



Reporte de Resultados SMU S.A.

4^{to} Trimestre 2025



SMU



16 de marzo de 2026



■ Resumen Ejecutivo

Los **ingresos** de actividades ordinarias de SMU del cuarto trimestre de 2025 (4T25) alcanzaron CLP 744.394 millones, una disminución de 0,7% respecto del cuarto trimestre de 2024 (4T24). Sin embargo, se destaca una importante mejora en el formato Unimarc. En el año 2025, los ingresos de SMU totalizaron CLP 2.819.055 millones, menores en 2,4% frente al año 2024.

La disminución en las ventas en el año 2025 se debe a dos **definiciones estratégicas** de la Compañía, las cuales buscan posicionarla para **crecer de forma rentable y sostenible en el futuro**. En primer lugar, la estrategia de **priorizar la rentabilidad** significó optimizar su estrategia promocional en el segmento minorista y eliminar ciertas ventas de volumen de bajo margen en el segmento mayorista. En consecuencia, la Compañía registró un incremento significativo en su margen bruto, de tal forma que su ganancia bruta aumentó, a pesar de una disminución en sus ingresos.

Por otra parte, durante 2025, para **fortalecer su estrategia multiformato**, SMU aceleró el proceso de convertir tiendas del formato Mayorista 10 a los formatos Super10 y Alvi. Inicialmente las ventas de las tiendas convertidas suelen disminuirse, porque el proceso implicó intervenciones y cambios de surtido que han afectado la experiencia del cliente. Sin embargo, la Compañía considera que estos formatos le permitirán competir mejor en el futuro, y que el nuevo formato elegido para cada ubicación—ya sea Alvi o Super10—ofrecerá una mejor propuesta de valor para los clientes, lo que conllevaría un mejor comportamiento de las ventas.

Cabe destacar que **los ingresos del formato Unimarc crecieron 1,9% en el cuarto trimestre**, con un aumento de 0,9% en las ventas de locales equivalentes, una importante mejora secuencial con respecto al tercer trimestre que ayuda a compensar el impacto transitorio de las conversiones en los formatos Super10 y Alvi. Las nuevas tiendas abiertas por la Compañía como parte de su plan estratégico 2023-2025 también contribuyeron a los ingresos: **SMU abrió un total de 54 tiendas en el trienio**, incluyendo 20 en el año 2025. Las nuevas aperturas en promedio han tenido un desempeño superior al esperado en términos de ventas y EBITDA.

La **ganancia bruta** del 4T25 alcanzó CLP 241.325 millones, un aumento de 2,2% con respecto al 4T24, mientras que en el año 2025, totalizó CLP 908.110 millones, superior en 2,5% al año 2024. En términos de **margen bruto**, este se expandió 90 puntos base (pb) hasta 32,4% en el trimestre y 150 pb hasta 32,2% en el año. De esta forma, el margen bruto ha mostrado una mejora sostenida, manteniéndose en niveles sobre 31,5% a partir del cuarto trimestre de 2024, reflejando las optimizaciones comerciales mencionadas más arriba, contribuyendo a una mayor rentabilidad de la Compañía.



Los **gastos operacionales**¹ aumentaron en un 5,5% en el 4T25 y 5,6% en el año, explicado principalmente por alzas extraordinarias en costos laborales y tarifas eléctricas, afectando las cuentas de gastos de personal y gastos de servicios. En particular, el salario mínimo promedio del año 2025 fue mayor al del año 2024 en un 9%; la Compañía implementó anticipadamente la reducción de la jornada laboral a 40 horas; y los gastos de electricidad subieron un 17%. Como consecuencia de estas alzas extraordinarias, las cuales tuvieron un impacto de aproximadamente CLP 20 mil millones en el año, los gastos de la Compañía crecieron por sobre la inflación. Sin embargo, tanto el salario mínimo como los gastos de electricidad subieron menos en el cuarto trimestre, lo que junto con las **iniciativas de eficiencia operacional y productividad** que SMU ha implementado, permitirán un crecimiento más moderado de los gastos operacionales en los próximos períodos.

Las alzas extraordinarias en gastos operacionales afectaron el **EBITDA**², el que disminuyó 6,1% en el año, a pesar de la expansión en ganancia bruta. Así, en el año 2025, el EBITDA alcanzó CLP 217.721 millones (margen EBITDA 7,7%), menor en un 6,1% con respecto a los CLP 231.953 millones (margen EBITDA 8,0%) del año 2024. Asimismo, el EBITDA del cuarto trimestre alcanzó CLP 62.243 millones (margen EBITDA 8,4%), menor en 6,4% frente a los CLP 66.472 millones (margen EBITDA 8,9%) de 4T24.

El **resultado no operacional**³ de SMU en el cuarto trimestre de 2025 mejoró en CLP 1.568 millones con respecto al 4T24, principalmente explicado por una menor pérdida por unidades de reajuste, debido a la menor inflación en el período. Con respecto al año 2025, el resultado no operacional mejoró en CLP 48.916 millones, principalmente explicado por operaciones de venta y leaseback realizados en los primeros nueve meses del año, generando un impacto positivo de CLP 60.387 millones antes de impuestos, parcialmente compensado por el costo de planes de eficiencia implementados durante 2025 por CLP 12.819 millones.

La **utilidad neta** del cuarto trimestre de 2025 alcanzó CLP 11.347 millones, una disminución de 27,1% con respecto al 4T24, debido al menor resultado operacional. La utilidad neta del año 2025 alcanzó CLP 63.123 millones, un aumento de 29,5% con respecto al año 2024, principalmente explicado por el mejor resultado no operacional.

Con respecto a la **situación financiera** de SMU, cabe destacar que durante el primer semestre de 2025 se pagaron los vencimientos de los bonos serie T y serie AK por aproximadamente CLP 145 mil millones, lo que se ve reflejado en el menor saldo de efectivo y equivalentes al efectivo, y también en la menor deuda financiera. La Compañía no tiene vencimientos de bonos por montos relevantes durante el año 2026 (el monto total a pagar hasta diciembre 2026 alcanza aproximadamente CLP 11 mil millones, lo que se compara con pagos por aproximadamente CLP 242 mil millones entre los años 2024 y 2025), contribuyendo a la flexibilidad de su posición financiera.

¹ Gastos operacionales = gastos de distribución + gastos de administración y ventas – depreciación - amortización

² EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización

³ 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



■ Comentarios de la Administración

En relación con la publicación de los resultados del cuarto trimestre y año 2025, el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló, “Cerramos este año—que fue el tercer año de nuestro plan estratégico 2023-2025—logrando una **excelente ejecución en materia de crecimiento orgánico**, alcanzando 54 nuevas aperturas en tres años. Asimismo, **consolidamos nuestra estrategia multiformato** en Chile, acelerando la conversión de las tiendas Mayorista 10 a los formatos Super10 y Alvi, así mejorando su escala y cobertura geográfica y posicionándolos para competir mejor. Y además, **lanzamos nuestra nueva hoja de ruta** para el período 2026-2028, donde esperamos cosechar los frutos de las iniciativas que implementamos en el plan anterior, así como también, de las que están contempladas para el próximo trienio”.

“Con respecto a los resultados de 2025, si bien los ingresos disminuyeron en un 2,4%, esto refleja ciertas **definiciones estratégicas** que tomamos para posicionar a la Compañía para **crecer rentable y sosteniblemente en el futuro**. Por una parte, **priorizamos la rentabilidad**, lo que significó eliminar ciertas ventas de menor margen. En consecuencia, logramos una **expansión de 2,5% en la ganancia bruta del año**, a pesar de las menores ventas. Por otra parte, las ventas de las tiendas que convertimos a Super10 y Alvi inicialmente disminuyeron, porque este proceso implicó intervenciones y cambios de surtido que han afectado la experiencia del cliente. Sin embargo, **este efecto transitorio ha sido necesario para ofrecer innovadoras propuestas de valor, bajo las nuevas banderas, para nuestros clientes, las cuales nos permitirán competir mejor y, en consecuencia, mejorar nuestros ingresos**. La tendencia del cuarto trimestre marcó una recuperación, con una disminución de solo 0,7% en los ingresos, y con **Unimarc creciendo tanto en términos de ingresos totales como en ventas de locales equivalentes, o same-store sales**”.

El Sr. Gálvez continuó, “El EBITDA del año se vio afectado por **alzas extraordinarias en gastos operacionales**, como el salario mínimo y las tarifas eléctricas, además de la reducción de la jornada laboral—la que nosotros ya implementamos de forma anticipada, bajando directamente a 40 horas. Sin embargo, nuestras iniciativas de **eficiencia y productividad nos permitieron mitigar una parte importante del efecto**, y creemos que, **en el futuro, nuestros gastos deberían tener un crecimiento mucho más moderado**, dado que no esperamos que se repitan estas alzas extraordinarias, y también nuestro nuevo plan contempla un pilar de eficiencia y productividad que busca permanentemente controlar los gastos operacionales”.

“Tuvimos **utilidades por CLP 63 mil millones en 2025**, un incremento de 29% con respecto a 2024. Este monto incluye la ganancia de las operaciones de venta y leaseback que realizamos durante los primeros nueve meses del año, permitiendo optimizar nuestra posición financiera al hacer un uso más eficiente de los activos que teníamos en leasing. De esta forma nos focalizamos en nuestro negocio core, que nos da mayor rentabilidad, y seguimos operando las mismas instalaciones bajo contratos de arriendo de largo plazo, que es nuestra modalidad estándar de operación”.

“Con respecto a nuestra **situación financiera**, si bien la disminución en el EBITDA ha afectado nuestros indicadores, esperamos tener una recuperación en los ingresos este año, lo que junto con nuestras iniciativas de eficiencia, revertiría esta tendencia. En nuestra deuda financiera bajó en CLP 164 mil millones, esencialmente explicado por pagos de bonos que vencieron en el año, lo que también explica la disminución en la caja—de CLP 70 mil millones—porque partimos el año con un excedente para financiar esos vencimientos. En 2026 tenemos muy pocos vencimientos, por lo que el principal uso de caja será el capex asociado a nuestro nuevo plan estratégico, lanzado en diciembre del año pasado”.



“Nuestro plan estratégico 2026-2028 tiene un fuerte foco en el crecimiento, rentabilidad y eficiencia, y se basa en tres ejes: crecimiento con valor para el cliente, activo tecnológico y eficiencia y productividad. En estos primeros meses de 2026, ya hemos implementado iniciativas, incluyendo mejoras de surtido y promociones diseñadas para hacerles la vida más fácil a nuestros diferentes segmentos de clientes. Asimismo, hemos avanzado de acuerdo al plan de crecimiento orgánico, con cuatro aperturas en lo que va del año: dos del formato Unimarc, en Chile, y dos del formato Maxiahorro, en Perú. Nuestro plan contempla un total de 60 aperturas, incluyendo 16 en 2026. El capex del plan es de CLP 370 mil millones, incluyendo aproximadamente CLP 120 mil millones para este año”, finalizó el Sr. Gálvez.

■ Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día miércoles 18 de marzo a las 11:00 am de Santiago/ 10:00 am ET para comentar los resultados del cuarto 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>



■ Highlights

Lanzamiento Plan Estratégico 2026-2028



En diciembre de 2025, SMU lanzó su nuevo plan estratégico para el período 2026-2028, el que busca potenciar el **crecimiento, la competitividad y la eficiencia** a través de tres ejes centrales: crecimiento con valor para el cliente; activo tecnológico; y eficiencia y productividad. Las principales iniciativas del plan incluyen, en el eje de **crecimiento con valor para el cliente**, la apertura de 60 nuevas tiendas; upgrades de 80 tiendas; la expansión de la cobertura omnicanal; y un aumento en la participación de marcas propias. Por el lado del **activo digital**, está la migración a una nueva nube; la integración digital a través de una nueva arquitectura; y la incorporación de nuevas tecnologías, incluyendo la inteligencia artificial; todo en un ámbito de estrictos estándares de seguridad. El fortalecimiento del activo tecnológico facilitará las mejoras de **eficiencia y productividad**, donde el foco estará en la optimización logística, en tienda y en back office. El capex para el trienio asciende a aproximadamente CLP 370 mil millones.

S&P 2026 Sustainability Yearbook



SMU ha sido incluida por segundo año consecutivo en el *Sustainability Yearbook* que elabora la consultora S&P Global, donde se reconoce a las compañías que obtuvieron un destacado puntaje en la *S&P Corporate Sustainability Assessment*. En la industria de venta minorista de alimentos y productos básicos, se evaluaron 128 empresas a nivel mundial, y SMU fue una de las 10 que calificó para este reconocimiento. Considerando todas las industrias, de 9.200 empresas evaluadas, solo 848 calificaron para el *Sustainability Yearbook*. Dentro de su industria, SMU se ubicó en el primer lugar de Chile, segundo de la región, y octavo a nivel global.

Programa de Recompra de Acciones



Con fecha 26 de febrero de 2026, el Directorio de SMU acordó volver a autorizar a la Administración para ejecutar el programa de recompra de acciones de propia emisión que fue aprobada en la Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el 21 de abril de 2022. Asimismo, el Directorio acordó convocar a Junta Extraordinaria de Accionistas para el 23 de abril de este año, con el objeto de conocer, tratar y pronunciarse sobre un nuevo programa de recompra de acciones. En caso de aprobarse el nuevo programa, se pondrá término al programa actualmente vigente. El nuevo programa tendría una duración de hasta cinco años.



■ 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 12 meses terminados al 31 de diciembre 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)	4T25	4T24	△%	2025	2024	△%
Ingresos de Actividades Ordinarias	744.394	749.781	(0,7%)	2.819.055	2.887.165	(2,4%)
Costo de Ventas	(503.068)	(513.577)	(2,0%)	(1.910.946)	(2.001.463)	(4,5%)
Ganancia Bruta	241.325	236.204	2,2%	908.110	885.703	2,5%
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>32,4%</i>	<i>31,5%</i>		<i>32,2%</i>	<i>30,7%</i>	
Gastos de Distribución	(12.501)	(11.642)	7,4%	(47.018)	(45.367)	3,6%
Margen de Contribución	228.824	224.563	1,9%	861.091	840.336	2,5%
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>30,7%</i>	<i>30,0%</i>		<i>30,5%</i>	<i>29,1%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(166.581)	(158.090)	5,4%	(643.370)	(608.383)	5,8%
EBITDA	62.243	66.472	(6,4%)	217.721	231.953	(6,1%)
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>8,4%</i>	<i>8,9%</i>		<i>7,7%</i>	<i>8,0%</i>	
Depreciación y Amortización	(29.923)	(28.328)	5,6%	(119.507)	(108.615)	10,0%
Resultado Operacional	32.320	38.144	(15,3%)	98.214	123.338	(20,4%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	(2.853)	155	n.a.	47.807	(346)	n.a.
Ingresos Financieros	499	2.104	(76,3%)	3.989	9.867	(59,6%)
Costos Financieros	(15.550)	(15.535)	0,1%	(61.438)	(61.143)	0,5%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	981	(294)	n.a.	845	(605)	n.a.
Diferencias de Cambio	(173)	(68)	153,4%	(186)	76	n.a.
Resultados por Unidades de Reajuste	(3.005)	(8.032)	(62,6%)	(18.411)	(24.161)	(23,8%)
Resultado No Operacional	(20.102)	(21.670)	(7,2%)	(27.395)	(76.311)	(64,1%)
Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto	12.218	16.474	(25,8%)	70.819	47.027	50,6%
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	(871)	(915)	(4,8%)	(7.697)	1.723	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	11.347	15.560	(27,1%)	63.123	48.750	29,5%
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	11.347	15.560	(27,1%)	63.123	48.750	29,5%
Ganancia (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	0	0	n.a.	0	0	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	11.347	15.560	(27,1%)	63.123	48.750	29,5%

*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 cuarto trimestre de 2025 alcanzaron los CLP 744.394 millones, una disminución de 0,7% con respecto a los CLP 749.781 generados en 4T24. Respecto al año 2025, los ingresos fueron CLP 2.819.055 millones, menores en 2,4% con respecto a los CLP 2.887.165 millones registrados en 2024.

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

INGRESOS (CLP MMM)	4T25	4T24	Δ %	2025	2024	Δ %
UNIMARC	516	506	1,9%	1.936	1.945	-0,4%
MAYORISTAS	202	220	-8,3%	800	864	-7,3%
OTROS(*)	8,5	5,9	44,5%	21,6	17,3	25,1%
SUPERMERCADOS CHILE	726	732	-0,8%	2.758	2.826	-2,4%
SUPERMERCADOS PERÚ	18,0	17,7	1,7%	60,6	61,6	-1,7%
TOTAL SMU	744	750	-0,7%	2.819	2.887	-2,4%

(*) 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 %)	4T25	4T24	2025	2024
UNIMARC	0,9%	0,4%	-1,5%	-0,3%
MAYORISTAS	-9,1%	-4,5%	-9,3%	-4,3%
SUPERMERCADOS CHILE	-1,3%	-1,1%	-3,6%	-1,5%
SUPERMERCADOS PERÚ	-5,2%	-10,8%	-8,9%	-11,4%
TOTAL SUPERMERCADOS	-1,3%	-1,1%	-3,6%	-1,5%

Los ingresos del segmento **Supermercados Chile** disminuyeron en 0,8% en 4T25 con respecto a 4T24 (-2,4% en 2025 vs. 2024). Sin embargo, el formato Unimarc registró un aumento de 1,9% en el trimestre (disminución de 0,4% en el año). Los ingresos del segmento mayoristas, que incluye los formatos de precio Alvi y Super10, disminuyeron -8,3% en 4T25 (-7,3% en el año). Asimismo, las ventas de locales equivalentes (SSS) de Unimarc aumentaron en 0,9% en 4T25 (disminución de 1,5% en el año 2025), mientras que en el segmento mayorista disminuyeron en 9,1% en el trimestre (-9,3% en 2025).

La disminución en las ventas en el año 2025 se debe a dos definiciones estratégicas de la Compañía, las cuales buscan posicionarla para crecer rentable y sosteniblemente en el futuro. En primer lugar, está la definición de **priorizar la rentabilidad**, optimizando la estrategia promocional para el segmento minorista, y también optando por eliminar ciertas ventas de volumen de bajo margen para



el segmento mayorista. Por lo tanto, la base de comparación del año 2024 incluye ventas que se dejaron de hacer en 2025. Esta estrategia con foco en rentabilidad ha generado mejores resultados a pesar de las menores ventas, lo que se ve reflejado en el aumento en la ganancia bruta (+2,5% en 2025 y +2,2% en 4T25).

Cabe recordar que, a partir de mayo 2024, SMU modificó su estructura promocional, poniendo foco en productos básicos de alta sensibilidad en precio para los consumidores, y alargando la duración de las promociones. Este cambio generó un impulso en la venta en los meses siguientes, pero con un impacto negativo en el margen bruto en el segundo y tercer trimestre. A partir del cuarto trimestre de 2024, la Compañía mantuvo la nueva estructura promocional, con foco en productos de alta relevancia para los consumidores y de mayor duración, contribuyendo a una mayor recordación de la campaña para los clientes. Junto con esto, se racionalizó el portafolio de productos incluidos en la actividad promocional y se mejoró la eficiencia comercial, lo que permitió la recuperación del margen bruto, junto con una mayor eficiencia operacional, mejora de disponibilidad de productos y reducción de la merma. Cabe destacar que el cuarto trimestre de 2024 reflejó una recuperación significativa en el margen bruto, y en el 4T25 la Compañía logró una expansión adicional.

Por otra parte, durante 2025, SMU tomó la decisión de **fortalecer su estrategia multiformato**, acelerando el proceso de las conversiones del formato Mayorista 10, pasando esas tiendas a los formatos Super10 y Alvi. De esta forma, se potenció la escala y cobertura de estas cadenas para que puedan competir mejor en el futuro. Sin embargo, inicialmente las ventas de las tiendas convertidas suelen disminuirse, porque el proceso implicó intervenciones y cambios de surtido que han afectado la experiencia del cliente. Este impacto fue más relevante en el cuarto trimestre, porque el 1 de noviembre se convirtieron 15 tiendas de Mayorista 10 a Alvi. La Compañía considera que el nuevo formato elegido para cada ubicación, ya sea Alvi o Super10, ofrecerá una mejor propuesta de valor para los clientes, lo que conllevaría un mejor comportamiento de las ventas.

Durante 2025, SMU abrió un total de 20 nuevas tiendas: 16 en Chile y 4 en Perú. De esta forma, la Compañía alcanzó **54 aperturas en el marco de su plan estratégico 2023-2025**, y tiene otras 60 aperturas planificadas para el próximo trienio. Estas tiendas contribuyen a los ingresos, superando el plan de ventas y EBITDA en promedio, pero además han mostrado un desempeño operacional muy superior al esperado, alcanzando indicadores de venta por metro cuadrado y venta por jornada equivalente superior al promedio de su formato en más del 60% de las tiendas, a pesar de que llevan menos de tres años operando.

Los ingresos de **Supermercados Perú** aumentaron en un 1,7% en el trimestre, medido en pesos chilenos (-5,0% en moneda local) y disminuyeron en un 1,7% en el año completo (-7,2% en moneda local). Las SSS disminuyeron en 5,2% en 4T25 y 8,9% en 2025. Las ventas reflejan, en parte, el complejo escenario económico que afecta al consumo, además de aperturas de la competencia, especialmente en la zona norte del país. La Compañía está llevando a cabo un plan de optimización de gastos e inversiones para compensar las menores ventas y así mantener la rentabilidad de las tiendas existentes y las que abrirán en los próximos años.



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

VENTAS POR M² (CLP M/M²)	4T25	4T24	△%	2025	2024	△%
SUPERMERCADOS CHILE	476	494	-3,8%	460	480	-4,0%
SUPERMERCADOS PERÚ	302	289	4,3%	263	266	-1,2%
TOTAL SUPERMERCADOS	470	487	-3,5%	453	472	-3,9%

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 453.001 en 2025, un 3,9% menor que en 2024, mientras que en el cuarto trimestre de 2025 alcanzaron CLP 469.551, una disminución de 3,5% respecto al 4T24. En Chile se registró una caída de 4,0% en 2025 (-3,8% en 4T25), explicada principalmente por la menor venta registrada en el período, además de la incorporación de nuevos locales que aún no alcanzan su madurez en materia de ventas. Con respecto a Perú, se registró un aumento de 4,3% en 4T25 y una disminución de 1,2% en 2025, en línea con el comportamiento de las ventas.

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

N° LOCALES	4T25	4T24	SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M²)	4T25	4T24
UNIMARC	301	296	UNIMARC	359	353
MAYORISTAS	111	104	MAYORISTAS	146	134
SUPERMERCADOS CHILE	412	400	SUPERMERCADOS CHILE	505	486
SUPERMERCADOS PERÚ	35	33	SUPERMERCADOS PERÚ	19	19
TOTAL SUPERMERCADOS	447	433	TOTAL SUPERMERCADOS	524	506

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

APERTURAS Y CIERRES	4T24		1T25		2T25		3T25		4T25	
	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.
UNIMARC	1	1	0	1	0	0	5	1	3	1
MAYORISTAS	2	0	1	0	0	0	1	1	6	0
SUPERMERCADOS CHILE	3	1	1	1	0	0	6	2	9	1
SUPERMERCADOS PERÚ	3	0	0	2	0	0	2	0	2	0
TOTAL	6	1	1	3	0	0	8	2	11	1

Al cierre del 2025, SMU cuenta con 412 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, 12 más que los 400 locales al cierre del 4T24, y un total de 504.888 metros cuadrados. En Perú, se totalizan 35 locales (18.756 metros cuadrados). En total, la Compañía cuenta con **447 tiendas** y **523.643 metros cuadrados** entre Chile y Perú.

El número de tiendas refleja la ejecución del plan de crecimiento orgánico durante 2025, abriendo un total de 20 nuevas tiendas, incluyendo 11 en el cuarto trimestre. Las aperturas corresponden a los formatos Unimarc (8), Alvi (6) y Super 10 (2), en Chile, y Maxiahorro (4) en Perú. Por otra parte, cerró tres locales del formato Unimarc, uno de Mayorista 10, 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 179.082 millones en 4T25, un aumento de 5,5% con respecto a los CLP 169.732 millones registrados en 4T24. Como proporción de la venta, los gastos operacionales fueron un 24,1% en 4T25, un aumento de 150 pb con respecto al 22,6% registrado en 4T24. Con respecto al año 2025, los gastos operacionales fueron CLP 690.389 millones (24,5% de la venta), mayores en un 5,6% con respecto a los CLP 653.749 millones (22,6% de la venta) registrados en 2024.

Los **gastos de distribución** del cuarto trimestre de 2025 alcanzaron CLP 12.501 millones (1,7% de la venta), un aumento del 7,4% respecto a los CLP 11.642 millones (1,6% de la venta) del mismo período del año anterior. Asimismo, en el año 2025, los gastos de distribución alcanzaron CLP 47.018 millones (1,7% de la venta), un aumento de 3,6% con respecto a los CLP 45.367 millones (1,6% de la venta) de 2024. Los aumentos se deben a la mayor inflación y centralización, parcialmente compensado por el menor precio del petróleo. Cabe recordar que los gastos asociados a la mayor centralización tienen una contrapartida en el margen bruto, por el cobro que se hace a los proveedores por la prestación de este servicio y que se resta del costo del producto.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) del cuarto trimestre de 2025 totalizaron CLP 166.581 millones (22,4% de la venta), un aumento del 5,4% con respecto a los CLP 158.090 millones (21,1% de la venta) del 4T24. En tanto, los gastos de administración del año 2025 alcanzaron los CLP 643.370 millones (22,8% de la venta), un aumento de 5,8% respecto a los CLP 608.383 millones (21,1% de la venta) registrados en 2024.

El aumento en gastos de administración se explica principalmente por alzas extraordinarias en costos laborales y tarifas eléctricas, afectando las siguientes cuentas:

- a. **Gastos del personal:** aumento de CLP 5.144 millones (6,7%) en 4T25 y de CLP 18.551 millones (6,2%) en el año 2025, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (+5,8% en el trimestre y +9,0% en el año); la implementación acelerada de la reducción de la jornada laboral a 40 horas; mayores pagos previsionales asociados a la reforma de pensiones; ajustes de inflación; y aperturas de locales; parcialmente compensado por una menor dotación promedio; y
- b. **Gastos de servicios:** aumento de CLP 3.388 millones (9,9%) en 4T25 y de CLP 16.825 millones (13,4%) en el año 2025, principalmente explicado por alzas en las tarifas de servicios de electricidad—resultando en un aumento de 17% en el gasto de electricidad en el año—y también en las tarifas de seguridad y aseo, las cuales están fuertemente ligadas a alzas de inflación y salario mínimo.

Como consecuencia de estas alzas extraordinarias, las cuales tuvieron un impacto de aproximadamente CLP 20 mil millones en el año, los gastos de la Compañía crecieron por sobre la inflación. Sin embargo, tanto el salario mínimo como los gastos de electricidad subieron menos en el cuarto trimestre, lo que junto con las **iniciativas de eficiencia operacional y productividad** que la Compañía ha implementado, permitirán un crecimiento más moderado de los gastos operacionales en los próximos períodos.



Cuadro 7: Dotación Promedio

DOTACIÓN PROMEDIO	4T25	4T24	△ %	2025	2024	△ %
LOCALES CHILE	20.137	21.011	-4,2%	20.070	20.789	-3,5%
CORPORATIVO CHILE	2.059	2.082	-1,1%	2.077	2.066	0,5%
SUPERMERCADOS CHILE	22.196	23.093	-3,9%	22.147	22.855	-3,1%
LOCALES PERÚ	499	605	-17,6%	496	580	-14,4%
CORPORATIVO PERÚ	144	137	5,1%	142	135	5,8%
SUPERMERCADOS PERÚ	642	742	-13,4%	639	715	-10,6%
TOTAL SUPERMERCADOS	22.838	23.834	-4,2%	22.785	23.569	-3,3%



1.1.3 Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

El **margen bruto** ha mostrado una mejora sostenida, manteniéndose en niveles sobre 31,5% a partir del cuarto trimestre de 2024, reflejando la optimización de la estrategia promocional, manteniendo el foco en productos de alta relevancia para los consumidores pero con mayor eficiencia comercial, lo que contribuye a la rentabilidad de la Compañía. El margen bruto alcanzó 32,4% en 4T25, un aumento de 90 pb comparado con el 31,5% registrado en 4T24, mientras que en el año 2025 fue de 32,2%, una expansión de 150 puntos base con respecto al 30,7% del año 2024. En consecuencia, la **ganancia bruta** del cuarto trimestre de 2025 alcanzó los CLP 241.325 millones, un aumento de 2,2% con respecto a los CLP 236.204 millones totalizados en 4T24. En el año, la ganancia bruta fue de CLP 908.110 millones, un aumento de 2,5% con respecto a los CLP 885.703 millones generados en 2024.

El **margen de contribución** del cuarto trimestre de 2025 alcanzó CLP 228.824 millones (30,7% de los ingresos), un aumento de 1,9% con respecto a los 224.563 millones (30,0% de los ingresos) obtenidos en 4T24. En cuanto al año 2025, el margen de contribución alcanzó CLP 861.091 millones (30,5% de los ingresos), un aumento de 2,5% con respecto a los CLP 840.336 millones (29,1% de los ingresos) de 2024.

El **EBITDA** del cuarto trimestre de 2025 alcanzó CLP 62.243 millones (margen EBITDA 8,4%), menor en un 6,4% a los CLP 66.472 millones (margen EBITDA 8,9%) del 4T24. Respecto al año 2025, el EBITDA alcanzó CLP 217.721 millones (margen EBITDA 7,7%), menor en un 6,1% con respecto a los CLP 231.953 (margen EBITDA 8,0%) millones obtenidos en 2024.

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 cuarto trimestre de 2025 alcanzó CLP 34.449 millones, menor en 18,6% a los CLP 42.344 millones del 4T24, reflejando el mayor pago de arriendos, producto de la inflación y de las nuevas aperturas. Asimismo, en el año 2025, el EBITDA ajustado por arriendo de locales alcanzó CLP 116.089 millones (CLP 138.576 millones en 2024).

El **resultado operacional** del cuarto trimestre de 2025 alcanzó CLP 32.320 millones, una disminución de un 15,3% con respecto a los CLP 38.144 millones del 4T24. Asimismo, en el 2025 alcanzó CLP 98.214 millones, una disminución de 20,4% respecto a los CLP 123.338 millones del 2024. Lo anterior se debió al menor EBITDA, además de un aumento en la depreciación y amortización (+5,6% en 4T25 y +10,0% en 2025), reflejando los mayores niveles de inversión de la Compañía en los últimos años como parte de sus planes estratégicos, que incluyen un aumento importante en el número de locales, los cuales, si bien han tenido un desempeño mejor al esperado, aún no alcanzan su EBITDA de régimen.



1.2 Resultado No Operacional⁴

El **resultado no operacional** de SMU para 2025 mejoró en CLP 48.916 millones, totalizando una pérdida de CLP -27.395 millones, lo que se compara con una pérdida de CLP -76.311 millones registrada en el 2024, principalmente explicado por la variación positiva de CLP 48.153 millones en **otras ganancias**, debido a:

- a. Una ganancia de CLP 60.387 millones por la **venta de locales propios, del centro de distribución Lo Aguirre y de opciones de compra de locales en leasing** (lo que corresponde a una utilidad después de impuestos de CLP 44.083 millones), reflejada en otras ganancias (pérdidas): Tal como ha sido informado por la Compañía, este impacto se produce por la cesión de los contratos de leasing y la venta de las opciones de compra de un grupo de 12 locales, así como por la venta de tres locales propios y un centro de distribución. Al mismo tiempo, la Compañía firmó contratos de arriendo a largo plazo con los compradores, permitiéndole seguir operando las instalaciones sin afectar el negocio, pero logrando una optimización financiera al liberar los activos que estaban en garantía bajo los contratos de leasing cedidos.
- b. Una pérdida de CLP 12.819 millones asociada a los **planes de optimización** de estructura organizacional implementados durante los meses de enero, febrero y noviembre de 2025. Los ahorros asociados a la reestructuración del primer trimestre han permitido recuperar el costo durante el año 2025, y además generarán ahorros en los períodos futuros. Asimismo, los ahorros asociados a la reestructuración de noviembre permitirán recuperar el costo durante los próximos meses.

Con respecto al cuarto trimestre, el resultado no operacional totalizó una pérdida de CLP -20.102 millones, lo que representa una mejora de CLP 1.568 millones frente a la pérdida de CLP -21.670 millones registrada en el 4T24. Las principales variaciones del período fueron:

- a. Una disminución de CLP 5.027 millones en la **pérdida por unidades de reajuste**, debido a la menor inflación en 4T25 con respecto a 4T24.
- b. Una variación negativa de CLP 3.008 millones en **otras ganancias (pérdidas)**, principalmente explicado por una pérdida de CLP 3.237 millones asociada al plan de optimización implementado en noviembre 2025, tal como se describe más arriba.

⁴ 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



1.3 Impuesto a las Ganancias y Resultado Neto

El **resultado antes de impuestos** del año 2025 alcanzó CLP 70.819 millones, un aumento de CLP 23.793 millones (50,6%) con respecto a los CLP 47.750 millones registrados en 2024, debido a la mejora de CLP 48.916 millones en el resultado no operacional. Con respecto al 4T25, el resultado antes de impuestos fue de CLP 12.218 millones, menor en CLP 4.256 millones (-25,8%) en comparación con el mismo período del año anterior, debido principalmente al menor resultado operacional.

El **gasto por impuesto a las ganancias** del 4T25 alcanzó CLP -871 millones, una variación positiva de CLP 44 millones con respecto a los CLP -915 millones del 4T24, explicado por el menor resultado antes de impuestos, parcialmente compensado por la menor corrección monetaria de las pérdidas tributarias, debido a la menor inflación del período. En el caso del año 2025, el gasto por impuesto a las ganancias alcanzó CLP -7.697 millones, una variación negativa de CLP 9.419 millones con respecto al ingreso de CLP 1.723 millones registrado en 2024. La variación se explica principalmente por el impuesto asociado a la venta de locales y opciones de compra en 2025 (CLP -16.304 millones).

En consecuencia, la **utilidad neta** del año 2025 alcanzó CLP 63.123 millones, un aumento de CLP 14.373 millones (29,5%) con respecto a los CLP 48.750 millones de 2024. En tanto, en el cuarto trimestre de 2025, la utilidad neta alcanzó CLP 11.347 millones, una disminución de CLP -4.212 millones (-27,1%) con respecto a los CLP 15.560 millones registrados en 4T24.



■ 2. Análisis del Estado de Situación Financiera

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

(Millones CLP)

	Diciembre 2025	Diciembre 2024	Δ \$	Δ %
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	84.500	154.890	(70.389)	(45,4%)
Otros Activos Financieros Corrientes	3.415	3.168	247	7,8%
Otros Activos No Financieros Corrientes	29.699	43.167	(13.468)	(31,2%)
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	82.288	96.566	(14.278)	(14,8%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	1.238	1.656	(419)	(25,3%)
Inventarios	224.747	236.300	(11.552)	(4,9%)
Activos por Impuestos Corrientes	2.971	4.976	(2.004)	(40,3%)
Total Activos Corrientes	428.859	540.723	(111.863)	(20,7%)
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros No Corrientes	392	383	9	2,2%
Otros Activos No Financieros No Corrientes	3.554	3.120	433	13,9%
Cuentas por Cobrar No Corrientes	8.508	3.472	5.036	145,1%
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	10.002	7.148	2.854	39,9%
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	76.379	74.528	1.851	2,5%
Plusvalía	476.279	476.155	124	0,0%
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	1.050.162	931.196	118.966	12,8%
Activos por Impuestos Diferidos	466.419	469.199	(2.781)	(0,6%)
Total Activos No Corrientes	2.091.694	1.965.202	126.492	6,4%
TOTAL ACTIVOS	2.520.553	2.505.924	14.629	0,6%
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	116.628	233.701	(117.074)	(50,1%)
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	433.435	405.666	27.769	6,8%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	365	484	(119)	(24,6%)
Otras Provisiones Corrientes	3.447	4.042	(595)	(14,7%)
Pasivos por Impuestos Corrientes	1.241	1.251	(10)	(0,8%)
Beneficios a los Empleados	32.663	25.080	7.583	30,2%
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	2.399	13.234	(10.836)	(81,9%)
Total Pasivos Corrientes	590.177	683.459	(93.281)	(13,6%)
PASIVOS NO CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	1.094.064	996.226	97.839	9,8%
Cuentas por Pagar No Corrientes	9.028	9.725	(697)	(7,2%)
Beneficios a los Empleados	1.922	4.338	(2.416)	(55,7%)
Total Pasivos No Corrientes	1.105.014	1.010.289	94.726	9,4%
TOTAL PASIVOS	1.695.192	1.693.747	1.444	0,1%
PATRIMONIO				
Capital Emitido	522.909	522.909	-	0,0%
Utilidad (Pérdida) Acumulada	149.818	137.197	12.622	9,2%
Otras Reservas	152.635	152.072	563	0,4%
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	825.362	812.177	13.185	1,6%
Total Patrimonio	825.362	812.177	13.185	1,6%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	2.520.553	2.505.924	14.629	0,6%



2.1 Activos

Al 31 de diciembre de 2025, los **activos totales** de SMU disminuyeron en CLP 14.629 millones (0,6%) con respecto al 31 de diciembre de 2024, totalizando CLP 2.520.553 millones.

Los **activos corrientes** al 31 de diciembre de 2025 disminuyeron en CLP 111.863 millones (-20,7%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 428.859 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- Disminución de CLP 70.389 millones en efectivo y equivalentes al efectivo, principalmente explicado por el pago de los bonos serie T y AK en marzo y abril, respectivamente, por CLP 145.218 millones, parcialmente compensado por los fondos netos recibidos por las ventas de locales y del centro de distribución durante el período (CLP 93.661 millones), además de otros movimientos explicados en la sección 3 del presente documento.
- Disminución de CLP 14.278 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, debido principalmente a menores cuentas por cobrar a Transbank asociadas a las fechas de corte de fin de año.
- Disminución de CLP 13.468 millones en otros activos financieros corrientes, debido principalmente a una disminución de CLP 13.850 millones en el IVA crédito fiscal.
- Disminución de CLP 11.552 millones en inventarios.

Los **activos no corrientes** al 31 de diciembre de 2025 aumentaron en CLP 126.492 millones (6,4%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 2.091.694 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- Aumento de CLP 118.966 millones en propiedades, plantas y equipos neto, explicado principalmente por las adiciones del período (CLP 342.620 millones), incluyendo tanto proyectos de capex, como la habilitación de nuevas tiendas, así como también contratos de arriendo de aperturas, leasebacks y renovados, reconocidos como derechos de uso. Lo anterior, parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 112.531 millones), ventas de activos (CLP 74.892 millones) y retiros y bajas de activos (CLP 36.787 millones).
- Aumento de CLP 5.036 millones en cuentas por cobrar no corrientes, debido principalmente a mayores cuentas por cobrar a clientes de servicios financieros, producto de un aumento en la cartera.
- Aumento de CLP 2.854 millones en inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación, debido al efecto neto de la venta de la participación en la sociedad Rentas Comerciales III SpA y el aporte a la nueva participación en el fondo de inversión público Rentas Comerciales II. Este fondo tiene como activo propiedades arrendadas a SMU.



2.2 Pasivos

Al 31 de diciembre de 2025, los **pasivos totales** de SMU aumentaron en CLP 1.444 millones (0,1%) con respecto al 31 de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.695.192 millones.

Los **pasivos corrientes** al 31 de diciembre de 2025 disminuyeron en CLP 93.281 millones (-13,6%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 590.177 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- Disminución de CLP 117.094 millones en otros pasivos financieros corrientes, principalmente explicado por una disminución en las obligaciones con el público por CLP 137.713 millones, asociada a los vencimientos pagados durante el primer semestre, parcialmente compensado por aumentos de CLP 10.458 millones en préstamos bancarios y de CLP 13.216 millones en las obligaciones por derechos de uso.
- Disminución de CLP 10.836 millones en otros pasivos no financieros corrientes, principalmente explicado por una disminución de CLP 11.032 millones en el IVA débito fiscal.
- Aumento de CLP 27.769 millones en pasivos cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes, principalmente debido a la fecha de corte para pagos.
- Aumento de CLP 7.583 millones en los beneficios corrientes a los empleados, principalmente explicado por un aumento de CLP 7.883 millones en las provisiones de beneficios y bonos al personal, asociado al devengo del incentivo de corto plazo y también al traspaso desde no corriente a corriente del incentivo de largo plazo trienal que se paga en 2026.

Los **pasivos no corrientes** al 31 de diciembre de 2025 aumentaron en CLP 94.726 millones (9,4%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.105.014 millones. La principal variación en el período fue un aumento de CLP 97.839 millones en otros pasivos financieros no corrientes, explicado por (i) aumento de CLP 132.007 millones en obligaciones por derechos de uso, asociado a los nuevos contratos de arriendo firmados por los locales y centro de distribución vendidos durante el período, además de la adición de otros contratos de arriendo nuevos firmados durante el período y (ii) aumento de CLP 4.837 millones en obligaciones con el público, producto de la variación en la UF durante el período; parcialmente compensado por una disminución de CLP 39.005 millones en obligaciones por derechos de uso con opción de compra, principalmente asociada a la baja de los contratos de leasing de los locales y centro de distribución vendidos durante el período.

2.3 Patrimonio

El **patrimonio** presenta un aumento de CLP 13.185 millones (1,6%), explicado principalmente por las utilidades del período (CLP 63.123 millones), parcialmente compensado por dividendos pagados durante el período (CLP 50.501 millones).



■ 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo

Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los años terminados el 31 de diciembre de 2025 y 2024

(Millones CLP)	Diciembre 2025	Diciembre 2024	Δ\$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	265.973	225.119	40.853
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	17.010	(109.909)	126.919
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(353.372)	(65.539)	(287.833)
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo	(70.389)	49.672	(120.061)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	154.890	105.218	49.672
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	84.500	154.890	(70.389)

Durante 2025, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 265.973 millones, mayor en CLP 40.853 millones a los CLP 225.119 millones obtenidos en 2024. Sin embargo, el flujo operacional de 2024 incluye el impacto no recurrente del recupero de seguros relacionados a los actos vandálicos de octubre de 2019 (CLP 51.815 millones). Al excluir este impacto, el flujo mejora CLP 92.668 millones en 2025 con respecto a 2024, principalmente explicado por menores pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios (CLP 193.696 millones), además de menores otros pagos por actividades de operación (CLP 6.185 millones). Lo anterior, parcialmente compensado por menores cobros procedentes de ventas de bienes y prestación de servicios (CLP 84.023 millones), mayores pagos a y por cuenta de los empleados (CLP 17.685 millones) y menores intereses recibidos (CLP 5.633 millones).

El flujo de **actividades de inversión** alcanzó una entrada neta de CLP 17.010 millones en 2025, una variación positiva de CLP 126.919 millones con respecto a la salida neta de CLP -109.909 millones en 2024. Durante 2025, se registró un ingreso de efectivo por CLP 129.124 millones, correspondiente a la venta de locales propios y de un centro de distribución y a la venta de la opción de compra de locales con leasing financiero. El principal uso de efectivo correspondió al **CAPEX**, que incluye tanto la adquisición de propiedades, planta y equipo como de activos intangibles, totalizando CLP 112.936 millones en 2025 (CLP 107.148 millones en 2024).

El flujo utilizado en **actividades de financiación** alcanzó un monto neto de CLP -353.372 millones en 2025, una variación negativa de CLP 287.833 millones con respecto a 2024. Los principales desembolsos fueron: (i) reembolsos de préstamos (CLP 200.737 millones), correspondiente a los bonos serie T y AK y deuda bancaria; (ii) pagos de arrendamientos financieros (CLP 98.976 millones), incluyendo el prepago del leasing del centro de distribución Lo Aguirre por CLP 31.133 millones como parte de las operaciones de venta y leaseback descritas más arriba; (iii) pagos de intereses (CLP 62.916 millones); y (iv) pagos de dividendos (CLP 50.501 millones); parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos a corto plazo (CLP 59.758 millones). En tanto, en 2024, las actividades de financiación generaron un flujo neto de CLP -65.539 millones, explicado por (i) reembolsos de préstamos por CLP 126.223 millones, correspondiente a bonos y deuda bancaria; (ii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 63.059 millones; (iii) pagos de intereses por CLP 59.908 millones; (iv) pagos de dividendos por CLP 52.307 millones; parcialmente compensado por importes procedentes de (i) préstamos a largo plazo por CLP 206.758 millones, por la colocación de los bonos series AR, AQ, AS y AW (UF 5.500.000); y (ii) préstamos a corto plazo por CLP 29.200 millones, correspondiente a refinanciamiento de deuda bancaria.



4. Indicadores Financieros

Cuadro 10: Indicadores Financieros

				Dic. 2025	Dic. 2024
LIQUIDEZ					
Índice de Liquidez	veces	Activo corriente / Pasivo corriente		0,73	0,79
Razón Ácida	veces	(Activo corriente menos inventario) / Pasivo corriente		0,35	0,45
ENDEUDAMIENTO					
Pasivo Exigible / Activos Totales	veces	Total pasivos / Total activos		0,67	0,68
Pasivo Exigible / Patrimonio	veces	Total pasivos / Patrimonio		2,05	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		0,51	0,63
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	Total pasivos corrientes /Total pasivos		34,81	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		5,17	4,63
ACTIVIDAD					
Rotación de Inventarios	días	Inventario promedio del período / Costo de ventas diario del período		43,43	40,90
Rotación de Cuentas por Cobrar	días	Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes promedio del período / (Ingreso por actividades ordinarias diario del período multiplicado *1,19)		9,60	12,49
Rotación de Cuentas por Pagar	días	Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes promedio del período / (Costo de ventas diario del período * 1,19)		66,42	63,01
EFICIENCIA (Anualizado)					
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)		3,79	4,52
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%			32,21	30,68
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM			217.721	231.953
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%			7,72	8,03
RENTABILIDAD (Anualizado)					
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	Utilidad últimos 12 meses / Activos totales		2,50	1,95
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	Utilidad últimos 12 meses / (Activos totales - plusvalía)		3,09	2,40
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	Utilidad últimos 12 meses / Patrimonio		7,65	6,00
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + plusvalía + propiedad, planta y equipos)		5,14	6,80
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + propiedad, planta y equipos)		6,85	9,21
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales					
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	CLP MM	EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración		116.089	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)		6,01	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		3,60	3,70



En cuanto a los indicadores de **liquidez**, la disminución se explica principalmente porque los activos corrientes se disminuyeron más de lo que se disminuyeron los pasivos corrientes, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, la disminución en el ratio de deuda financiera neta/patrimonio se explica principalmente por la disminución de la deuda financiera neta y por el aumento del patrimonio, como se detalla en la sección 2 del presente documento. La disminución en el ratio de deuda financiera neta/EBITDA ajustado por arriendo de locales se debe a la disminución de la deuda financiera neta, mientras que el aumento en el ratio de pasivo financiero neto/EBITDA se debe a la disminución del EBITDA, además del aumento en los pasivos financieros netos, principalmente por el aumento de las obligaciones de derechos de uso (CLP 145.222 millones)—asociado a nuevos contratos de arrendamiento—y disminución de caja (CLP 70.389 millones), parcialmente compensado por una menor deuda financiera (disminución de CLP 164.458 millones).

Con respecto a los indicadores de **eficiencia**, la menor cobertura de gastos financieros se debe principalmente al menor EBITDA anualizado y mayor gasto financiero neto anualizado producto de nuevos contratos de arrendamiento reconocidos como obligaciones por derechos de uso.

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; en la rotación de cuentas por cobrar, debido a una disminución en las cuentas por cobrar promedio; y en la rotación de cuentas por pagar, explicado principalmente por el menor costo de venta diario, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **rentabilidad**, los mayores ROA y ROE se explican principalmente por la mayor utilidad. En cambio, el menor ROIC se debe al menor resultado operacional, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento, además del efecto por las nuevas aperturas que aún no alcanzan su EBITDA de régimen.

■ 5. Gestión de Riesgos

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 31 de diciembre 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 Relevantantes 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.
 3. 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.
 4. 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.

5. Con fecha 12 de mayo de 2025, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$3.157.372.241, lo que corresponde a un dividendo de \$0,54785 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 4 de junio de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
6. Con fecha 30 de mayo de 2025, mediante hecho esencial, se informó que Southern Cross Group vendió su participación de 11,25% en las acciones de SMU S.A. De acuerdo con lo informado por la Bolsa de Comercio de Santiago, la subasta se adjudicó a un precio de CLP 180 por acción, registrando una demanda equivalente a 2,5 veces el número de acciones ofertado, con una relevante participación de inversionistas institucionales nacionales y extranjeros, incluyendo fondos de pensiones y fondos mutuos.

Como resultado de esta operación, la composición accionaria de la Compañía quedó distribuida de la siguiente forma: CorpGroup (accionista controlador) con un 44,8%; fondos de pensiones con un 22,5%; inversionistas extranjeros con un 12,0%; y otros accionistas con un 20,7%. Asimismo, presentó su renuncia el director señor Raúl Sotomayor Valenzuela, quien había sido nominado por Southern Cross Group.

7. Con fecha 12 de junio de 2025, la Compañía informó que concretó la cesión de siete contratos de leasing, junto con la venta de las respectivas opciones de compra asociadas a locales actualmente en operación. En paralelo, la Compañía suscribió con el comprador contratos de arrendamiento de largo plazo que le permitirán continuar operando en dichos establecimientos. Esta operación forma parte de una estrategia de optimización financiera y tendrá un impacto positivo estimado en la utilidad neta del segundo trimestre por aproximadamente CLP 9.500 millones.
8. Con fecha 10 de julio de 2025, SMU informó que ha concretado la cesión de seis contratos de leasing, junto con la venta de las respectivas opciones de compra asociadas a locales actualmente en operación. Adicionalmente, la Compañía suscribió con el comprador contratos de arrendamiento de largo plazo que le permitirán continuar operando en dichos establecimientos. Esta operación, al igual que las similares materializadas durante el primer semestre del año, forma parte de una estrategia de optimización financiera y tendrá un impacto positivo estimado en la utilidad neta del tercer trimestre por aproximadamente CLP 9.000 millones.
9. Con fecha 17 de julio de 2025, mediante hecho esencial, la sociedad informó que se ha concretado el prepago y ejecución de la opción de compra del contrato de leasing que la Compañía mantenía sobre su Centro de Distribución de Lo Aguirre, adquiriendo así la propiedad del mismo. Posteriormente, la Compañía materializó la venta del Centro y, junto con ello, suscribió con el comprador un contrato de arrendamiento de largo plazo que le permitirá seguir operando dichas instalaciones. Esta operación forma parte de una estrategia de optimización financiera y se estima que tendrá un impacto positivo en la utilidad neta del tercer trimestre por aproximadamente CLP 21.000 millones.
10. Con fecha 11 de agosto de 2025, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$11.213.988.013, lo que corresponde a un dividendo de \$1,94579 por acción. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del segundo trimestre de 2025. El pago de este dividendo



se efectuó a contar del día 4 de septiembre de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.

11. Con fecha 28 de octubre de 2025, mediante hecho esencial, se comunicó que en sesión ordinaria de Directorio celebrada el 27 de octubre de 2025, y previo pronunciamiento favorable del Comité de Directores, se acordó aprobar una nueva Política de Elección de Directores en Filiales, de conformidad con las disposiciones contenidas en la Norma de Carácter General 533 de la Comisión para el Mercado Financiero, la que quedó a disposición de los accionistas de SMU S.A. y demás interesados en las oficinas de la Sociedad, así como en su página web <https://www.smu.cl/politicas>.
12. Con fecha 10 de noviembre de 2025, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$24.460.024.723, lo que corresponde a un dividendo de \$4,24417 por acción. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del tercer trimestre de 2025. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 2 de diciembre de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
13. Con fecha 24 de noviembre de 2025, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó citar a Junta Extraordinaria de Accionistas Citar a Junta Extraordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta”) de la Sociedad para el día 18 de diciembre de 2025, a las 11:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, con el objeto de tratar y pronunciarse sobre la materia que a continuación se señala:
 - i. Modificar los estatutos sociales con el objeto de disolver el Comité de Cumplimiento establecido en el artículo vigésimo bis, y entregar las materias que son de conocimiento de este Comité al Comité de auditoría y riesgos de la Compañía.
 - ii. Modificar los estatutos sociales para dar cumplimiento al artículo 31 de la ley N° 18.046 de sociedades anónimas, relativa a aumentar la participación de mujeres en los directorios.
14. Con fecha 1 de diciembre de 2025, SMU 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 sus operaciones, la Compañía elaboró un plan de optimización de su estructura organizacional. Este plan se implementó durante el mes de noviembre del presente año 2025, y su costo fue de aproximadamente \$3.500 millones, cuya contabilización se vería reflejada en los estados financieros del cuarto trimestre del año 2025. Los ahorros asociados a la reestructuración permitirán recuperar el costo durante los próximos meses, y además generarán ahorros en los períodos futuros. Las iniciativas estratégicas implementadas permiten incrementar la productividad, mitigando el alza de los gastos operacionales.
15. Con fecha 3 de diciembre de 2025, SMU lanzó su plan estratégico para el período 2026-2028, con foco en crecimiento, competitividad y eficiencia y basado en tres ejes: crecimiento con valor para el cliente, activo tecnológico y eficiencia y productividad. El plan contempla inversiones por aproximadamente CLP 370 mil millones en tres años, y sus principales iniciativas incluyen la apertura de 60 tiendas nuevas, el upgrade de 80 tiendas existentes, el desarrollo de marcas propias, la integración digital, la migración a una nueva nube, la expansión de la red logística y un incremento en el uso de energía de fuentes renovables, entre otras.



16. Con fecha 18 de diciembre de 2025, mediante hecho esencial, se informó que, en Junta Extraordinaria de Accionistas, se acordó:
 - i. Modificar los estatutos sociales con el objeto de disolver el Comité de Cumplimiento establecido en el artículo vigésimo bis, y entregar las materias que son de conocimiento de este Comité al Comité de auditoría y riesgos de la Compañía.
 - ii. Modificar los estatutos sociales para dar cumplimiento al artículo 31 de la ley N° 18.046 de sociedades anónimas, relativa a aumentar la participación de mujeres en los directorios agregando el artículo trigésimo cuarto bis que establece que, en la citación para renovar el Directorio, se debe pedir a los accionistas una lista de candidatos, procurando que las nominaciones respeten los límites de representación por género establecidos en la Ley N°18.046 y la Ley N°21.757. Los listados deben enviarse al menos dos días antes de la Junta, aunque los accionistas pueden agregar candidatos en la misma sesión de conformidad con lo dispuesto en el artículo 73 del Reglamento de Sociedades Anónimas. Al inicio, el Presidente informará si hay suficientes candidatos de ambos géneros para cumplir las proporciones sugeridas; si no, suspenderá temporalmente la Junta para permitir ajustes y nuevas propuestas dentro del mismo día y lugar.

■ 7. Hechos Posteriores

1. Con fecha 9 de enero de 2026, SMU 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 sus operaciones, se elaboró un plan de optimización de su estructura organizacional durante el mes de enero de 2026, el cual se implementó en enero de 2026, con un costo de aproximadamente \$12,5 mil millones, cuya contabilización se verá reflejada en los estados financieros del primer trimestre del año 2026. Los ahorros asociados a la reestructuración permitirán recuperar el costo durante el año, y además generarán ahorros en los períodos futuros. Las iniciativas estratégicas implementadas permiten incrementar la productividad, mitigando el alza de los gastos operacionales.
2. Con fecha 26 de febrero de 2026, mediante hecho esencial, se comunicó:
 - a. En relación al Programa de adquisición de acciones de su propia emisión (en adelante, el “Programa”) aprobado por la Junta Extraordinaria de Accionistas con fecha 21 de abril de 2022, y que se encuentra vigente hasta el 21 de abril del 2027, con fecha 30 de mayo de 2022, el Directorio autorizó a la Administración para ejecutar el Programa por un periodo de seis meses, de acuerdo a lo informado mediante Hecho Esencial de la misma fecha, con posterioridad el Directorio autorizó la prórroga del Programa por doce meses en tres ocasiones, la primera hasta el 30 de noviembre de 2023, según fuera informado mediante Hecho Esencial de fecha 14 de noviembre de 2022, la segunda, hasta el 30 de noviembre de 2024, según fuera informado mediante hecho esencial de fecha 13 de noviembre de 2023, y la tercera, hasta el 30 de noviembre de 2025, según fuera informado mediante hecho esencial de fecha 25 de noviembre de 2024. En sesión de hoy, el Directorio evaluó y acordó nuevamente autorizar a la Administración para ejecutar el Programa por un período de doce meses a partir de la fecha de hoy, manteniendo las condiciones del Programa informadas en el Hecho Esencial de 30 de mayo de 2022.



- b. Igualmente en sesión de hoy, el Directorio de SMU S.A., ha decidido convocar a Junta Extraordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta Extraordinaria”) de la Sociedad para el día 23 de abril de 2026, a las 12:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, con el objeto de conocer, tratar y pronunciarse sobre un nuevo programa de adquisición de acciones de propia emisión, que de aprobarse por la Junta, pondrá término al actual programa de adquisición de acciones de su propia emisión aprobado por la Junta Extraordinaria de Accionistas con fecha 21 de abril de 2022. Las materias de la Junta Extraordinaria son:
- i. Aprobar un nuevo programa de adquisición de acciones de su propia emisión (el “Nuevo Programa”) conforme a los artículos 27A a 27C de la Ley de Sociedades Anónimas y las demás normas aplicables.
 - ii. Pronunciarse sobre las características particulares del Nuevo Programa, en especial sobre:
 - (a) el monto o porcentaje máximo a adquirir;
 - (b) el objetivo y la duración del Nuevo Programa, el que no podrá ser superior a cinco años;
 - (c) delegar en el Directorio la facultad de fijar el precio a pagar por las acciones respectivas;
 - (d) autorizar al Directorio para adquirir directamente en rueda una cantidad representativa de hasta el 1% del capital accionario dentro de cualquier período de doce meses, sin necesidad de aplicar el procedimiento de prorrata;
 - (e) autorizar al Directorio para enajenar las acciones adquiridas, sea mediante oferta preferente a los accionistas o sin oferta preferente previa cuando la cantidad total de acciones a ser vendidas dentro de cualquier período de doce meses no supere el 1% del capital accionario; y
 - (f) demás condiciones que sean pertinentes.
 - iii. En general, adoptar todos los demás acuerdos necesarios para implementar el Nuevo Programa que se acuerde y las demás resoluciones que al efecto se adopten.



Acerca de SMU

SMU es uno de los principales actores de retail supermercadista en Chile a través de sus formatos Unimarc, Alvi 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