



Reporte de Resultados 2^{do} Trimestre 2024

SMU S.A.

12 de agosto de 2024



Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados

Los **ingresos de SMU** del primer semestre de 2024 (1S24) alcanzaron los CLP 1.402.784 millones, una disminución de 0,4% con respecto a los CLP 1.408.833 millones generados en el primer semestre de 2023 (1S23). Con respecto al segundo trimestre de 2024 (2T24), los ingresos fueron CLP 691.219 millones, menor en un 1,9% a los CLP 704.594 millones registrados en el segundo trimestre de 2023 (2T23).

La disminución en los ingresos se explica principalmente por el desempeño del mes de abril, mes en el que el efecto calendario asociado a Semana Santa impactó a la industria de supermercados, dado que las ventas asociadas a este feriado se trasladaron desde abril en 2023 a marzo en 2024. Lo anterior se suma al bajo consumo experimentado en los últimos meses, afectando el comportamiento de los consumidores, quienes buscan optimizar su presupuesto realizando compras en menores cantidades y sustituyendo por productos más económicos. En el mes de abril, el número de clientes y de transacciones registraron una disminución con respecto al mismo mes de 2023 por primera vez desde el segundo trimestre de 2021. Sin embargo, en los meses de mayo y junio, SMU volvió a tener crecimiento en sus ventas, y se recuperaron los indicadores de número de clientes y transacciones.

Si bien durante el trimestre persistió la debilidad en el consumo que se ha observado durante los últimos períodos, los clientes han respondido favorablemente a nuevas iniciativas comerciales implementadas por los diferentes formatos, como promociones focalizadas en productos básicos y sensibles a precio para los consumidores, generando un positivo efecto en la venta que se espera continúe en los meses siguientes. De esta manera, en los meses de mayo y junio, el gasto promedio mensual por cliente creció con respecto al año anterior por primera vez desde enero de 2023. Lo mismo ocurrió con el ticket promedio en el mes de junio, que no crecía desde fines de 2022.

Las ventas online, realizadas tanto a través de las plataformas propias de SMU, así como también a través de alianzas estratégicas con *last milers*, crecieron en 28% en el segundo trimestre de 2024, pasando a representar un 4,1% de participación de las ventas de locales con operaciones online en 1S24¹ y 4,7% en el 2T24, con un impacto positivo del Cyberazo en el segundo trimestre.

Adicionalmente, cabe destacar que las nuevas tiendas que SMU ha abierto desde 2023 a la fecha, en el marco de su plan de crecimiento orgánico, han tenido un desempeño muy superior al esperado. En el primer semestre de 2024, en promedio estos locales han tenido ventas mayores al plan, e incluso el 50% de las tiendas abiertas en 2023 ya alcanzaron niveles de ventas por metro cuadrado superiores al promedio del formato. Asimismo, la Compañía ha continuado avanzando con las aperturas contempladas en el plan estratégico.

La **ganancia bruta** del primer semestre de 2024 alcanzó los CLP 432.038 millones, similar al primer semestre de 2023. En el segundo trimestre, la ganancia bruta alcanzó los CLP 208.104 millones, una disminución de 3,7% con respecto a los CLP 216.188 millones totalizados en 2T23. El margen bruto porcentual alcanzó 30,8% en 1S24, una expansión de 20 puntos base (pb) con respecto al 30,6% del 1S23, mientras que en el 2T24 alcanzó 30,1%, una disminución de 60 pb comparado con el 30,7% registrado en 2T23. La disminución del segundo trimestre de 2024 refleja la implementación de actividades promocionales enfocadas en productos básicos de alta sensibilidad al precio para los consumidores, mejorando la competitividad a través de precios más atractivos. Lo anterior contribuyó a una mejora en las ventas en los meses de mayo y junio, con un efecto en la *mix* de ventas y margen.

¹ Considera el formato Unimarc.



Los **gastos operacionales**² aumentaron en un 4,5% en 1S24, y en un 3,0% en el 2T24, es decir, una reducción en términos reales, como consecuencia de las iniciativas de eficiencia operacional y productividad que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico, lo que ha permitido mitigar los aumentos de salario mínimo, inflación y gastos de energía eléctrica y de seguridad.

El **EBITDA**³ de SMU alcanzó CLP 114.003 millones en el primer semestre de 2024 (margen EBITDA 8,1%), menor en un 10,4% con respecto al 1S23, y CLP 46.871 millones en el segundo trimestre (margen EBITDA 6,8%), una disminución de un 21,3% con respecto al 2T23. La disminución refleja la menor dilución de gastos fijos, producto de la menor venta.

La **utilidad neta** del primer semestre de 2024 alcanzó los CLP 25.722 millones, una disminución de CLP 14.573 millones (36,2%) con respecto al mismo período de 2023, mientras que en el segundo trimestre, la disminución fue de CLP 11.910 millones (64,3%), esencialmente explicado por el menor EBITDA.

Con respecto a la **situación financiera** de SMU, cabe destacar que en marzo, abril y julio de 2024, la Compañía realizó tres exitosas colocaciones de bonos locales: Los bonos serie AR, por UF 1.000.000, cuentan con una estructura bullet, con vencimiento en el año 2034 y una tasa de colocación de 4,44% (spread de 184 pb). Los bonos serie AQ, por UF 1.500.000, cuentan con una estructura bullet, con vencimiento en el año 2029 y una tasa de colocación de 4,27% (spread de 175 pb). Los bonos serie AS, por UF 2.000.000, cuentan con una estructura bullet, con vencimiento en el año 2030 y una tasa de colocación de 4,14% (spread de 124 pb). Estas transacciones permitieron a la Compañía aplanar su perfil de vencimientos para los próximos años.

² Gastos operacionales = gastos de distribución + gastos de administración y ventas – depreciación - amortización

³ EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización



Comentarios de la Administración

En relación con la publicación de los resultados del primer semestre y segundo trimestre de 2024, el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló, “Nuestros resultados de este segundo trimestre fueron fuertemente impactados por el efecto calendario del mes de abril, donde las ventas que tuvimos el año pasado por Semana Santa se trasladaron al mes de marzo este año, generando una caída en nuestros ingresos, y también en el número de clientes y transacciones. Sin embargo, producto de las nuevas actividades promocionales que implementamos en los meses de mayo y junio, volvimos a tener crecimiento en las ventas, y se recuperaron no solamente los números de clientes y transacciones, sino también el gasto promedio mensual por cliente y el ticket promedio, dos indicadores que no habían registrado aumentos desde principios de 2023. Esperamos que esta tendencia continúe en los meses siguientes”.

El Sr. Gálvez continuó, “También es relevante destacar que, gracias a nuestra disciplina y a la implementación de iniciativas de eficiencia operacional y productividad, nuestros gastos operacionales crecieron en solo 3% este trimestre, una mejora en términos reales, dado que la inflación de los últimos 12 meses supera el 4% y el salario mínimo ha aumentado en casi un 10% con respecto al mismo período de 2023”.

“Si bien el menor nivel de ingresos llevó a una disminución en el EBITDA y la utilidad del trimestre, creemos que el negocio está saludable y nos estamos posicionando bien para crecer en el futuro, a través de avances en la ejecución de nuestro plan estratégico para el trienio 2023-2025”.

“En materia de crecimiento orgánico, a la fecha llevamos ocho inauguraciones de nuevos locales en Chile y Perú, las que se suman a las 14 aperturas del año pasado. Estamos muy satisfechos con el desempeño de las tiendas nuevas: en promedio están vendiendo sobre plan, e incluso el 50% de las tiendas abiertas en 2023 ya alcanzaron niveles de ventas por metro cuadrado superiores al promedio de formato. También hemos tenido un buen desempeño en nuestras operaciones online, con crecimiento de ventas de 28% y una participación acercándose al 5% de las ventas en el segundo trimestre, impulsado por el Cyberazo”.

“Con respecto a la experiencia de nuestros clientes, sabemos que las condiciones económicas siguen imponiendo restricciones en su presupuesto familiar, por lo que hemos buscado implementar nuevas iniciativas que les ayuden a ahorrar. En particular, campañas como Precio Oferta en Unimarc y Oferta en Mayorista 10 y Super 10 ofrecen promociones focalizadas en productos básicos y sensibles a precio para los consumidores. Asimismo, seguimos con nuevos lanzamientos de productos de marcas propias, y recién en julio lanzamos un nuevo concepto de niveles de fidelidad para el Club Unimarc, siendo los primeros en la industria de supermercados en ofrecer un programa de esta naturaleza. Nuestros clientes pueden acceder a ofertas y descuentos exclusivos, según su nivel de socio: Socio Club, Socio Oro y Socio Platino. Estamos confiados en que estas iniciativas debieran potenciar nuestro crecimiento en ventas en los próximos períodos”, finalizó el Sr. Gálvez.



Highlights

Nuevas Aperturas de Tiendas

Una de las iniciativas más relevantes de la estrategia de SMU para el período 2023-2025 es su plan de crecimiento orgánico, el que contempla un total de 58 nuevas aperturas en tres años. En 2023 se concretaron 14 aperturas, y en 2024 hasta la fecha, la Compañía ha inaugurado ocho tiendas nuevas: cuatro del formato Unimarc, tres del formato Maxi Ahorro y una del formato Super10. De esta forma, la Compañía ha consolidado su presencia en algunas comunas, y ha entrado por primera vez en otras comunas donde antes no tenía operaciones. En promedio las tiendas abiertas entre 2023 y 2024 han tenido un desempeño por sobre lo esperado.

Colocaciones de Bonos

En marzo, abril y julio de 2024, SMU realizó tres exitosas colocaciones de bonos locales, permitiéndole aplanar su perfil de vencimientos para los próximos años. El 21 de marzo de 2024, se colocaron los bonos serie AR, por UF 1.000.000, con una estructura bullet y vencimiento en el año 2034. La tasa de colocación fue de 4,44% (spread de 184 pb). El 4 de abril de 2024, se colocaron los bonos serie AQ, por UF 1.500.000, con una estructura bullet y vencimiento en el año 2029. La tasa de colocación fue de 4,27% (spread de 175 pb). El 10 de julio de 2024, se colocaron los bonos serie AS, por UF 2.000.000, con una estructura bullet y vencimiento en el año 2030. La tasa de colocación fue de 4,14% (spread de 124 pb).

Dividendos Pagados

Durante el segundo trimestre de 2024, SMU pagó dos dividendos: el 8 de mayo pagó el dividendo definitivo correspondiente a las utilidades del cuarto trimestre de 2023, por CLP 4,75686/acción (monto total CLP 27.414.762.652), y el 5 de junio pagó un dividendo provisorio correspondiente a las utilidades del primer trimestre de 2024, por CLP 2,48724/acción (monto total CLP 14.334.475.738).



Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día martes 13 de agosto a las 11:00 am de Santiago/ 11:00 am ET para comentar los resultados del segundo trimestre de 2024.

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 y seis meses terminados al 30 de junio de 2024 y 2023. Todas las cifras están expresadas en pesos chilenos (CLP) y de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”).

Cuadro 1: Estado de Resultados Consolidados

(Millones CLP)	2T24	2T23	Δ%	1S24	1S23	Δ%
Ingresos de Actividades Ordinarias	691.219	704.594	(1,9%)	1.402.784	1.408.833	(0,4%)
Costo de Ventas	(483.116)	(488.406)	(1,1%)	(970.746)	(977.346)	(0,7%)
Ganancia Bruta	208.104	216.188	(3,7%)	432.038	431.487	0,1%
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>30,1%</i>	<i>30,7%</i>		<i>30,8%</i>	<i>30,6%</i>	
Gastos de Distribución	(11.015)	(9.935)	10,9%	(22.147)	(20.471)	8,2%
Margen de Contribución	197.089	206.253	(4,4%)	409.891	411.016	(0,3%)
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>28,5%</i>	<i>29,3%</i>		<i>29,2%</i>	<i>29,2%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(150.218)	(146.676)	2,4%	(295.888)	(283.738)	4,3%
EBITDA	46.871	59.577	(21,3%)	114.003	127.278	(10,4%)
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>6,8%</i>	<i>8,5%</i>		<i>8,1%</i>	<i>9,0%</i>	
Depreciación y Amortización	(26.467)	(24.776)	6,8%	(52.832)	(48.815)	8,2%
Resultado Operacional	20.403	34.801	(41,4%)	61.170	78.463	(22,0%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	544	614	(11,5%)	459	186	145,9%
Ingresos Financieros	2.671	2.239	19,3%	5.178	5.577	(7,2%)
Costos Financieros	(15.172)	(13.271)	14,3%	(29.701)	(26.509)	12,0%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(65)	17	n.a.	(162)	45	n.a.
Diferencias de Cambio	(290)	(83)	249,4%	104	(375)	n.a.
Resultados por Unidades de Reajuste	(7.005)	(6.450)	8,6%	(10.707)	(12.645)	(15,3%)
Resultado No Operacional	(19.318)	(16.934)	14,1%	(34.831)	(33.721)	3,3%
Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto	1.086	17.867	(93,9%)	26.340	44.743	(41,1%)
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	5.524	652	746,9%	(618)	(4.447)	(86,1%)
Ganancia (Pérdida) del Período	6.609	18.519	(64,3%)	25.722	40.295	(36,2%)
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	6.609	18.784	(64,8%)	25.722	40.995	(37,3%)
Ganancia (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	0	(265)	n.a.	0	(700)	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	6.609	18.519	(64,3%)	25.722	40.295	(36,2%)

*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 1S24 alcanzaron los CLP 1.402.784 millones, una disminución de 0,4% con respecto a los CLP 1.408.833 millones generados en 1S23. Respecto al 2T24, los ingresos fueron CLP 691.219 millones, menor en un 1,9% a los CLP 704.594 millones registrados en el segundo trimestre de 2023.

Cuadro 2: Ingresos (CLP MMM)

INGRESOS (CLP MMM)	2T24	2T23	Δ%	1S24	1S23	Δ%
UNIMARC	458	466	-1,6%	945	942	0,3%
MAYORISTAS	215	220	-2,5%	421	430	-2,1%
OTROS(*)	3,7	4,2	-12,6%	7,5	8,3	-9,4%
SUPERMERCADOS CHILE	677	690	-2,0%	1.373	1.380	-0,5%
SUPERMERCADOS PERÚ	14,6	14,4	0,8%	29,9	28,6	4,6%
TOTAL SMU	691	705	-1,9%	1.403	1.409	-0,4%

(*) El ítem "Otros" considera todos los ingresos distintos a los generados por los formatos operacionales de la Compañía.

Los ingresos del segmento Supermercados Chile disminuyeron en 0,5% en el primer semestre de 2024 con respecto a 1S23, con un aumento de un 0,3% en el formato Unimarc y una disminución de 2,1% en el segmento mayorista, que incluye los formatos de precio Alvi, Mayorista 10 y Super10. Sin embargo, cabe recordar que la base de comparación de este segmento es más exigente, dado que, en el primer semestre de 2023, había crecido un 7,8%. Para el segundo trimestre de 2024, los ingresos disminuyeron en un 2,0%, con una disminución de 1,6% en el formato Unimarc y de un 2,5% en el segmento mayorista.

La disminución en los ingresos se explica principalmente por el desempeño del mes de abril, mes en que el efecto calendario asociado a Semana Santa impactó a la industria de supermercados, dado que las ventas asociadas a este feriado se trasladaron desde abril en 2023 a marzo en 2024. Lo anterior se suma al bajo consumo experimentado en los últimos meses, afectando el comportamiento de los consumidores, quienes buscan optimizar su presupuesto realizando compras en menores cantidades y sustituyendo por productos más económicos. En el mes de abril, el número de clientes y de transacciones registraron una disminución con respecto al mismo mes de 2023 por primera vez desde el segundo trimestre de 2021. Sin embargo, en los meses de mayo y junio, SMU volvió a tener crecimiento en sus ventas, y se recuperaron los indicadores de número de clientes y transacciones.

Si bien durante el trimestre persistió la debilidad en el consumo que se ha observado durante los últimos períodos, los clientes han respondido favorablemente a nuevas iniciativas comerciales implementadas por los diferentes formatos, como promociones focalizadas en productos básicos y sensibles a precio para los consumidores, generando un positivo efecto en la venta que se espera continúe en los meses siguientes. De esta manera, en los meses de mayo y junio, el gasto promedio mensual por cliente creció con respecto al año anterior por primera vez desde enero de 2023. Lo mismo ocurrió con el ticket promedio en el mes de junio, que no crecía desde fines de 2022.



Adicionalmente, cabe destacar que las nuevas tiendas que la Compañía ha abierto desde 2023 a la fecha, en el marco de su plan de crecimiento orgánico, han tenido un desempeño muy superior al esperado. En el primer semestre de 2024, en promedio estos locales han tenido ventas mayores al plan, e incluso el 50% de las tiendas abiertas en 2023 ya alcanzaron niveles de ventas por metro cuadrado superiores al promedio del formato. Asimismo, la Compañía ha continuado avanzando con las aperturas contempladas en el plan estratégico.

Las ventas online, realizadas tanto a través de las plataformas propias de SMU, así como también a través de alianzas estratégicas con last milers, crecieron en 28% en el segundo trimestre de 2024, pasando a representar un 4,1% de participación de las ventas de locales con operaciones online en 1S24⁴ y 4,7% en el 2T24, con un impacto positivo del Cyberazo en el segundo trimestre.

Los ingresos de Supermercados Perú, medidos en pesos chilenos, aumentaron en un 4,6% el semestre y en un 0,8% en el trimestre, reflejando la depreciación del peso durante el último año. Medido en moneda local, los ingresos disminuyeron en un 10,5% en el semestre y en un 12,5% en el trimestre, debido en parte al complejo escenario económico que afecta al consumo. Adicionalmente, se han cerrado tres tiendas antiguas del formato MaxiAhorro durante el año, por motivos de desempeño, permitiendo optimizar el portafolio de locales. El efecto de estos cierres fue parcialmente compensado por la apertura de una nueva tienda en enero y otra en junio 2024. Asimismo, al igual que en los últimos años, durante el primer semestre de 2024, las nuevas tiendas del plan de crecimiento que está en ejecución presentaron un desempeño mejor que lo esperado.

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

SSS (Δ %)	2T24	2T23	1S24	1S23
UNIMARC	-3,5%	3,0%	-1,5%	2,4%
MAYORISTAS	-5,8%	4,4%	-5,1%	7,5%
SUPERMERCADOS CHILE	-4,2%	3,5%	-2,6%	3,9%
SUPERMERCADOS PERÚ	-11,0%	3,4%	-10,7%	1,2%
TOTAL SUPERMERCADOS	-4,1%	3,4%	-2,5%	3,8%

Las **ventas de locales equivalentes (SSS)** disminuyeron en un 2,5% en el primer semestre de 2024 y 4,1% en el trimestre. La diferencia con respecto a los ingresos se debe a la apertura de tiendas en el período que aportan en ventas, pero aún no son consideradas en el cálculo de las ventas por local equivalente. Por formato, en 1S24 Unimarc registra una disminución de 1,5% (-3,5% en 2T24), mientras que el segmento mayorista presenta una disminución de un 5,1% en 1S24 (-5,8% en 2T24), pero con una base de comparación más exigente (aumento de 7,5% en 1S23 y de 4,4% en 2T23).

En el caso de Supermercados en Perú, las SSS (medido en soles) disminuyeron en un 10,7% en el primer semestre de 2024 y en un 11,0% en 2T24. Sin embargo, cabe destacar que las tiendas de MaxiAhorro abiertas en el norte del país, que es el foco del plan de crecimiento futuro, mantienen un mejor desempeño que el resto de las tiendas del formato.

⁴ Considera el formato Unimarc.



Cuadro 4: Evolución de las Ventas por Metro Cuadrado (CLP M/M²)

VENTAS POR M ² (CLP M/M ²)	2T24	2T23	Δ%	1S24	1S23	Δ%
SUPERMERCADOS CHILE	460	479	-4,1%	467	480	-2,7%
SUPERMERCADOS PERÚ	268	240	11,7%	262	239	9,7%
TOTAL SUPERMERCADOS	453	469	-3,6%	459	470	-2,3%

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 459.207 para el primer semestre de 2024, un 2,3% menor que en el primer semestre de 2023, mientras que en el segundo trimestre de 2024 alcanzaron CLP 452.674, menor en un 3,6% vs. 2T23. En Chile se registró una disminución de 2,7% en 1S24 (-4,1% en 2T24), explicado principalmente por la menor venta registrada en el período. Con respecto a Perú, se registró un aumento de 9,7% en 1S24 y de 11,7% en 2T24, reflejando el incremento en ventas (medidas en pesos chilenos), además de la disminución de metros cuadrados por el cierre de tiendas mencionado más arriba.

Cuadro 5: Número de Locales y Superficie de Ventas (Miles de M²)

N° LOCALES	2T24	2T23	SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M ²)	2T24	2T23
UNIMARC	292	287	UNIMARC	354	351
MAYORISTAS	99	94	MAYORISTAS	128	122
SUPERMERCADOS CHILE	391	381	SUPERMERCADOS CHILE	482	473
SUPERMERCADOS PERÚ	29	30	SUPERMERCADOS PERÚ	18	20
TOTAL SUPERMERCADOS	420	411	TOTAL SUPERMERCADOS	500	493

Cuadro 6: Evolución de Aperturas y Cierres de Locales

APERTURAS Y CIERRES	2T23		3T23		4T23		1T24		2T24	
	APER.	CIER.								
UNIMARC	2	1	2	0	4	1	0	2	2	0
MAYORISTAS	0	1	1	0	3	0	1	0	0	0
SUPERMERCADOS CHILE	2	2	3	0	7	1	1	2	2	0
SUPERMERCADOS PERÚ	1	0	0	0	0	0	1	2	1	1

Al cierre del segundo trimestre de 2024, SMU cuenta con 391 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, 10 más que los 381 locales al cierre del 2T23, y un total de 482.087 metros cuadrados. En Perú, se totalizan 29 locales (18.125 metros cuadrados), similar a 2T23, y con una disminución en la superficie, dado que las tiendas abiertas durante el período son de menor tamaño que las tiendas cerradas. En total, la Compañía cuenta con **420 tiendas** y **500.212 metros cuadrados** entre Chile y Perú.

SMU continuó avanzando en su plan de crecimiento durante el primer semestre del año, abriendo cinco tiendas: dos tiendas Unimarc, una en La Región de Coquimbo y otra en la Región Metropolitana; dos locales de Maxi Ahorro en Perú; y un local de Super10, en Limache. Por otra parte, cerró dos locales del formato Unimarc en Chile y tres locales del formato Maxi Ahorro en Perú. Estas tiendas arrastraban un bajo desempeño durante los últimos años.



1.1.2 Gastos de Distribución y Gastos de Administración

Los **gastos operacionales** (gastos de distribución más los gastos de administración y ventas, excluyendo depreciación y amortización) totalizaron CLP 318.035 millones en 1S24, un aumento de 4,5% con respecto a los CLP 304.209 millones registrados en 1S23. Como proporción de la venta, los gastos operacionales fueron un 22,7% en 1S24, un aumento de 110 pb con respecto al 21,6% registrado en 1S23. En el segundo trimestre de 2024, en tanto, los gastos operacionales fueron CLP 161.233 millones (23,3% de la venta), mayores en un 3,0% con respecto a los CLP 156.612 millones (22,2% de la venta) registrados en 2T23; es decir, una reducción en términos reales, como consecuencia de las iniciativas de eficiencia operacional y productividad que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico, lo que ha permitido mitigar los aumentos de salario mínimo, inflación y gastos de energía eléctrica y de seguridad.

Los **gastos de distribución** del primer semestre de 2024 alcanzaron CLP 22.147 millones, un aumento de 8,2% con respecto a los CLP 20.471 millones del primer semestre de 2023. Como porcentaje de la venta, los gastos de distribución alcanzaron 1,6% en 1S24 y 1,5% en 1S23. Para el período 2T24, los gastos de distribución alcanzaron los CLP 11.015 millones (1,6% de la venta), un aumento del 10,9% respecto a los CLP 9.935 millones (1,4% de la venta) del mismo período del año anterior. El aumento en los gastos de distribución es explicado por el alza en el precio del petróleo, sumado a la inflación, variables que influyen en 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 295.888 millones (21,1% de la venta) en el primer semestre de 2024, un aumento de 4,3% respecto a los CLP 283.738 millones (20,1% de la venta) registrados en el primer semestre de 2023. En cuanto al segundo trimestre de 2024, los gastos de administración alcanzaron CLP 150.218 millones (21,7% de la venta), un aumento del 2,4% con respecto a los CLP 146.676 millones (20,8% de la venta) del 2T23.

Las principales variaciones del semestre fueron:

- a. Aumento de CLP 5.594 millones (+10,2% a/a) en servicios, principalmente explicado por alzas en las tarifas de servicios de electricidad, seguridad y aseo, las cuales están fuertemente ligadas a alzas de inflación y salario mínimo, además de un mayor gasto por servicios de picking y delivery relacionados a la mayor venta en e-commerce.
- b. Aumento de CLP 4.298 millones (+3,0% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (9,5%), ajustes de inflación (4,6%) y aperturas de locales, parcialmente compensado por una menor dotación promedio, lo que permitió que el aumento de las remuneraciones fuera inferior a la inflación de los últimos 12 meses.
- c. Aumento de CLP 620 millones (+4,3% a/a) en arriendos y gastos comunes.
- d. Aumento de CLP 619 millones (+4,7% a/a) en comisión tarjetas, debido principalmente al mayor uso de tarjetas de crédito y débito como medio de pago.



Las principales variaciones del trimestre fueron:

- a. Aumento de CLP 3.055 millones (+11,1% 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, además de un mayor gasto por servicios de picking y delivery relacionados a la mayor venta en e-commerce.
- b. Aumento de CLP 1.727 millones (+2,3% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio, ajustes de inflación y aperturas de locales, parcialmente compensado por una menor dotación promedio, lo que permitió que el aumento de las remuneraciones fuera inferior a la inflación de los últimos 12 meses.
- c. Disminución de CLP 1.457 millones (-26,3% a/a) en publicidad, debido a una optimización del gasto respecto al año anterior.

Cuadro 7: Dotación Promedio

DOTACIÓN PROMEDIO	2T24	2T23	△%	1S24	1S23	△%
LOCALES CHILE	20.440	21.019	-2,8%	20.731	21.287	-2,6%
CORPORATIVO CHILE	2.062	2.217	-7,0%	2.053	2.207	-7,0%
SUPERMERCADOS CHILE	22.502	23.236	-3,2%	22.784	23.494	-3,0%
LOCALES PERÚ	523	551	-5,1%	532	553	-3,7%
CORPORATIVO PERÚ	166	165	0,8%	167	165	0,9%
SUPERMERCADOS PERÚ	689	716	-3,7%	699	718	-2,7%
TOTAL SUPERMERCADOS	23.191	23.952	-3,2%	23.483	24.212	-3,0%



1.1.3 Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

La **ganancia bruta** del primer semestre de 2024 alcanzó los CLP 432.038 millones, similar a los CLP 431.587 millones generados en el primer semestre de 2023. En el segundo trimestre, la ganancia bruta alcanzó los CLP 208.104 millones, una disminución de 3,7% con respecto a los CLP 216.188 millones totalizados en 2T23. En términos de margen bruto porcentual, este alcanzó 30,8% en 1S24, una expansión de 20 puntos base con respecto al 30,6% del 1S23, mientras que en el 2T24 alcanzó 30,1%, una disminución de 60 pb comparado con el 30,7% registrado en 2T23. La disminución del segundo trimestre de 2024 refleja la implementación de actividades promocionales enfocadas en productos básicos de alta sensibilidad al precio para los consumidores, mejorando la competitividad a través de precios más atractivos. Lo anterior contribuyó a una mejora en las ventas en los meses de mayo y junio, con un efecto en el mix de ventas y margen.

El **margen de contribución** del primer semestre de 2024 alcanzó CLP 409.891 millones (29,2% de los ingresos), similar a los CLP 411.016 millones (29,2% de los ingresos) de 1S23. En cuanto al segundo trimestre de 2024, el margen de contribución alcanzó CLP 197.089 millones (28,5% de los ingresos), una disminución de 4,4% con respecto a los CLP 206.253 millones (29,3% de los ingresos) obtenidos en 2T23.

El **EBITDA** del primer semestre de 2024 ascendió a CLP 114.003 millones, menor en un 10,4% con respecto a los CLP 127.278 millones obtenidos en 1S23. El margen EBITDA alcanzó un 8,1% en 1S24, menor en 90 pb al 9,0% registrado en 1S23. Respecto al segundo trimestre de 2024, el EBITDA alcanzó CLP 46.871 millones (margen EBITDA 6,8%), menor en un 21,3% a los CLP 59.577 millones (margen EBITDA 8,5%) del 2T23.

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 1S24 alcanzó los CLP 68.365 millones, menor en 19,2% con respecto a los CLP 84.652 millones del 1S23. Respecto el segundo trimestre de 2024, registró CLP 24.153 millones, menor en 36,7% a los CLP 38.145 millones el 2T23.

El **resultado operacional** del primer semestre de 2024 alcanzó los CLP 61.170 millones, una disminución del 22,0% respecto a los CLP 78.463 millones del 1S23. Asimismo, en el 2T24 ascendió a CLP 20.403 millones, una disminución de un 41,4% con respecto a los CLP 34.801 millones de 2T23. Lo anterior se debió a un aumento en la depreciación y amortización (+8,2% en 1S24 y +6,8% en 2T24)—reflejando los mayores niveles de inversión de la Compañía en los últimos años como parte de sus planes estratégicos—además del menor EBITDA.



1.2 Resultado No Operacional⁵

El **resultado no operacional** de SMU para el primer semestre de 2024 totalizó una pérdida de CLP -34.831 millones, una variación de CLP -1.110 millones con respecto a la pérdida de CLP -33.721 millones registrada en el primer semestre de 2023. La variación se explica principalmente por el aumento de CLP 3.192 millones (12,0%) en los **gastos financieros**, debido principalmente al aumento en las obligaciones por derechos de uso y obligaciones con el público con respecto al 1S23, además del impacto del mayor valor de la UF en los pasivos financieros. Lo anterior, parcialmente contrarrestado por la menor inflación en 1S24 comparado con 1S23, generando una mejora de CLP 1.938 millones en la **pérdida por unidades de reajuste**.

Con respecto al segundo trimestre, el resultado no operacional totalizó una pérdida de CLP -19.318 millones, una variación de CLP -2.384 millones con respecto a la pérdida de CLP -16.934 millones registrada en 2T23, principalmente explicado por un aumento de CLP 1.901 millones (14,3%) en los gastos financieros, además de un aumento de CLP 555 millones en la pérdida por unidades de reajuste, debido a la mayor inflación en 2T24 vs. 2T23.

1.3 Impuesto a las Ganancias y Resultado Neto

El **resultado antes de impuestos** alcanzó CLP 26.340 millones en 1S24, una disminución de CLP 18.403 millones (41,1%) con respecto al 1S23, mientras que en el 2T24, el resultado antes de impuestos alcanzó CLP 1.086 millones, una disminución de CLP 16.782 millones (93,9%). En ambos casos la disminución se explica principalmente por el menor resultado operacional.

El **gasto por impuestos a las ganancias** para 1S24 alcanzó CLP -618 millones, una variación de CLP 3.830 millones con respecto al gasto de CLP -4.447 millones registrado en 1S23. La variación se explica principalmente por el menor resultado antes de impuestos, además de la menor corrección monetaria sobre pérdidas tributarias acumuladas y otras partidas tributarias, debido a la menor inflación en 1S24 vs. 1S23. En el segundo trimestre, en tanto, la Compañía registró un ingreso por impuestos a las ganancias de CLP 5.524 millones, mayor en CLP 4.872 millones con respecto al ingreso de CLP 652 millones registrado en 2T23, debido al menor resultado antes de impuestos y la mayor corrección monetaria, debido a la mayor inflación en 2T24 vs. 2T23.

En consecuencia, la **utilidad neta** en el primer semestre de 2024 alcanzó los CLP 25.722 millones, menor en CLP 14.573 millones (36,2%) con respecto a los CLP 40.295 millones obtenidos en el primer semestre de 2023. Con respecto al segundo trimestre, la utilidad neta alcanzó CLP 6.609 millones, una disminución de CLP 11.910 millones (64,3%) con respecto a los CLP 18.519 millones registrados en 2T23.

⁵ 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 30 de junio de 2024 y 31 de diciembre de 2023

(Millones CLP)	Junio 2024	Diciembre 2023	Δ \$	Δ %
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	128.574	105.218	23.356	22,2%
Otros Activos Financieros Corrientes	6.235	3.685	2.550	69,2%
Otros Activos No Financieros Corrientes	35.428	26.940	8.488	31,5%
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	68.700	141.894	(73.195)	(51,6%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	633	506	127	25,0%
Inventarios	228.810	218.438	10.371	4,7%
Activos por Impuestos Corrientes	4.713	4.428	285	6,4%
Total Activos Corrientes	473.093	501.111	(28.018)	(5,6%)
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros No Corrientes	389	392	(4)	(0,9%)
Otros Activos No Financieros No Corrientes	3.521	2.561	960	37,5%
Cuentas por Cobrar No Corrientes	3.442	2.184	1.258	57,6%
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	2.942	3.104	(162)	(5,2%)
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	69.429	66.832	2.597	3,9%
Plusvalía	474.143	473.848	295	0,1%
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	878.884	867.478	11.406	1,3%
Activos por Impuestos Diferidos	466.285	466.662	(377)	(0,1%)
Total Activos No Corrientes	1.899.035	1.883.062	15.973	0,8%
TOTAL ACTIVOS	2.372.128	2.384.173	(12.045)	(0,5%)
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	267.658	170.205	97.453	57,3%
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	405.658	428.082	(22.424)	(5,2%)
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	591	619	(27)	(4,4%)
Otras Provisiones Corrientes	4.049	3.998	51	1,3%
Pasivos por Impuestos Corrientes	1.256	1.183	73	6,2%
Beneficios a los Empleados	21.826	37.530	(15.703)	(41,8%)
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	1.425	9.226	(7.801)	(84,6%)
Total Pasivos Corrientes	702.464	650.842	51.622	7,9%
PASIVOS NO CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	860.570	909.666	(49.096)	(5,4%)
Cuentas por Pagar No Corrientes	9.558	10.210	(652)	(6,4%)
Beneficios a los Empleados	1.621	406	1.216	299,6%
Total Pasivos No Corrientes	871.749	920.282	(48.533)	(5,3%)
TOTAL PASIVOS	1.574.213	1.571.125	3.089	0,2%
PATRIMONIO				
Capital Emitido	523.202	523.742	(540)	(0,1%)
Acciones Propias en Cartera	(294)	(833)	540	(64,8%)
Utilidad (Pérdida) Acumulada	124.727	140.754	(16.027)	(11,4%)
Otras Reservas	150.279	149.386	893	0,6%
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	797.914	813.048	(15.134)	(1,9%)
Total Patrimonio	797.914	813.048	(15.134)	(1,9%)
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	2.372.128	2.384.173	(12.045)	(0,5%)



2.1 Activos

Al 30 de junio de 2024, los **activos totales** de SMU disminuyeron en CLP 12.045 millones (-0,5%) con respecto al 31 de diciembre de 2023, totalizando CLP 2.372.128 millones.

Los **activos corrientes** al 30 de junio de 2024 disminuyeron en CLP 28.018 millones (-5,6%) respecto de diciembre de 2023, totalizando CLP 473.093 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Disminución de CLP 73.195 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, debido principalmente a la recepción, en enero de 2024, de CLP 51.815 millones correspondientes al pago de indemnización del seguro por daños ocasionados en los actos vandálicos ocurridos a partir del 18 de octubre de 2019, así como también el perjuicio por paralización asociado a dichos daños, además de menores cuentas por cobrar a Transbank por la estacionalidad del negocio.
- b. Aumento de CLP 23.356 millones en efectivo y equivalentes al efectivo, explicado en la sección 3 del presente documento.
- c. Aumento de CLP 10.371 millones en inventarios, principalmente explicado por la estacionalidad del negocio.
- d. Aumento de CLP 8.488 millones en otros activos no financieros corrientes, principalmente explicado por un aumento de CLP 8.192 millones en seguros pagados por anticipado, debido a pólizas renovadas en el período.
- e. Aumento de CLP 2.550 millones en otros activos financieros corrientes, principalmente explicado por mayores inversiones en depósitos a plazo.

Los **activos no corrientes** al 30 de junio de 2024 aumentaron en CLP 15.973 millones (0,8%) respecto de diciembre de 2023, totalizando CLP 1.899.035 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Aumento de CLP 11.406 millones en propiedades, plantas y equipos neto, explicado principalmente por las adiciones del período (CLP 68.223 millones), parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 49.338 millones) y por bajas y retiros (CLP 6.399 millones). Las adiciones del período incluyen tanto proyectos de capex, como la habilitación de nuevas tiendas y la compra de terrenos para desarrollo futuro, así como también renovaciones y nuevos contratos de arriendo, reconocidos como derechos de uso.
- b. Aumento de CLP 2.597 millones en activos intangibles distintos de la plusvalía, explicado por las adiciones del período (CLP 6.098 millones), parcialmente compensado por la amortización del período (CLP 3.495 millones).



2.2 Pasivos

Al 30 de junio de 2024, los **pasivos totales** de SMU aumentaron en CLP 3.089 millones (0,2%) con respecto al 31 de diciembre de 2023, totalizando CLP 1.574.213 millones.

Los **pasivos corrientes** al 30 de junio de 2024 aumentaron en CLP 51.622 millones (7,9%) respecto de diciembre de 2023, totalizando CLP 702.464 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- a. Aumento de CLP 97.453 millones en otros pasivos financieros corrientes, principalmente explicado por el traspaso de no corriente a corriente de los próximos vencimientos de bonos y el aumento del valor de la UF, parcialmente compensado por pagos de los vencimientos del período.
- b. Disminución de CLP 22.424 millones cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes, principalmente explicado por las fechas de corte de pagos a proveedores y la estacionalidad del negocio.
- c. Disminución de CLP 15.703 millones en beneficios a empleados, principalmente explicado por una disminución de CLP 14.548 millones en la provisión de beneficios y bonos al personal, por bonos de incentivos pagados en el período, además de una disminución de CLP 1.137 millones en la provisión de vacaciones, relacionada con las vacaciones de verano.
- d. Disminución de CLP 7.801 millones en otros pasivos no financieros corrientes, principalmente explicado por una disminución de CLP 7.676 millones en IVA débito fiscal.

Los **pasivos no corrientes** al 30 de junio de 2024 disminuyeron en CLP 48.533 millones (-5,3%) respecto de diciembre de 2023, totalizando CLP 871.749 millones. La principal variación en el período fue una disminución de CLP 49.096 millones en otros pasivos financieros no corrientes, principalmente explicado por el traspaso de no corriente a corriente de los próximos vencimientos, parcialmente compensado por (i) la colocación del bono serie AR en marzo (UF 1.000.000); (ii) la colocación del bono serie AQ en abril (UF 1.500.000); (iii) la adición de nuevos contratos de arriendo firmados durante el período; y (iv) el aumento en el valor de la UF durante el período.

2.3 Patrimonio

El **patrimonio** presenta una disminución de CLP 15.134 millones (-1,9%), explicado principalmente por la disminución de CLP 16.027 millones en utilidad acumulada, debido al pago de dividendos durante el período (CLP 41.749 millones), parcialmente compensado por las utilidades del período (CLP 25.722 millones).



3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo

Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los períodos de 6 meses terminados el 30 de junio de 2024 y 2023

(Millones CLP)	Junio 2024	Junio 2023	Δ\$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	127.602	132.034	(4.432)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	(47.570)	(23.081)	(24.489)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(56.676)	(144.076)	87.400
Incremento (Disminución) Neto en el Efectivo y Equivalentes al efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio	23.356	(35.123)	58.479
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo	23.356	(35.123)	58.479
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	105.218	124.531	(19.313)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	128.574	89.408	39.166

Durante el primer semestre de 2024, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 127.602 millones, menor en CLP 4.432 millones con respecto a los CLP 132.034 millones obtenidos en el primer semestre de 2023. La menor generación de flujo se explica principalmente por menores cobros procedentes de ventas de bienes y prestación de servicios (CLP 20.440 millones); mayores pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios (CLP 17.651 millones); y mayores pagos por cuenta de empleados (CLP 10.709 millones); parcialmente compensado por el recupero de los seguros relacionados a los actos vandálicos de octubre de 2019, por CLP 51.815 millones.

El flujo utilizado en **actividades de inversión** alcanzó una salida neta de CLP -47.570 millones en 1S24, una variación negativa de CLP -24.489 millones con respecto a la salida neta de CLP -23.081 millones de 1S23. Esta variación se dio principalmente por el mayor nivel de **CAPEX** en el semestre, que incluye la compra de propiedad, planta y equipo, y también la compra de activos intangibles, totalizando CLP 44.708 millones en 1S24 y CLP 27.038 millones en 1S23.

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó una salida neta de CLP -56.676 millones en el primer semestre de 2024, una variación positiva de CLP 87.400 millones con respecto al 1H23. Los principales movimientos fueron: (i) reembolsos de préstamos por CLP 48.452 millones; (ii) pagos de dividendos por CLP 41.749 millones; (iii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 30.437 millones; y (iv) pagos de intereses por CLP 28.750 millones; parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos a largo plazo por CLP 92.712 millones, por la colocación de los bonos series AR (UF 1.000.000) y AQ (UF 1.500.000). En tanto, en el primer semestre de 2023, las actividades de financiación generaron una salida neta de CLP -144.076 millones, explicado por (i) reembolsos de préstamos por CLP 46.975 millones; (ii) pagos de dividendos por CLP 40.097 millones; (iii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 29.487 millones; y (iv) pagos de intereses por CLP 27.517 millones.



4. Indicadores Financieros

Cuadro 10: Indicadores Financieros

			Jun. 2024	Dic. 2023
LIQUIDEZ				
Índice de Liquidez	veces	<i>Activo corriente / Pasivo corriente</i>	0,67	0,77
Razón Ácida	veces	<i>(Activo corriente menos inventario) / Pasivo corriente</i>	0,35	0,43
ENDEUDAMIENTO				
Pasivo Exigible / Activos Totales	veces	<i>Total pasivos / Total activos</i>	0,66	0,66
Pasivo Exigible / Patrimonio	veces	<i>Total pasivos / Patrimonio</i>	1,97	1,93
Deuda Financiera Neta / Patrimonio	veces	<i>(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</i>	0,58	0,53
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	<i>Total pasivos corrientes / Total pasivos</i>	44,62	41,43
Pasivo Financiero Neto / EBITDA	veces	<i>(Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA de los últimos 12 meses</i>	4,01	3,71
ACTIVIDAD				
Rotación de Inventarios	días	<i>Inventario promedio del período / Costo de ventas diario del período</i>	41,47	42,07
Rotación de Cuentas por Cobrar	días	<i>Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes promedio del período / (Ingreso por actividades ordinarias diario del período multiplicado *1,19)</i>	11,35	11,81
Rotación de Cuentas por Pagar	días	<i>Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes promedio del período / (Costo de ventas diario del período * 1,19)</i>	64,96	66,68
EFICIENCIA (Anualizado)				
Cobertura de Gastos Financieros (Últimos 12 meses)	veces	<i>EBITDA de los últimos 12 meses / (gastos financieros de los últimos 12 meses -ingresos financieros de los últimos 12 meses)</i>	5,18	5,90
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%		30,75	30,67
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM		249.204	262.480
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%		8,72	9,17
RENTABILIDAD (Anualizado)				
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	<i>Utilidad últimos 12 meses / Activos totales</i>	3,06	3,66
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	<i>Utilidad últimos 12 meses / (Activos totales - plusvalía)</i>	3,83	4,57
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	<i>Utilidad últimos 12 meses / Patrimonio</i>	9,11	10,73
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	<i>Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + plusvalía + propiedad, planta y equipos)</i>	8,40	9,15
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	<i>Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + propiedad, planta y equipos)</i>	11,60	12,50
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales				
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	CLP MM	<i>EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración</i>	160.083	176.370
Cobertura de Gastos Financieros Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	veces	<i>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)</i>	11,65	14,37
Deuda Financiera Neta/EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales	veces	<i>(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</i>	2,87	2,43



Con respecto a los indicadores de **liquidez**, el menor índice de liquidez y razón ácida se deben a disminuciones en los activos corrientes y un aumento en los pasivos corrientes, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, el aumento en el ratio de deuda financiera neta/patrimonio se debe al aumento de la deuda financiera neta y la disminución en el patrimonio, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento, mientras que el aumento en el ratio de pasivo financiero neto/EBITDA se debe al aumento en los pasivos financieros netos y el menor EBITDA de los últimos 12 meses, por las razones que se describen en las secciones 1 y 2 del presente documento.

En cuanto a los indicadores de **actividad**, no hay variaciones significativas entre diciembre 2023 y junio 2024.

Con respecto a los indicadores de **eficiencia**, la menor cobertura de gastos financieros se debe principalmente al menor EBITDA anualizado, además de los mayores costos financieros, 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 30 de junio de 2024, 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. Con fecha 18 de marzo de 2024, SMU anunció su plan de inversiones para 2024, el cual contempla un monto de aproximadamente CLP 120 mil millones. Dicho monto incluye iniciativas de crecimiento, con aperturas y remodelaciones de tiendas, así como también, inversiones en eficiencia y continuidad operacional.

La mayor parte de las inversiones se destinarán a iniciativas de crecimiento omnicanal, incluyendo la apertura de 24 tiendas: 10 locales de Unimarc, cinco de Alvi y cuatro de Super10, además de cinco locales de Maxiahorro, en Perú. Adicionalmente, se contemplan 25 remodelaciones y cinco reconversiones de tiendas Mayorista 10 en tiendas Super10. Estos proyectos representarían aproximadamente un 55% del capex del año 2024.

2. Con fecha 21 de marzo de 2024, mediante hecho esencial, se comunicó la colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador de la Serie AR (código nemotécnico BCSMU-AR), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la CMF bajo el número 1.171 (en adelante, los "Bonos Serie AR"). La colocación de los Bonos Serie AR se realizó por una suma total de 1.000.000 de Unidades de Fomento, a una tasa de interés de 4,44%, con una tasa anual de carátula de 4,2%, y con vencimiento al 28 de febrero de 2034.



3. Con fecha 25 de marzo de 2024, mediante hecho esencial, se comunicó que el Directorio de SMU S.A. acordó:
 - a. Citar a Junta Ordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta”) de la Sociedad para el día 25 de abril de 2024, a las 10:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, y someter a consideración de la Junta todos los asuntos de su competencia, incluyendo las siguientes materias:
 - i. Pronunciamiento sobre la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2023;
 - ii. Pronunciamiento sobre el Informe de los Auditores Externos;
 - iii. Elección de los miembros del Directorio;
 - iv. Pronunciamiento sobre la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2024 e informar gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2023;
 - v. Informar sobre las actividades y gastos del Comité de Directores del ejercicio 2023 y determinación de su remuneración y presupuesto para el ejercicio 2024;
 - vi. Dar a conocer la información prevista en el Título XVI de la Ley 18.046;
 - vii. Designación de la Empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2023;
 - viii. Designación de los Clasificadores Privados de Riesgo para el ejercicio 2024;
 - ix. Pago de dividendo y distribución de utilidades del ejercicio 2023;
 - x. Designación del periódico donde se realizarán las publicaciones de la Sociedad hasta la próxima junta ordinaria de accionistas; y
 - xi. 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 2023, un dividendo de \$4,75686 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$2,89043 por acción, \$2,44451 por acción y \$1,46218 por acción, pagados a partir del 5 de junio 2023, 7 de septiembre de 2023, y 5 de diciembre 2023, respectivamente. Todos ellos equivalentes al 75% de las utilidades del año, lo que representa un monto total de \$66.587.963.359. El saldo pendiente a distribuir asciende a \$4,75686 por acción, equivalente a un monto total de \$27.414.762.652. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 08 de mayo de 2024 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.
4. Con fecha 04 de abril de 2024, mediante hecho esencial, se comunicó la colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador de la Serie AQ (código nemotécnico BCSMU-AQ), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la CMF bajo el número 1.171 (en adelante, los “Bonos Serie AQ”). La colocación de los Bonos Serie AQ se realizó por una suma total de 1.500.000 de Unidades de Fomento, a una tasa de interés de 4,27%, con una tasa anual de carátula de 4,2%, y con vencimiento al 15 de marzo de 2029.
5. Con fecha 25 de abril de 2024, 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 2023.



- ii. Aprobar el Informe de los Auditores Externos correspondiente al ejercicio 2023.
- iii. Elegir como Directores de la Sociedad para los próximos tres años a las personas que a continuación se indican:
 - Pilar Dañobeitia Estades
 - Francisca Saieh Guzmán
 - Alejandro Álvarez Aravena
 - Abel Bouchon Silva
 - Fernando del Solar Concha
 - Andrés Olivos Bambach
 - Raúl Sotomayor Valenzuela
 - Alejandro Danús Chirighin (Director Independiente)
 - Enrique Gundermann Wylie (Director Independiente)
- iv. Aprobar la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2024. Se informó además de los gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2023.
- v. Aprobar las remuneraciones del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2024 junto con informar sobre las actividades y gasto de dicho Comité durante el ejercicio 2023.
- vi. Aprobar el informe sobre las operaciones del título XVI de la Ley 18.046.
- vii. Designar a Ernst & Young (EY) como empresa de auditoría externa para el ejercicio 2024; y a Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada e ICR Compañía Clasificadora de Riesgo Limitada, como clasificadoras de riesgo para el ejercicio 2024.
- viii. Designar al diario La Tercera en su segmento el Pulso como periódico en el cual deberán realizarse las publicaciones sociales.
- ix. Repartir a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2023, un dividendo de \$4,75686 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$2,89043 por acción, \$2,44451 por acción y \$1,46218 por acción, pagados a partir del 5 de junio 2023, 7 de septiembre de 2023, y 5 de diciembre 2023, respectivamente. Todos ellos equivalentes al 75% de las utilidades del año, lo que representa un monto total de \$66.587.963.359. El saldo pendiente de distribuir asciende a \$4,75686 por acción, equivalente a un monto total de \$27.414.762.652. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 08 de mayo de 2024 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.



Asimismo, en el mismo hecho esencial, se informó que en sesión extraordinaria de Directorio celebrada el mismo día 25 de abril de 2024, se acordó lo siguiente:

- i. Designar como Presidenta del Directorio a doña Pilar Dañobeitía Estades y como Vicepresidenta a doña Francisca Saieh Guzmán.
- ii. Designar como integrantes del Comité de Directores constituido de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 50 bis de la Ley 18.046, a don Alejandro Danús Chirighin, don Enrique Gundermann Wylie y don Alejandro Álvarez Aravena.
- iii. Designar a los siguientes Directores como miembros de otros Comités del Directorio:

Comité de Auditoría y Riesgos

Pilar Dañobeitía Estades
 Andrés Olivos Bambach
 Alejandro Álvarez Aravena

Comité de Inversiones

Abel Bouchon Silva
 Pilar Dañobeitía Estades
 Andrés Olivos Bambach
 Francisca Saieh Guzmán
 Alejandro Danús Chirighin

Comité de Personas y Sostenibilidad

Fernando del Solar Concha
 Pilar Dañobeitía Estades
 Francisca Saieh

Comité de Cumplimiento

Pilar Dañobeitía Estades
 Andrés Olivos Bambach
 Enrique Gundermann Wylie

Comité de Estrategia

Por estatutos estará conformado por:
 Marcelo Gálvez Saldías, Gerente General
 Pilar Dañobeitía Estades, Presidenta del Directorio
 Francisca Saieh Guzmán, Vicepresidenta del Directorio

6. Con fecha 13 de mayo de 2024, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$14.334.475.738, lo que corresponde a un dividendo de \$2,48724 por acción. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del primer trimestre del presente ejercicio. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 5 de junio de 2024 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.



7. Hechos Posteriores

1. Con fecha 10 de julio de 2024, mediante hecho esencial, se comunicó la colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador de la Serie AS (código nemotécnico BCSMU-AS), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la CMF bajo el número 1.179 (en adelante, los “Bonos Serie AS”). La colocación de los Bonos Serie AS se realizó por una suma total de 2.000.000 de Unidades de Fomento, a una tasa de interés de 4,14%, con una tasa anual de carátula de 4,4%, y con vencimiento al 30 de mayo de 2030.



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

Medios de comunicación, favor contactarse con:

María Verónica Meinero: mmeinero@smu.cl

Arturo Baeza: abaeza@smu.cl

