancia de CLP 3.903 millones por la venta de dos locales propios, los cuales quedaron con contratos de arriendo a largo plazo.
- Un incremento de CLP 3.863 millones (104,3%) en la **pérdida por resultados por unidades de reajuste**, principalmente debido al mayor stock de deuda financiera denominada en UF en 1T25 con respecto a 1T24, por las colocaciones de bonos realizadas en 2024 para refinanciar los vencimientos del primer semestre de 2025, junto con la mayor variación de la UF en 1T25.
- Un aumento de CLP 863 millones (5,9%) en los **costos financieros**, relacionado principalmente al aumento en el mayor stock de deuda financiera explicado anteriormente.

## 1.3 Impuesto a las Ganancias y Resultado Neto

El **ingreso por impuestos a las ganancias** para 1T25 alcanzó CLP 4.545 millones, una variación positiva de CLP 10.687 millones con respecto al gasto de CLP -6.142 millones registrado en 1T24. La variación se explica principalmente por el menor resultado antes de impuestos, además de la mayor corrección monetaria sobre pérdidas tributarias acumuladas y otras partidas tributarias, debido a la mayor inflación en 1T25 vs. 1T24.

La **utilidad neta** en el primer trimestre de 2025 alcanzó los CLP 4.210 millones, menor en CLP 14.903 millones (78,0%) con respecto a los CLP 19.113 millones obtenidos en el primer trimestre de 2024. Esta diferencia se explica por el menor resultado operacional de CLP 15.179 millones, además del resultado no operacional (CLP -10.411 millones), parcialmente compensado por la variación positiva en el ingreso por impuestos a las ganancias (CLP 10.687 millones).

<sup>3</sup> 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



## ■ 2. Análisis del Estado de Situación Financiera

Cuadro 8: Estado de Situación Financiera al 31 de marzo de 2025 y 31 de diciembre de 2024

(Millones CLP)	Marzo 2025	Diciembre 2024	Δ s	Δ %
<b>ACTIVOS</b>				
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	170.618	154.890	15.728	10,2%
Otros Activos Financieros Corrientes	3.748	3.168	580	18,3%
Otros Activos No Financieros Corrientes	27.332	43.167	(15.836)	(36,7%)
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	86.722	96.566	(9.844)	(10,2%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	1.861	1.656	204	12,3%
Inventarios	230.049	236.300	(6.250)	(2,6%)
Activos por Impuestos Corrientes	4.627	4.976	(348)	(7,0%)
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>524.957</b>	<b>540.723</b>	<b>(15.766)</b>	<b>(2,9%)</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>				
Otros Activos Financieros No Corrientes	380	383	(3)	(0,8%)
Otros Activos No Financieros No Corrientes	2.942	3.120	(179)	(5,7%)
Cuentas por Cobrar No Corrientes	3.130	3.472	(342)	(9,8%)
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	7.074	7.148	(74)	(1,0%)
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	75.542	74.528	1.014	1,4%
Plusvalía	475.949	476.155	(206)	(0,0%)
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	933.008	931.196	1.812	0,2%
Activos por Impuestos Diferidos	473.633	469.199	4.433	0,9%
<b>Total Activos No Corrientes</b>	<b>1.971.659</b>	<b>1.965.202</b>	<b>6.457</b>	<b>0,3%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>2.496.615</b>	<b>2.505.924</b>	<b>(9.309)</b>	<b>(0,4%)</b>
<b>PASIVOS</b>				
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	228.438	233.701	(5.263)	(2,3%)
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	403.805	405.666	(1.861)	(0,5%)
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	231	484	(253)	(52,4%)
Otras Provisiones Corrientes	3.926	4.042	(116)	(2,9%)
Pasivos por Impuestos Corrientes	1.239	1.251	(12)	(1,0%)
Beneficios a los Empleados	17.346	25.080	(7.734)	(30,8%)
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	1.970	13.234	(11.264)	(85,1%)
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>656.954</b>	<b>683.459</b>	<b>(26.504)</b>	<b>(3,9%)</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	1.008.143	996.226	11.917	1,2%
Cuentas por Pagar No Corrientes	9.599	9.725	(126)	(1,3%)
Beneficios a los Empleados	6.082	4.338	1.744	40,2%
<b>Total Pasivos No Corrientes</b>	<b>1.023.823</b>	<b>1.010.289</b>	<b>13.535</b>	<b>1,3%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>1.680.778</b>	<b>1.693.747</b>	<b>(12.970)</b>	<b>(0,8%)</b>
<b>PATRIMONIO</b>				
Capital Emitido	522.909	522.909	-	0,0%
Utilidad (Pérdida) Acumulada	141.406	137.197	4.210	3,1%
Otras Reservas	151.523	152.072	(549)	(0,4%)
<b>Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora</b>	<b>815.838</b>	<b>812.177</b>	<b>3.661</b>	<b>0,5%</b>
<b>Total Patrimonio</b>	<b>815.838</b>	<b>812.177</b>	<b>3.661</b>	<b>0,5%</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>2.496.615</b>	<b>2.505.924</b>	<b>(9.309)</b>	<b>(0,4%)</b>



## 2.1 Activos

Al 31 de marzo de 2025, los **activos totales** de SMU disminuyeron en CLP 9.309 millones (0,4%) con respecto al 31 de diciembre de 2024, totalizando CLP 2.496.615 millones.

Los **activos corrientes** al 31 de marzo de 2025 disminuyeron en CLP 15.766 millones (2,9%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 524.957 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Disminución de CLP 15.836 millones en otros activos no financieros corrientes, debido principalmente por una disminución de CLP 13.123 millones en el IVA crédito fiscal y una disminución de CLP 3.496 millones en la cuenta seguros pagados por anticipado.
- b. Aumento de CLP 15.728 millones en efectivo y equivalentes al efectivo, variación que se explica en la sección 3 del presente documento.
- c. Disminución de CLP 9.844 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, debido principalmente a menores cuentas por cobrar a Transbank por la estacionalidad del negocio, parcialmente compensado por un incremento de CLP 15.747 millones por la venta de dos locales propios durante el mes de marzo.
- d. Disminución de CLP 6.250 millones en inventarios, debido a la estacionalidad del negocio.

Los **activos no corrientes** al 31 de marzo de 2025 aumentaron en CLP 6.457 millones (0,3%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.971.659 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Aumento de CLP 4.433 millones en activos por impuestos diferidos, netos, explicado principalmente por un aumento de CLP 8.447 millones en los activos por impuestos diferidos, parcialmente compensado por un aumento de CLP 4.014 millones en los pasivos por impuestos diferidos.
- b. Aumento de CLP 1.812 millones en propiedades, plantas y equipos neto, explicado principalmente por las adiciones del período (CLP 40.403 millones), parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 26.790 millones). Las adiciones del período incluyen tanto proyectos de capex, como la habilitación de nuevas tiendas, así como también contratos de arriendo nuevos y renovados, reconocidos como derechos de uso. Adicionalmente, hubo ventas, retiros y bajas de activos por CLP 11.310 millones durante el período.
- c. Aumento de CLP 1.014 millones en activos intangibles distintos de la plusvalía, explicado por las adiciones del período (CLP 2.876 millones), parcialmente compensado por la amortización del período (CLP 1.813 millones).



## 2.2 Pasivos

Al 31 de marzo de 2025, los **pasivos totales** de SMU disminuyeron en CLP 12.970 millones (0,8%) con respecto al 31 de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.680.778 millones.

Los **pasivos corrientes** al 31 de marzo de 2025 disminuyeron en CLP 26.504 millones (3,9%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 656.954 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- Disminución de CLP 11.264 millones en otros pasivos no financieros corrientes, principalmente explicado por una disminución de CLP 11.649 millones en el IVA débito fiscal.
- Disminución de CLP 7.734 millones en provisiones por beneficios a empleados corrientes, principalmente explicado por una disminución de CLP 4.474 millones en la provisión de beneficios y bonos al personal, debido al pago de bonos durante el primer trimestre, parcialmente compensado por el registro de incentivos del período actual. Asimismo, la provisión por vacaciones se disminuyó en CLP 3.083 millones, producto de vacaciones tomadas en los meses de verano.
- Disminución de CLP 5.263 millones en otros pasivos financieros corrientes, principalmente explicado por una disminución en las obligaciones con el público por CLP 19.700 millones, parcialmente compensado por un aumento por CLP 13.378 millones en los préstamos bancarios y un aumento por CLP 1.030 millones en las obligaciones por derechos de uso.
- Disminución de CLP 1.861 millones en cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes, explicado principalmente por una disminución de CLP 4.798 millones en cuentas por pagar a proveedores, relacionado con la fecha de corte de fin de mes, parcialmente compensado por un aumento de CLP 3.453 millones en retenciones, asociado al pago de bonos a empleados durante el primer trimestre, donde los impuestos y depósitos convenidos son retenidos y pagados en el mes de abril.

Los **pasivos no corrientes** al 31 de marzo de 2025 aumentaron en CLP 13.535 millones (1,3%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.023.823 millones. La principal variación en el período fue un aumento de CLP 11.917 millones en otros pasivos financieros no corrientes, explicado por la adición de nuevos contratos de arriendo firmados durante el período y por el aumento en el valor de la UF durante el período, parcialmente compensado por el traspaso al corriente de los próximos vencimientos.

## 2.3 Patrimonio

El **patrimonio** presenta un aumento de CLP 3.661 millones (0,5%), explicado principalmente por las utilidades del período (CLP 4.210 millones).



### ■ 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo

**Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los períodos de 3 meses terminados el 31 de marzo de 2025 y 2024**

(Millones CLP)	Marzo 2025	Marzo 2024	△\$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	76.003	104.215	(28.212)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	(18.730)	(13.405)	(5.325)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(41.545)	(14.931)	(26.614)
<b>Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo</b>	<b>15.728</b>	<b>75.880</b>	<b>(60.151)</b>
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	154.890	105.218	49.672
<b>Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período</b>	<b>170.618</b>	<b>181.098</b>	<b>(10.480)</b>

Durante el primer trimestre de 2025, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 76.003 millones, menor en CLP 28.212 millones con respecto a los CLP 104.215 millones obtenidos en el primer trimestre de 2024. La menor generación de flujo se explica principalmente por la alta base de comparación del año anterior, cuando se recibió un pago por CLP 51.815 millones asociado al recupero de seguros relacionados a los actos vandálicos de octubre de 2019, además de menores cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios (24.064 millones), parcialmente compensado por menores pagos a empleados (CLP 12.539 millones), menores pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios (9.591 millones) y menores otros pagos por actividades de operación (2.890 millones).

El flujo utilizado en **actividades de inversión** alcanzó una salida neta de CLP -18.730 millones en 1T25, una variación negativa de CLP 5.325 millones con respecto a la salida neta de CLP -13.405 millones de 1T24. Esta variación se dio principalmente por el mayor nivel de **CAPEX** en el trimestre, que incluye las compras de propiedad, planta y equipo, y también las compras de activos intangibles, totalizando CLP 18.739 millones en 1T25 y CLP 13.343 millones en 1T24.

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó una salida neta de CLP -41.545 millones en el primer trimestre de 2025, una variación negativa de CLP 26.614 millones, principalmente explicado por (i) reembolsos de préstamos por CLP 23.715 millones; (ii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 16.665 millones; y (iii) pagos de intereses por CLP 14.922 millones, parcialmente compensado por (iv) importes procedentes de préstamos de corto plazo por CLP 13.758 millones. En tanto, en el primer trimestre de 2024, las actividades de financiación generaron una salida neta de CLP -14.931 millones, explicado por (i) reembolsos de préstamos por CLP 23.252 millones; (ii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 15.249 millones; y (iii) pagos de intereses por CLP 13.458 millones, parcialmente compensado por (iv) importes procedentes de préstamos a largo plazo por CLP 37.029 millones.



## ■ 4. Indicadores Financieros

Cuadro 10: Indicadores Financieros

			Mar. 2025	Dic. 2024
<b>LIQUIDEZ</b>				
Índice de Liquidez	veces	$Activo\ corriente / Pasivo\ corriente$	0,80	0,79
Razón Ácida	veces	$(Activo\ corriente\ menos\ inventario) / Pasivo\ corriente$	0,45	0,45
<b>ENDEUDAMIENTO</b>				
Pasivo Exigible / Activos Totales	veces	$Total\ pasivos / Total\ activos$	0,67	0,68
Pasivo Exigible / Patrimonio	veces	$Total\ pasivos / Patrimonio$	2,06	2,09
Deuda Financiera Neta / Patrimonio	veces	$(Otros\ pasivos\ financieros\ corrientes - Obligaciones\ por\ derechos\ de\ uso\ corrientes + Otros\ pasivos\ financieros\ no\ corrientes - Obligaciones\ por\ derechos\ de\ uso\ no\ corrientes - Efectivo\ y\ equivalentes\ al\ efectivo) / Patrimonio$	0,61	0,63
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	$Total\ pasivos\ corrientes / Total\ pasivos$	39,09	40,35
Pasivo Financiero Neto / EBITDA	veces	$(Otros\ pasivos\ financieros\ corrientes + Otros\ pasivos\ financieros\ no\ corrientes - Efectivo\ y\ equivalentes\ al\ efectivo) / EBITDA\ de\ los\ últimos\ 12\ meses$	4,87	4,63
<b>ACTIVIDAD</b>				
Rotación de Inventarios	días	$Inventario\ promedio\ del\ periodo / Costo\ de\ ventas\ diario\ del\ periodo$	43,54	40,90
Rotación de Cuentas por Cobrar	días	$Deudores\ comerciales\ y\ otras\ cuentas\ por\ cobrar\ corrientes\ promedio\ del\ periodo / (Ingreso\ por\ actividades\ ordinarias\ diario\ del\ periodo\ multiplicado\ *1,19)$	9,81	12,49
Rotación de Cuentas por Pagar	días	$Cuentas\ comerciales\ y\ otras\ cuentas\ por\ pagar\ corrientes\ promedio\ del\ periodo / (Costo\ de\ ventas\ diario\ del\ periodo\ * 1,19)$	63,51	63,01
<b>EFICIENCIA (Anualizado)</b>				
Cobertura de Gastos Financieros (Últimos 12 meses)	veces	$EBITDA\ de\ los\ últimos\ 12\ meses / (gastos\ financieros\ de\ los\ últimos\ 12\ meses - ingresos\ financieros\ de\ los\ últimos\ 12\ meses)$	4,17	4,52
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%		30,76	30,68
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM		219.013	231.953
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%		7,60	8,03
<b>RENTABILIDAD (Anualizado)</b>				
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	$Utilidad\ últimos\ 12\ meses / Activos\ totales$	1,36	1,95
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	$Utilidad\ últimos\ 12\ meses / (Activos\ totales - plusvalía)$	1,68	2,40
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	$Utilidad\ últimos\ 12\ meses / Patrimonio$	4,15	6,00
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	$Resultado\ operacional\ últimos\ 12\ meses / (Cuentas\ por\ cobrar + inventarios + intangibles + plusvalía + propiedad, planta y equipos)$	6,00	6,80
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	$Resultado\ operacional\ últimos\ 12\ meses / (Cuentas\ por\ cobrar + inventarios + intangibles + propiedad, planta y equipos)$	8,16	9,21
<b>EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales</b>				
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	CLP MM	$EBITDA\ considerando\ gastos\ de\ arriendo\ no\ incluidos\ en\ gastos\ de\ administración$	124.541	138.576
Cobertura de Gastos Financieros Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	veces	$EBITDA\ ajustado\ por\ arriendo\ de\ locales\ de\ los\ últimos\ 12\ meses / (gastos\ financieros\ de\ los\ últimos\ 12\ meses - intereses\ por\ obligaciones\ por\ derechos\ de\ uso\ de\ los\ últimos\ 12\ meses - ingresos\ financieros\ de\ los\ últimos\ 12\ meses)$	7,34	8,85
Deuda Financiera Neta/EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales	veces	$(Otros\ pasivos\ financieros\ corrientes - Obligaciones\ por\ derechos\ de\ uso\ corrientes + Otros\ pasivos\ financieros\ no\ corrientes - Obligaciones\ por\ derechos\ de\ uso\ no\ corrientes - Efectivo\ y\ equivalentes\ al\ efectivo) / EBITDA\ ajustado\ por\ arriendo\ de\ locales\ de\ los\ últimos\ 12\ meses$	3,98	3,70



Con respecto a los indicadores de **liquidez**, no hay variaciones significativas entre diciembre 2024 y marzo 2025.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, la disminución en el ratio entre la deuda financiera neta y el patrimonio se explica por la menor deuda financiera neta, debido al mayor saldo de caja al 31 de marzo, mientras que el aumento en el ratio entre los pasivos financieros netos y el EBITDA se explica por el menor EBITDA de los últimos 12 meses.

En cuanto a los indicadores de **actividad**, las principales variaciones se observan en la rotación de inventario, explicado por el aumento del inventario promedio, junto con el menor costo de venta diario; y en la rotación de cuentas por cobrar, debido a un aumento en las cuentas por cobrar promedio, 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 al menor EBITDA de los últimos 12 meses, tal como se describe en la sección 1 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **rentabilidad**, los menores ROA, ROE y ROIC se explican principalmente por la menor utilidad y el menor resultado operacional, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento.

## ■ 5. Gestión de Riesgos

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 31 de marzo de 2025, se encuentra una descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía, así como de las medidas utilizadas para mitigar dichos riesgos.

## ■ 6. Hechos Relevantes del Período

1. El 3 de marzo de 2025 la sociedad informó en su página web que, como consecuencia de las iniciativas de eficiencia operacional en el marco del plan estratégico de la Compañía que considera la incorporación de herramientas tecnológicas y rediseños de procesos en oficina central y en tiendas, la Compañía elaboró un plan de optimización de su estructura organizacional. Este plan se implementó durante los meses de enero y febrero del presente año 2025, y su costo fue de aproximadamente \$8.900 millones, cuya contabilización se verá reflejada en los estados financieros del primer trimestre del año 2025. Los ahorros asociados a la reestructuración permitirán recuperar el costo durante el año 2025, y además generarán ahorros en los períodos futuros. Las iniciativas estratégicas implementadas permiten incrementar la productividad, mitigando el alza de los gastos operacionales, y al mismo tiempo, contribuyendo a mejorar la experiencia de los clientes.



2. Con fecha 31 de marzo de 2025, mediante hecho esencial, se comunicó que el Directorio de SMU S.A. acordó:
  - a. Citar a Junta Ordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta Ordinaria”) de la Sociedad para el día 24 de abril de 2025, 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, con el fin de someter a consideración de la Junta Ordinaria 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 2024;
    - ii. Pronunciamiento sobre el Informe de los Auditores Externos correspondiente al ejercicio 2024;
    - iii. Pronunciamiento sobre la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2025 e informar gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2024;
    - iv. Informar sobre las actividades y gastos del Comité de Directores del ejercicio 2024 y determinación de su remuneración y presupuesto para el ejercicio 2025;
    - 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 2025;
    - vii. Designación de los Clasificadores Privados de Riesgo para el ejercicio 2025;
    - viii. Pago de dividendo y distribución de utilidades del ejercicio 2024;
    - 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.
  - b. Proponer a la Junta Ordinaria de Accionistas, repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2024, un dividendo de \$2,02487 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$2,48724 por acción; \$0,86011 por acción; y \$0,97184 por acción, pagados a partir del 5 de junio 2024, 5 de septiembre 2024 y 4 de diciembre 2024, respectivamente. Todos ellos equivalente al 75% de las utilidades del año lo que representa un monto total de \$36.562.122.735. El saldo pendiente de distribuir asciende a \$2,02487 por acción, equivalente a un monto total de \$11.669.742.320. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 07 de mayo de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.



## ■ 7. Hechos Posteriores

1. Con fecha 13 de abril de 2025, la Compañía anunció su plan de inversiones para el período 2025-2029, por un monto total aproximado de USD 600 millones. Este contempla iniciativas de crecimiento orgánico, eficiencia y continuidad operacional. Aproximadamente un 60% de la inversión se destinaría a crecimiento orgánico—incluyendo la apertura de 115 nuevas tiendas, 80 en Chile y 35 en Perú, y más de 200 remodelaciones y reconversiones—, entre un 15% y 20% a eficiencia y productividad, mediante herramientas tecnológicas que mejoren los procesos en tiendas, logística y back office, y entre un 20% y 25% a continuidad operacional, incluyendo renovación de equipos en tiendas y centros de distribución. El plan será financiado con recursos propios y no considera aumento de deuda.
2. Con fecha 24 de abril de 2025, mediante hecho esencial, se comunicó que en Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el mismo día, se acordó:
  - i. Aprobar la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2024.
  - ii. Aprobar el Informe de los Auditores Externos correspondiente al ejercicio 2024.
  - iii. Aprobar la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2025. Se informó además de los gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2024.
  - iv. Aprobar las remuneraciones del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2025 junto con informar sobre las actividades y gasto de dicho Comité durante el ejercicio 2024.
  - v. Aprobar el informe sobre las operaciones del título XVI de la Ley 18.046.
  - vi. Designar a EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías Limitada (EY) como empresa de auditoría externa para el ejercicio 2025; y a Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada e ICR Compañía Clasificadora de Riesgo Limitada, como clasificadoras de riesgo para el ejercicio 2025.
  - vii. Designar al diario La Tercera en su segmento el Pulso como periódico en el cual deberán realizarse las publicaciones sociales.
  - viii. Repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2024, un dividendo de \$2,02487 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$2,48724 por acción; \$0,86011 por acción; y \$0,97184 por acción, pagados a partir del 5 de junio 2024, 5 de septiembre 2024 y 4 de diciembre 2024, respectivamente. Todos ellos equivalente al 75% de las utilidades del año lo que representa un monto total de \$36.562.122.735. El saldo pendiente de distribuir asciende a \$2,02487 por acción, equivalente a un monto total de \$11.669.742.320, a ser pagado a contar del día 07 de mayo de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.



## Acerca de SMU

SMU es uno de los principales actores de retail supermercadista en Chile a través de sus formatos Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, satisfaciendo las necesidades de clientes finales y comerciantes. Cuenta con una gran cobertura geográfica, operando en las 16 regiones del país. Adicionalmente, cuenta con una creciente presencia en Perú, a través de las marcas Mayorsa y Maxiahorro.

## Advertencia Acerca de Proyecciones Estimadas

El presente comunicado puede contener proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera que estas proyecciones son razonables, en base a la información que se posee actualmente, existen distintos factores que podrían llevar a que nuestros resultados difieran en significativamente con respecto a lo esperado, de acuerdo a nuestras proyecciones estimadas. Las palabras “creer”, “buscar”, “esperar”, “estimar”, “proyectar”, “planificar”, “debería”, “anticipar” y otras palabras similares, buscan expresar proyecciones estimadas. Estas proyecciones estimadas incluyen información acerca de los resultados posibles o esperados de nuestras operaciones, estrategias de negocio, planes de financiamiento, posición financiera, condiciones del mercado, potenciales oportunidades de crecimiento y los efectos del marco regulatorio y la competencia en el futuro. Es de la esencia de las proyecciones estimadas, que estas involucren numerosos riesgos e incertidumbres, tanto generales como específicas, incluyendo el riesgo inherente que tienen las proyecciones o expectativas, que son básicamente que éstas finalmente no se lleven a cabo. En virtud de los riesgos e incertidumbres antes descritos, los eventos y/o circunstancias a futuro y que se presentan en este comunicado, pueden ocurrir o no y en ningún caso son garantías de desempeño de la Compañía 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 la Compañía no asume ninguna obligación para actualizar o modificar cualquiera de las proyecciones estimadas contenidas en este comunicado, ya sea por existir nueva información o tratarse de hechos posteriores u otros factores nuevos.

## Información de Contacto

Inversionistas, favor contactarse con:

Carolyn McKenzie: [cmckenzie@smu.cl](mailto:cmckenzie@smu.cl)

Juan José Santomingo: [jsantomingo@smu.cl](mailto:jsantomingo@smu.cl)

Medios de comunicación, favor contactarse con:

Andrea Osorio: [aosorioy@smu.cl](mailto:aosorioy@smu.cl)

Arturo Baeza: [abaeza@smu.cl](mailto:abaeza@smu.cl)

Juan Pablo Besa: [jbesa@smu.cl](mailto:jbesa@smu.cl)