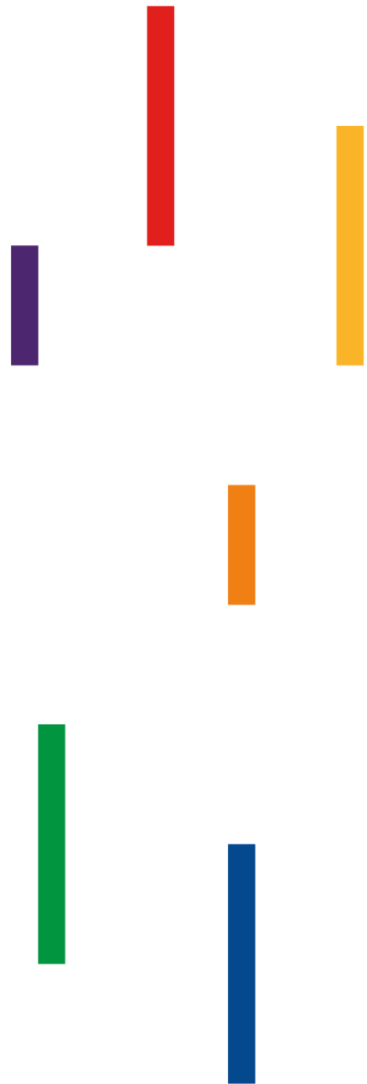


# Resultados 2T24

SMU S.A.

Agosto 2024



## DISCLAIMER

---

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

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

# Nuevas Aperturas en 2024



4



1



3

Fuerte desempeño en tiendas abiertas en 2023:

- En promedio, ventas muy por sobre plan.
- 50% de aperturas 2023 ya alcanzaron ventas/m2 por sobre el promedio del formato.



Maxi Ahorro Sechura



Unimarc Isla de Maipo



Unimarc Pirque:  
Premium Affordable

## Crecimiento Online

- Ventas a través de plataformas propias de SMU y *last milers* crecieron 28% en 2T24 vs. 2T23.
- Participación venta online 2T24: 4,7%.



YA **COMENZÓ**

**EL GRAN CYBERAZO**

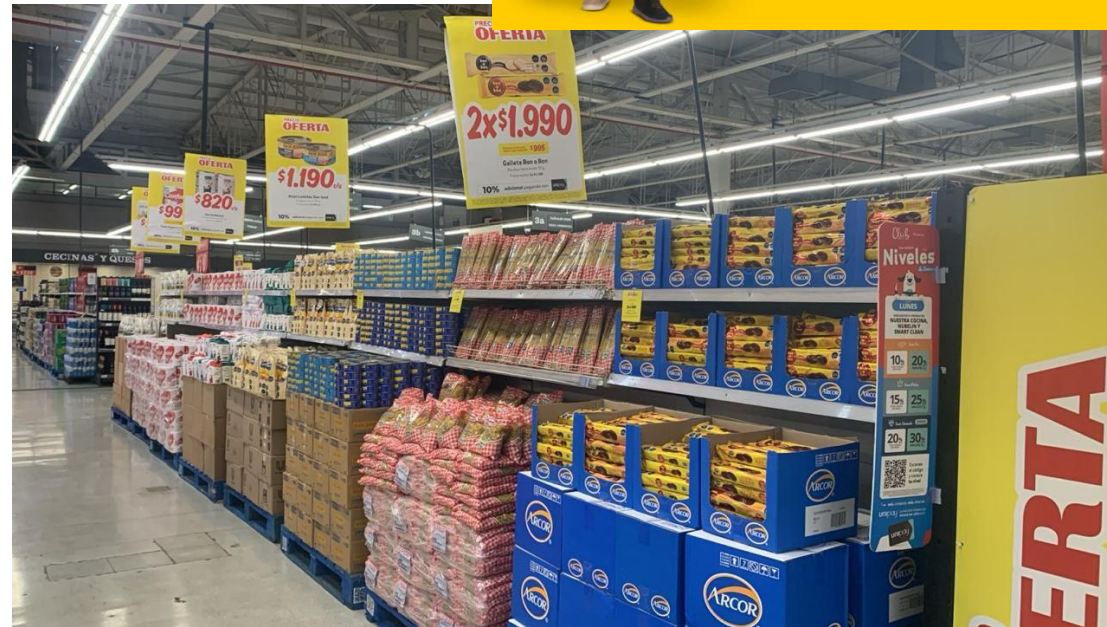
Exclusivo **UNIMARC.cl** y App 

¡Bienvenid@ al Gran Cyberazo de Unimarc! Del 3 al 5 de junio,  
Prepárate para disfrutar de increíbles descuentos y ofertas en una amplia  
variedad de productos y categorías

 **DESPACHO GRATIS**  
POR COMPRAS SOBRE \$40.000

# Nuevas Promociones

- Promociones focalizadas en productos básicos de alta sensibilidad en precio para clientes.





# Crecimiento Marcas Propias

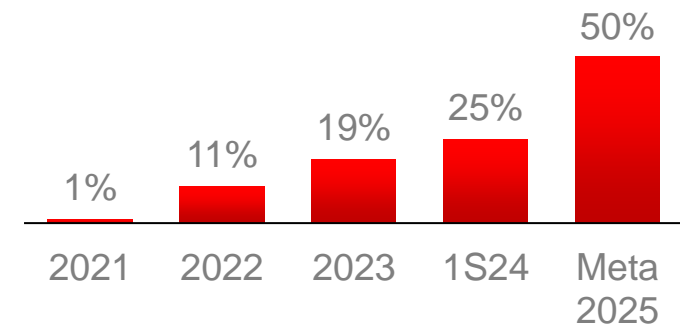
- 100+ nuevos productos lanzados en 1S24.



- Mayor cobertura de productos de marcas propias con packaging reciclable certificado.



Productos de Marcas Propias con Ecoetiqueta (% Surtido)



## Programas de Fidelización

- Primer supermercadista en Chile en ofrecer niveles de socio como parte de club de lealtad.
- Descuentos diferenciados según nivel de socio.
- 300K+ clientes subieron de nivel en primer mes de operaciones.



Club  
UNIMARC  
-Presenta-

los nuevos  
**Niveles**  
de Socios

Membresía  
Contrata en Unimarc.cl

Socio Club

Socio Oro

Socio Platino

Socio Diamante

Conoce tu nivel en UNIMARC.cl y App U

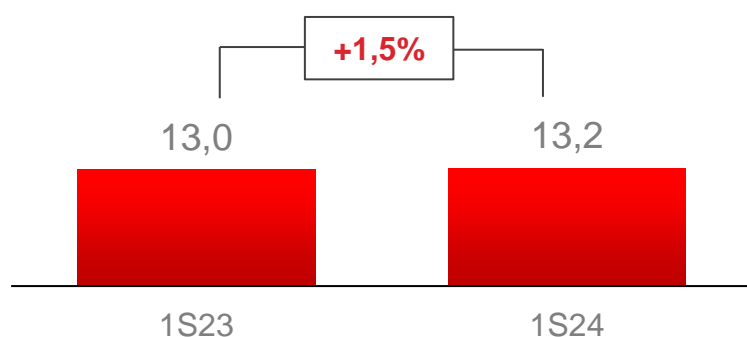
→ más compras, más ahorras



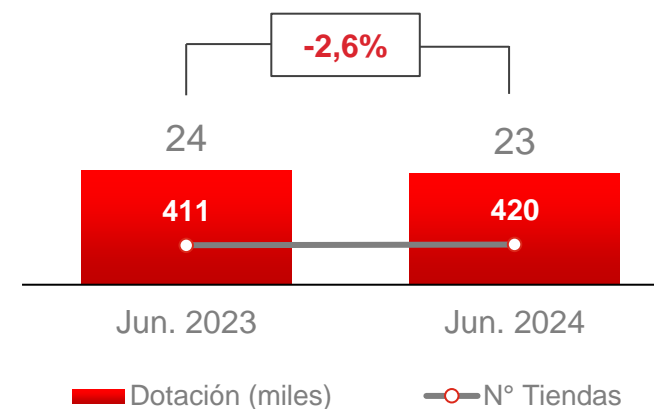
## Eficiencia Operacional

- Implementación continua de tecnologías (ej. módulos de autoservicio, voice picking, planificación de demanda automatizada) que mejoran eficiencia, productividad y experiencia del cliente.
- Mayor venta por jornada equivalente, a pesar de menores ventas.

Venta / Jornada Equivalente  
(Chile; CLP MM/mes)



Dotación vs. Número de Tiendas



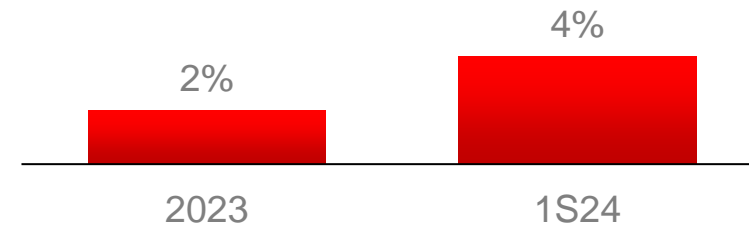


## Eficiencia Energética

- Se duplicaron despachos entre centros de distribución y tiendas utilizando electromovilidad en 1S24 vs. 2023.
  - Se sumó otro camión eléctrico en 2T24.
- Energía renovable representa el 15% del consumo de electricidad en Chile.
  - Licitación de cliente libre en ejecución permitiría sumar un 15% adicional del consumo, alcanzando un total de 30%.



Despachos CDs a Tiendas con Camiones Eléctricos  
(% despachos)



## Valor Compartido

- *Campaña Gift Card Unidos:* Apoyando organizaciones sociales que impactan positivamente en las comunidades, en línea con nuestro Modelo de Diversidad e Inclusión.
- Club de Los Leones Cruz del Sur de Magallanes trabaja en la rehabilitación de personas con discapacidad, y Fundación Las Rosas se ocupa de personas mayores vulnerables.



**Unidos**

**Comparte, regala y ayuda**

Para celebrar un 18 de Septiembre más solidario prefiere nuestra

**Gift card Unidos**

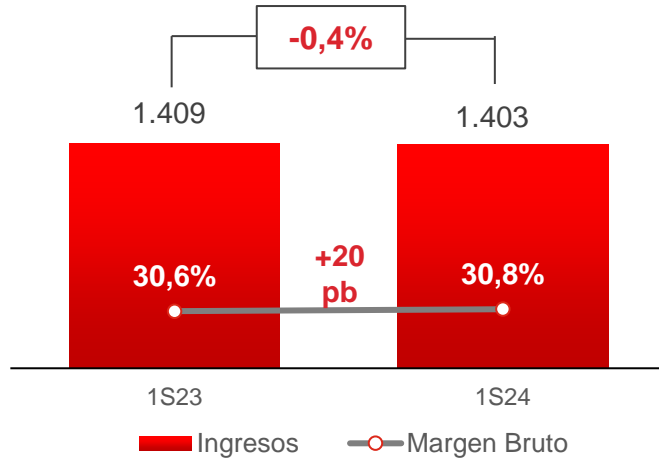
**Unimarc, Club Alvi, Mayorista 10 y Super 10** aportarán un 10% del total recaudado en apoyo a las siguientes fundaciones.

FUNDACIÓN LAS ROSAS

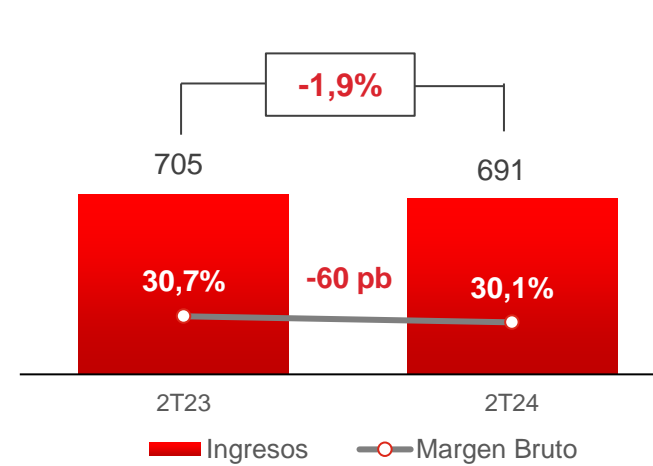
CLUB DE LEONES CRUZ DEL SUR DE MAGALLANES

Para que compartamos entre todos

**Ingresos**  
Primer semestre; CLP MMM



**Ingresos**  
Segundo trimestre: CLP MMM



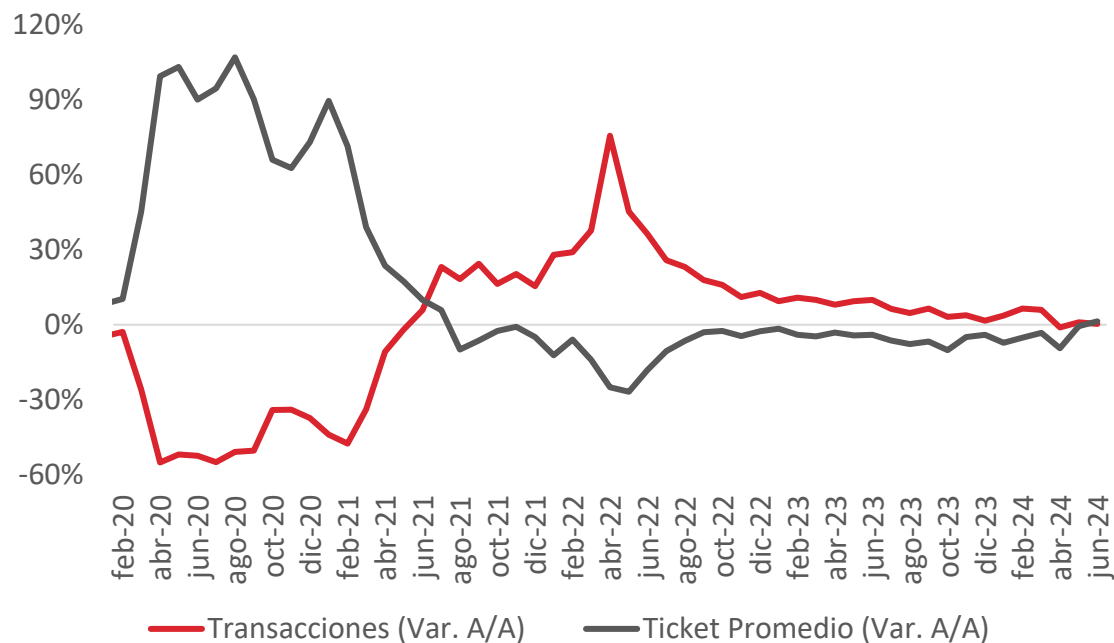
- Disminución en ingresos: efecto calendario en abril + debilidad en consumo, pero con recuperación de indicadores operacionales en mayo y junio.
- Fuerte desempeño en tiendas nuevas contribuye a ingresos, parcialmente compensando menores SSS (-2,5% en 1S24 y -4,1% en 2T24) relacionado con comportamiento de consumidores: clientes optimizan presupuestos a través de sustitución y compras de menores cantidades.
- Menor margen bruto en 2T24 refleja nueva actividad promocional focalizada en productos básicos de alta sensibilidad en precios para los clientes, afectando el *mix* de ventas.



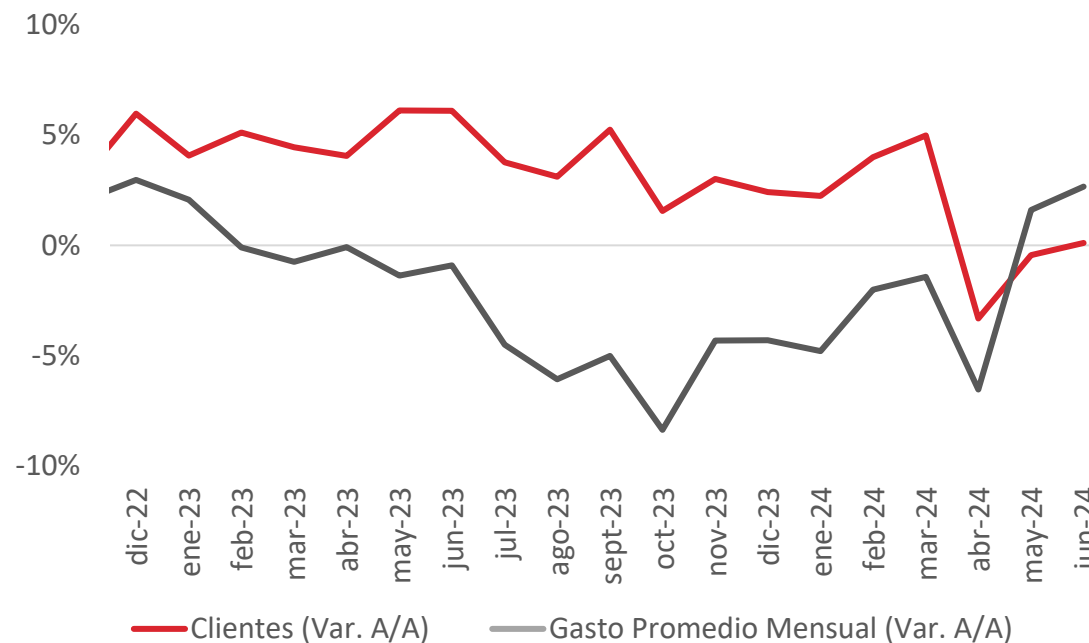
# 2T24 Resultados

## Clientes, Transacciones y Ticket

### Número de Transacciones y Ticket Promedio (% Var. A/A)



### Número de Clientes y Gasto Promedio Mensual (% Var. A/A)



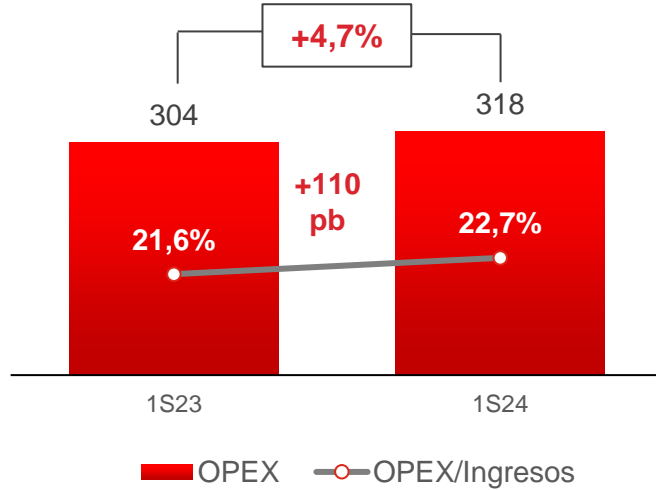
- Crecimiento consistente año/año en números de clientes y transacciones hasta abril 2024, con recuperación en mayo y junio.
- Ticket promedio y gasto promedio mensual por cliente menores año/año desde al menos principios de 2023, con recuperación en mayo y junio 2024.



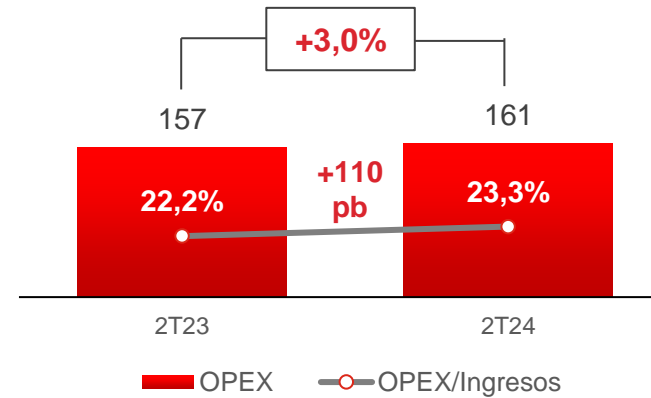
# 2T24 Resultados

## Gastos Operacionales <sup>(1)</sup>

**Gastos Operacionales**  
Primer semestre; CLP MMM



**Gastos Operacionales**  
Segundo trimestre; CLP MMM

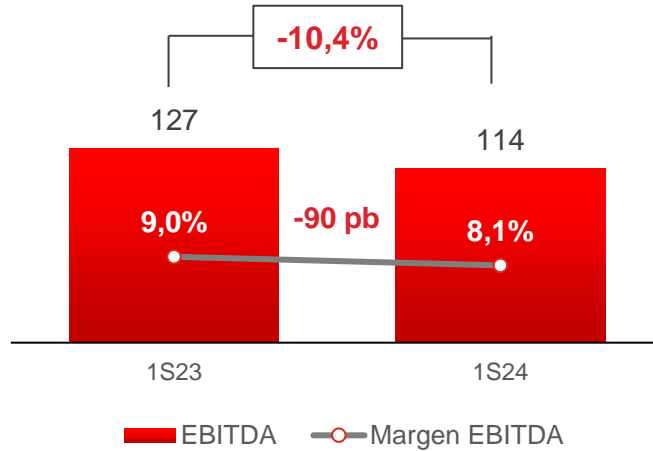


- Iniciativas de eficiencia y productividad ayudan a mitigar presión en gastos operacionales producto de inflación anual acumulada (4,2%) y mayor salario mínimo (9,5%).
- Gastos de personal crecieron menos que inflación (3,8% en 1S24 y 2,3% en 2T24), y gastos operacionales totales crecieron menos que inflación en 2T24 (es decir, una reducción en términos reales).
- Gastos de servicios (+9,3% en 1S24 y +11,1% en 2T24) afectados por alzas en tarifas de electricidad, seguridad y aseo.

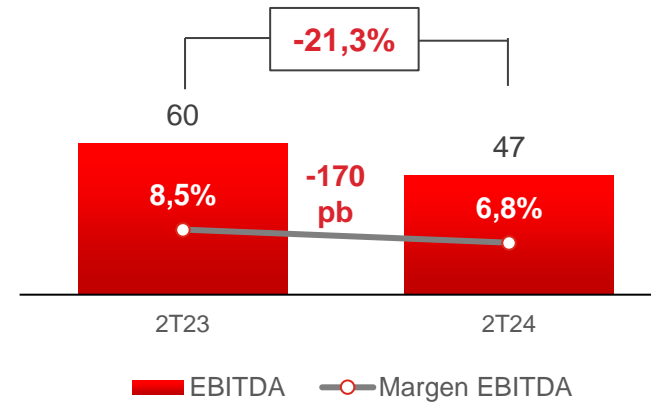
(1) Gastos operacionales = gastos administrativos + gastos de distribución (excluyendo depreciación y amortización).

EBITDA (1)

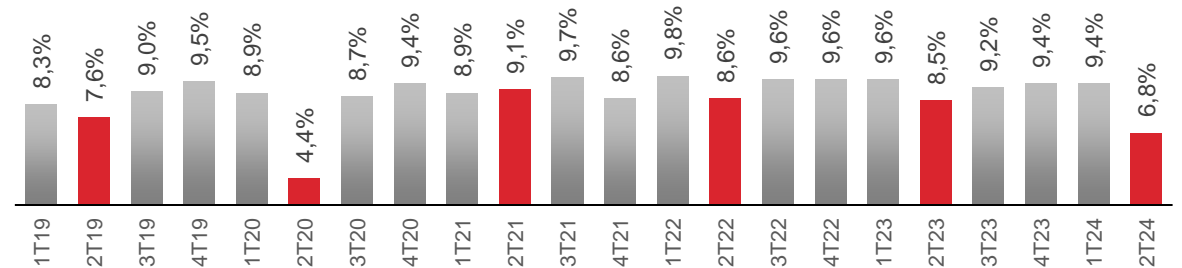
EBITDA  
Primer semestre; CLP MMM



EBITDA  
Segundo trimestre; CLP MMM



Margen EBITDA Trimestral

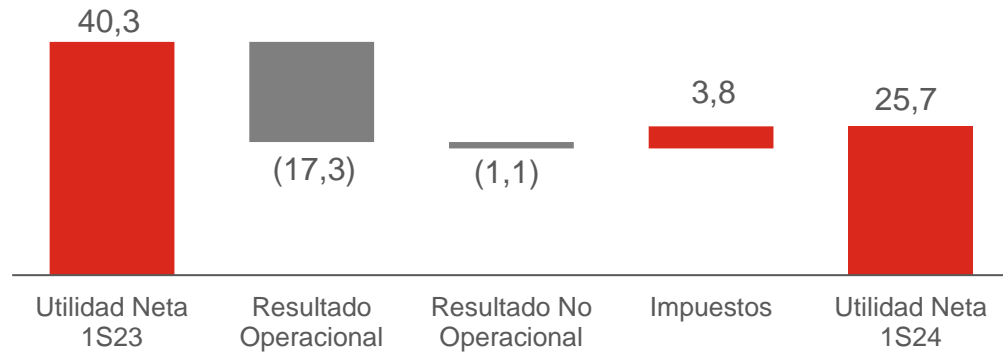


- EBITDA afectado por menor dilución de gastos, producto de menores ingresos, a pesar del bajo crecimiento en gastos operacionales.
- Estacionalidad: Históricamente el segundo trimestre es el más débil en términos de ingresos y EBITDA.

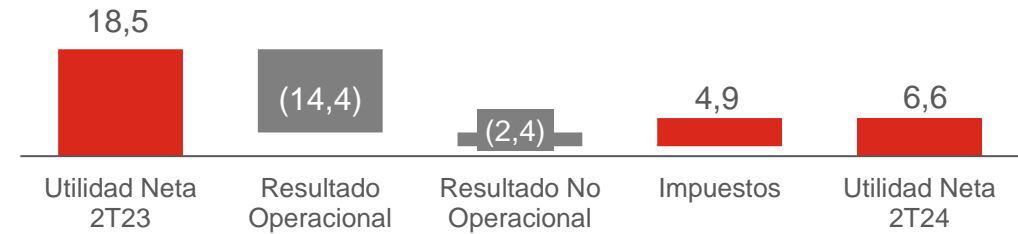
(1) EBITDA = Ganancia bruta – gastos administrativos – costos de distribución + depreciación + amortización.



Utilidad Neta 1S24 vs. 1S23  
CLP MMM



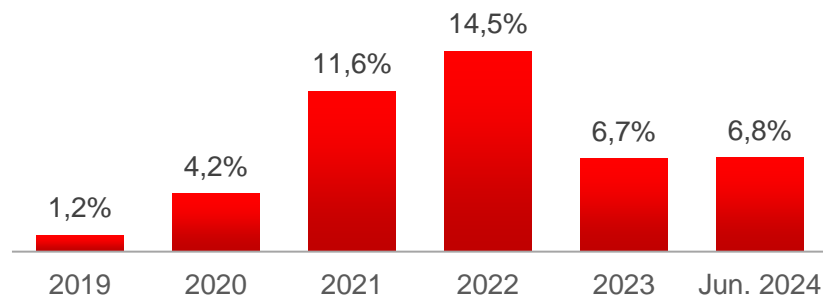
Utilidad Neta 2T24 vs. 2T23  
CLP MMM



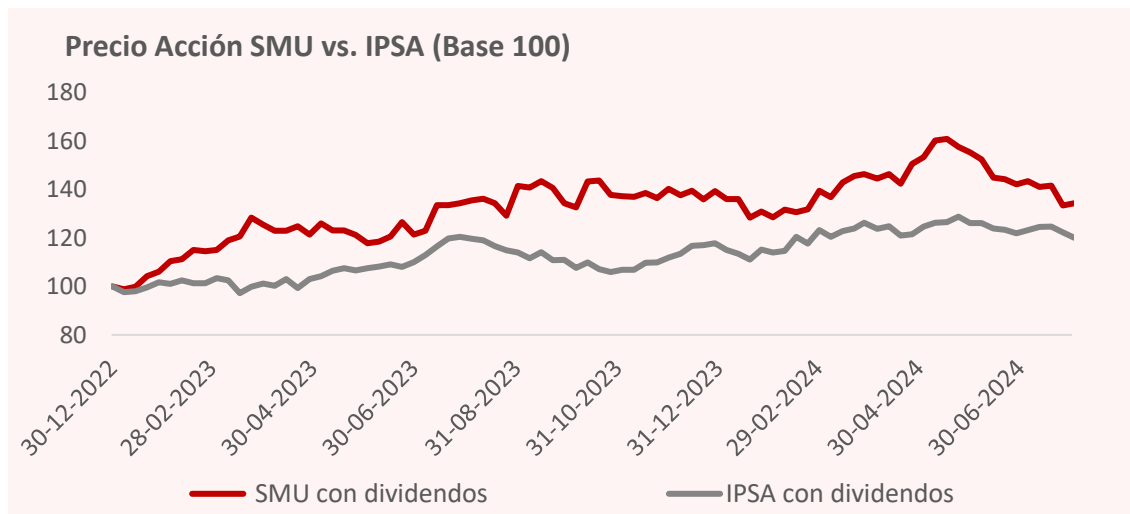
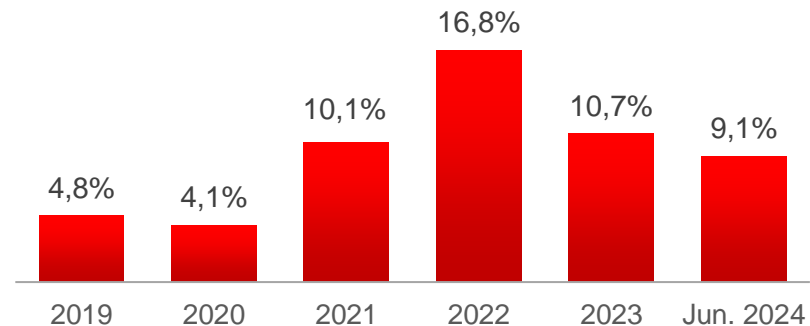
- Menor utilidad neta producto del menor resultado operacional, parcialmente compensado por mayor beneficio por impuesto a la renta.



### Rentabilidad por Dividendo <sup>(1)</sup>



### Rentabilidad sobre Patrimonio <sup>(2)</sup>



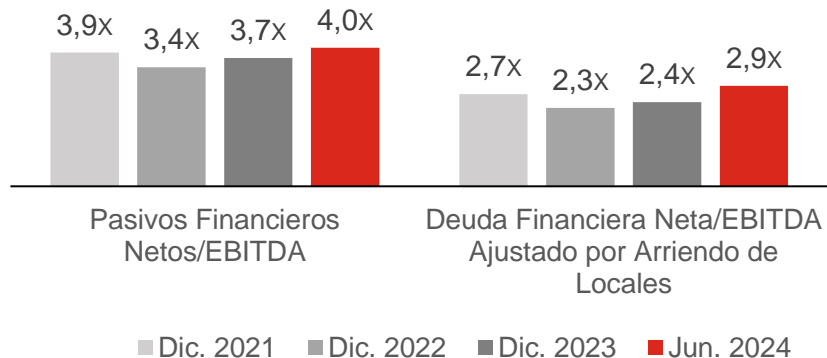
(1) Rentabilidad por Dividendo = Dividendos pagados durante los últimos doce meses / precio de la acción al final del período.

(2) Rentabilidad sobre Patrimonio = Utilidad neta para los últimos doce meses / patrimonio al final del período.

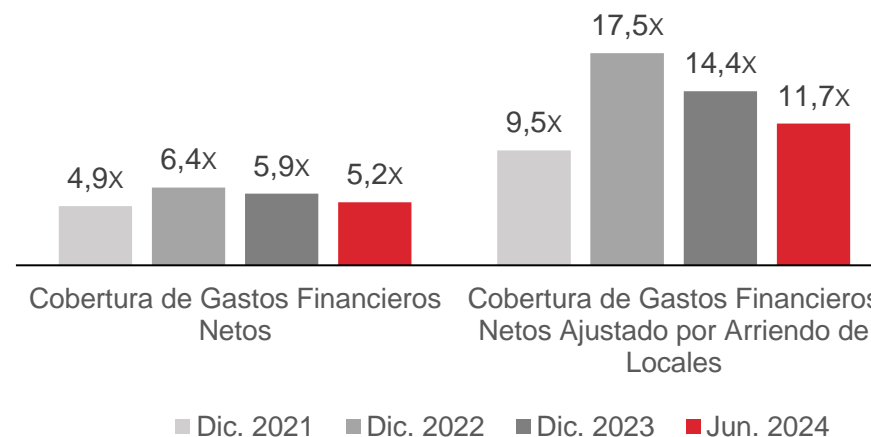




Deuda Financiera Neta / EBITDA



Cobertura de Gastos Financieros Netos



(1) Definiciones:

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

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

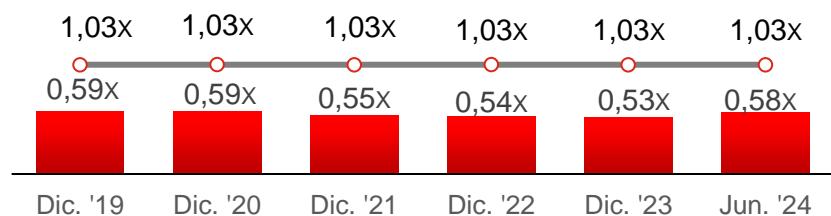
EBITDA ajustado por arriendo de locales= EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración bajo NIIF

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

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

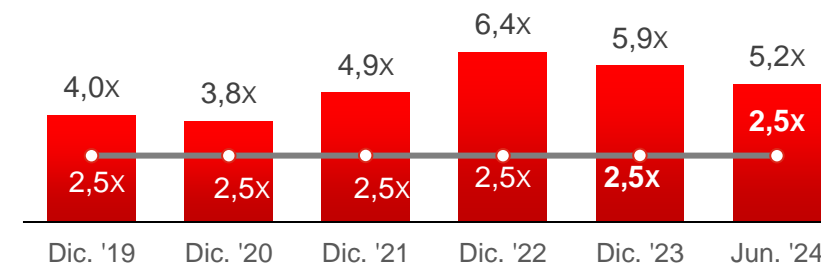


Deuda Financiera Neta / Patrimonio <sup>(1)</sup>



■ Deuda Financiera Neta / Patrimonio    ●— Covenant Bonos Locales

Cobertura de Gastos Financieros Netos <sup>(2)</sup>



■ Cobertura de Gastos Financieros Netos    ●— Covenant Bonos Locales

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

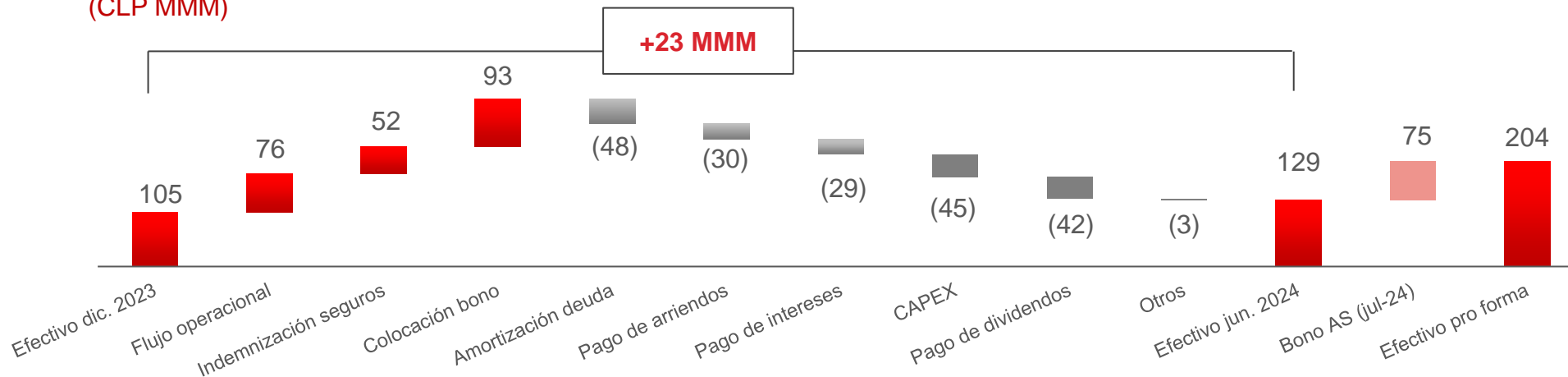
(2) Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA/gastos financieros netos



# 2T24 Resultados

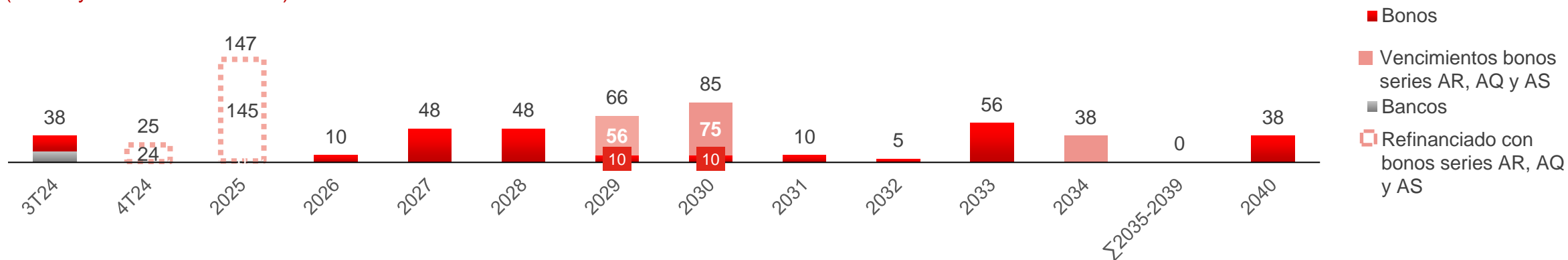
## Sólida Posición de Caja

### Flujo de efectivo 1S24 (CLP MMM)



- Saldo final de caja de CLP 129 MMM, muy por sobre nivel mínimo (CLP 50 MMM).
- Colocación de bonos en julio suma CLP 75 MMM al saldo de caja.

### Perfil de vencimientos al 30 de junio de 2024, pro forma <sup>(1)</sup> (Bonos y bancos - CLP MMM)



(1) Pro forma incluye colocación de bonos serie AS b (UF 2.000.000; 4,14%) el 10 de julio de 2024.

# Resultados 2T24

SMU S.A.

Agosto 2024

