



Reporte de Resultados

3^{er} Trimestre 2025





■ Resumen Ejecutivo

Durante el tercer trimestre de 2025, SMU mantuvo su **estrategia de priorizar la rentabilidad**, lo que significó—al igual que en el segundo trimestre—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. SMU también **avanzó con su plan de crecimiento orgánico**, abriendo ocho locales en el trimestre: seis en Chile y dos en Perú. Además de contar con un número importante de nuevas aperturas en los próximos años, la Compañía **está fortaleciendo su estrategia multiformato** a través de la conversión de locales Mayorista 10 en los formatos Super10 y Alvi, potenciando la escala y cobertura de estas cadenas para que puedan competir mejor. Por otra parte, el foco permanente de la Compañía en la eficiencia y la productividad se vio reflejado en un crecimiento de gastos operacionales por debajo de la inflación—es decir, una disminución en términos reales—a pesar de diversas presiones en costos laborales y de electricidad.

Los **ingresos** de actividades ordinarias del tercer trimestre de 2025 (3T25) alcanzaron CLP 689.677 millones, una disminución de 6,1% respecto del tercer trimestre de 2024 (3T24). En los primeros nueve meses de 2025 (9M25), los ingresos totalizaron CLP 2.074.662 millones, menores en 2,9% frente a los primeros nueve meses de 2024 (9M24). La disminución en los ingresos refleja la estrategia antes mencionada, de priorizar la rentabilidad.

La **ganancia bruta** del 3T25 alcanzó CLP 222.504 millones, un aumento de 2,3% con respecto a los CLP 217.461 millones registrados en 3T24, mientras que en los 9M25, totalizó CLP 666.784 millones, superior en 2,7% a los CLP 649.498 millones de 9M24. En términos de **margen bruto**, este se expandió 270 puntos base (pb) hasta 32,3% en el trimestre y 170 pb hasta 32,1% en el período acumulado. Estas mejoras en ganancia bruta y margen bruto reflejan las optimizaciones comerciales mencionadas más arriba, contribuyendo a una mayor rentabilidad de la Compañía.

Por otra parte, los **gastos operacionales**¹ solo aumentaron en un 3,5% en el 3T25, por debajo de la inflación (promedio 4,2% durante 3T25), a pesar de aumentos del salario mínimo (+5,8% con respecto al 3T24), alzas de tarifas eléctricas y la apertura de nuevos locales. Esto debido a las **iniciativas de eficiencia operacional y productividad** que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico, incluyendo la reestructuración organizacional implementada durante el primer trimestre de este año. En tanto, los gastos operacionales de los 9M25 aumentaron en un 5,6% con respecto a 9M24 (con un aumento del salario mínimo de un 10,0% con respecto a 9M24).

El **EBITDA**² del trimestre alcanzó CLP 50.649 millones, menor en 1,6% frente a los CLP 51.478 millones de 3T24. No obstante, la Compañía logró una **expansión de 30 pb en el margen EBITDA**, alcanzando 7,3% en 3T25. En los primeros nueve meses, el EBITDA alcanzó CLP 155.478 millones (margen EBITDA 7,5%), una disminución de 6,0% respecto de los CLP 165.481 millones (margen 7,7%) de 9M24.

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



El **resultado no operacional**³ de SMU en el tercer trimestre de 2025 mejoró en CLP 43.642 millones con respecto al 3T24, principalmente explicado por la cesión de los contratos de leasing y venta de las opciones de compra de un grupo de cinco locales, además de la venta de un local propio y del centro de distribución Lo Aguirre y, generando un impacto positivo de CLP 42.755 millones antes de impuestos (CLP 31.211 millones después de impuestos), tal como se informó durante el trimestre. Simultáneamente, la Compañía suscribió contratos de arriendo a largo plazo con los compradores, asegurando la continuidad operativa y optimizando su estructura financiera al liberar activos en garantía bajo los contratos cedidos. En los 9M25, el resultado no operacional mejoró en CLP 47.348 millones, reflejando otras operaciones de venta y leaseback realizadas durante el primer semestre, parcialmente compensadas por una pérdida asociada a la optimización de la estructura organizacional en el primer trimestre.

El **gasto por impuesto a las ganancias** del tercer trimestre de 2025 alcanzó CLP -10.903 millones, una variación de CLP -14.158 millones con respecto al ingreso de CLP 3.255 millones registrado en 3T24. La variación se explica principalmente por el impuesto asociado a la venta de locales y opciones de compra (CLP -11.544 millones). Asimismo, en los 9M25, el gasto por impuesto a las ganancias alcanzó CLP -6.826 millones, una variación de CLP -9.463 millones con respecto a 9M24, donde el impacto de la venta de locales y opciones de compra es de CLP -16.304 millones.

La **utilidad neta** del tercer trimestre de 2025 alcanzó CLP 32.613 millones, un aumento de CLP 25.145 millones (336,7%) con respecto al 3T24. Asimismo, la utilidad neta de los primeros nueve meses de 2025 alcanzó CLP 51.775 millones, un aumento de CLP 18.585 millones (56,0%) con respecto a los 9M24. En ambos casos, la variación se explica principalmente por la mejora del resultado no operacional.

Con respecto a la **situación financiera** de SMU, cabe destacar que durante el primer semestre 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 de la deuda financiera. La Compañía no tiene vencimientos de bonos por montos relevantes durante lo que queda de 2025 y año 2026 (el monto total a pagar hasta diciembre 2026 alcanza aproximadamente CLP 16 mil millones, lo que se compara con pagos por aproximadamente CLP 232 mil millones entre 2024 y 2025 a la fecha), contribuyendo a la flexibilidad de su posición financiera.

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 tercer trimestre y primeros nueve meses de 2025, el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló, “En este tercer trimestre, al igual que en el segundo trimestre, **enfrentamos una base de comparación desafiante en materia de ventas, pero mejoramos nuestra rentabilidad**, con expansiones en el margen bruto y el margen EBITDA con respecto al mismo período del año pasado, además de una reducción de gastos operacionales en términos reales”.

“Seguimos priorizando la rentabilidad, optimizando nuestra estrategia promocional en el segmento minorista y eliminando ciertas ventas de volumen de bajo margen en el segmento mayorista. En consecuencia, **logramos una expansión significativa en el margen bruto** por cuarto trimestre consecutivo—de 270 puntos con respecto al tercer trimestre de 2024—y **la ganancia bruta aumentó en 2,3%**, a pesar de las menores ventas”.

“Por otra parte, nuestro **foco permanente en la eficiencia operacional** nos ha permitido mantener un muy buen control sobre los gastos operacionales, los cuales aumentaron solo 3,5% en el trimestre, cuando la inflación está sobre 4%. Conseguir una caída de gastos en términos reales a pesar de los fuertes incrementos en costos laborales y tarifas eléctricas demuestra la eficacia de nuestras iniciativas de eficiencia y productividad a lo largo de todas nuestras operaciones”.

“En consecuencia, en el tercer trimestre, nuestro **margen EBITDA aumentó en 30 puntos base** con respecto al tercer trimestre del año pasado, y el EBITDA estuvo solo 1,6% más bajo, a pesar de la disminución en los ingresos”.

El Sr. Gálvez continuó, “Tuvimos utilidades por aproximadamente CLP 52 mil millones en los primeros nueve meses del año, un incremento de 56% con respecto a 2024, y en el trimestre fueron de aproximadamente CLP 33 mil millones. Estos montos incluyen la ganancia de las operaciones de venta y leaseback que realizamos durante el período, permitiendo optimizar nuestra posición financiera al hacer mejor uso 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”.

“En relación con nuestra estrategia, este trimestre tuvimos un **avance importante en nuestro plan de crecimiento orgánico**, con la apertura de ocho tiendas nuevas: cinco del formato Unimarc, una del formato Super10 y dos del formato Maxiahorro, en Perú. Adicionalmente, abrimos un local de Alvi en octubre, en la comuna de Quinta Normal. De esta forma ya llevamos 44 nuevas aperturas entre 2023 y 2025, y en promedio estas tiendas han tenido un muy buen desempeño, superando el plan de ventas y alcanzando indicadores de venta por metro cuadrado y venta por jornada equivalente superior al promedio de su formato en aproximadamente la mitad de las tiendas, a pesar de que llevan menos de tres años operando”.

“Otra noticia muy relevante para nuestra estrategia multiformato es que, tal como anunciamos el trimestre pasado, **hemos acelerado el proceso de las conversiones del formato Mayorista 10**, pasando esas tiendas a los formatos Super10 y Alvi. Esto nos permite potenciar la escala y cobertura de estas cadenas para que puedan competir mejor”, 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 se sumaron otras 20. En lo que va de 2025, la Compañía ha inaugurado diez nuevas tiendas, incluyendo ocho en el tercer trimestre, de las cuales cinco corresponden al formato Unimarc, una a Super10, y dos al formato Maxiahorro en Perú; además de dos locales de Alvi, uno en enero y el otro en octubre. 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 nuevas tiendas han tenido un desempeño por sobre lo esperado.



Pago de Dividendo

Con fecha 4 de septiembre de 2025, SMU pagó un dividendo provisorio correspondiente al 75% de las utilidades del segundo trimestre de 2025, por un monto de \$1,94579 por acción, equivalente a un total de \$11.213.988.013.



Venta Opciones de Compra

Durante 2025, SMU ha realizado una serie de transacciones de venta y leaseback con respecto a 15 locales y un centro distribución, vendiendo el local o cediendo el contrato de leasing y vendiendo la opción de compra respectiva y, en paralelo, firmando contratos de arriendo de largo plazo que le permiten continuar operando en dichos establecimientos. Estas operaciones han permitido a la Compañía hacer mejor uso de sus activos, y generaron un impacto positivo de CLP 44.083 millones en las utilidades de los primeros nueve meses de 2025.



■ Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día miércoles 12 de noviembre a las 11:00 am de Santiago/ 9:00 am ET para comentar los resultados del tercer trimestre de 2025.

Para conectar desde tu computadora, únete con el siguiente link:

<https://mm.closir.com/slides?id=479040>

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

USA: +1 718 866 4614

Chile: +56 228 401 484

Peru: +51 1706 0950

Brazil: +55 612 017 1549

Mexico: +52 55 1168 9973

UK: +44 203 984 9844

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



■ 1. Análisis del Estado de Resultados

A continuación se presentan los resultados consolidados de SMU S.A. y Filiales para los períodos de tres y nueve meses terminados al 30 de septiembre 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)	3T25	3T24	△%	9M25	9M24	△%
Ingresos de Actividades Ordinarias	689.677	734.600	(6,1%)	2.074.662	2.137.384	(2,9%)
Costo de Ventas	(467.173)	(517.140)	(9,7%)	(1.407.877)	(1.487.886)	(5,4%)
Ganancia Bruta	222.504	217.461	2,3%	666.784	649.498	2,7%
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>32,3%</i>	<i>29,6%</i>		<i>32,1%</i>	<i>30,4%</i>	
Gastos de Distribución	(11.647)	(11.578)	0,6%	(34.517)	(33.725)	2,3%
Margen de Contribución	210.857	205.882	2,4%	632.267	615.773	2,7%
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>30,6%</i>	<i>28,0%</i>		<i>30,5%</i>	<i>28,8%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(160.208)	(154.404)	3,8%	(476.789)	(450.292)	5,9%
EBITDA	50.649	51.478	(1,6%)	155.478	165.481	(6,0%)
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>7,3%</i>	<i>7,0%</i>		<i>7,5%</i>	<i>7,7%</i>	
Depreciación y Amortización	(30.965)	(27.455)	12,8%	(89.583)	(80.287)	11,6%
Resultado Operacional	19.684	24.023	(18,1%)	65.894	85.194	(22,7%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	42.005	(959)	n.a.	50.661	(501)	n.a.
Ingresos Financieros	297	2.585	(88,5%)	3.491	7.763	(55,0%)
Costos Financieros	(15.443)	(15.907)	(2,9%)	(45.888)	(45.608)	0,6%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(460)	(149)	209,3%	(136)	(311)	(56,1%)
Diferencias de Cambio	141	40	248,9%	(13)	144	n.a.
Resultados por Unidades de Reajuste	(2.708)	(5.422)	(50,1%)	(15.406)	(16.129)	(4,5%)
Resultado No Operacional	23.832	(19.811)	n.a.	(7.293)	(54.641)	(86,7%)
Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto	43.516	4.213	933,0%	58.601	30.553	91,8%
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	(10.903)	3.255	n.a.	(6.826)	2.637	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	32.613	7.468	336,7%	51.775	33.190	56,0%
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	32.613	7.468	336,7%	51.775	33.190	56,0%
Ganancia (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	0	0	n.a.	0	0	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	32.613	7.468	336,7%	51.775	33.190	56,0%

*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** de los 9M25 alcanzaron los CLP 2.074.662 millones, una disminución de 2,9% con respecto a los CLP 2.137.384 millones generados en 9M24. Respecto al tercer trimestre de 2025, los ingresos fueron CLP 689.677 millones, menores en un 6,1% a los CLP 734.600 millones registrados en el 3T24.

Cuadro 2: Ingresos (CLP MMM)

INGRESOS (CLP MMM)	3T25	3T24	Δ%	9M25	9M24	Δ%
UNIMARC	473	494	-4,1%	1.420	1.438	-1,3%
MAYORISTAS	197	223	-11,5%	599	644	-7,0%
OTROS(*)	4,5	3,9	15,5%	13,1	11,4	15,1%
SUPERMERCADOS CHILE	675	721	-6,3%	2.032	2.094	-2,9%
SUPERMERCADOS PERÚ	14,5	14,0	3,6%	42,5	43,9	-3,0%
TOTAL SMU	690	735	-6,1%	2.075	2.137	-2,9%

(*) 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%)	3T25	3T24	9M25	9M24
UNIMARC	-5,3%	1,5%	-2,4%	-0,5%
MAYORISTAS	-13,7%	-2,8%	-9,3%	-4,3%
SUPERMERCADOS CHILE	-7,5%	0,2%	-4,4%	-1,7%
SUPERMERCADOS PERÚ	-7,3%	-13,0%	-10,3%	-11,7%
TOTAL SUPERMERCADOS	-7,3%	0,1%	-4,4%	-1,6%

Los ingresos del segmento **Supermercados Chile** disminuyeron en 2,9% en 9M25 con respecto a 9M24 (-6,3% en el 3T25), con una disminución de 1,3% en el formato Unimarc (-4,1% en el 3T25) y una caída de 7,0% en el segmento mayorista (-11,5% en el 3T25), que incluye los formatos de precio Alvi, Mayorista 10 y Super10. En tanto, las ventas de locales equivalentes (SSS) disminuyeron en 4,4% en los primeros nueve meses (-7,5% en el tercer trimestre de 2025). La caída de las SSS está compensada en parte por las nuevas aperturas, las cuales en promedio han tenido un mejor desempeño con respecto al plan.

El principal motivo por la disminución en ventas es la definición estratégica de la Compañía de priorizar la rentabilidad, optimizando su 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. En consecuencia, 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 (+2,7% en 9M25 y +2,3% en 3T25).

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. Sin embargo, 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.

Durante el período, **se destaca el avance en el plan de crecimiento orgánico** de la Compañía, en el marco de su estrategia 2023-2025: en los primeros nueve meses del año, SMU abrió siete tiendas en Chile y dos en Perú. Asimismo, en 2023 la Compañía había abierto 14 locales y en 2024 otros 20, sumando un total de 34 nuevas aperturas entre 2023 y 2024. De esta forma, SMU acumula 43 nuevas tiendas abiertas desde el inicio del plan trienal 2023-2025. Estas tiendas contribuyen a los ingresos, superando el plan de ventas 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 aproximadamente la mitad de las tiendas, a pesar de que llevan menos de tres años operando.

Además de contar con un número importante de nuevas aperturas en los próximos años, la Compañía **está fortaleciendo su estrategia multiformato** a través de la conversión de locales Mayorista 10 en los formatos Super10 y Alvi, potenciando la escala y cobertura de estas cadenas para que puedan competir mejor.

Los ingresos de **Supermercados Perú** aumentaron en un 3,6% en el trimestre, medido en pesos chilenos (-5,4% en moneda local) y disminuyeron en un 3,0% en los primeros nueve meses (-8,0% en moneda local). Las SSS disminuyeron en 7,3% en 3T25 y 10,3% en 9M25. 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)	3T25	3T24	△%	9M25	9M24	△%
SUPERMERCADOS CHILE	452	490	-7,8%	455	475	-4,2%
SUPERMERCADOS PERÚ	254	252	1,1%	250	258	-3,2%
TOTAL SUPERMERCADOS	445	481	-7,6%	447	466	-4,1%

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 447.384 en los primeros nueve meses de 2025, un 4,1% menor que en 9M24, mientras que en el tercer trimestre de 2025 alcanzaron CLP 444.582, una disminución de 7,6% respecto al 3T24. En Chile se registró una caída de 4,2% en 9M25 (-7,8% en 3T25), 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 1,1% en 3T25 y una disminución de 3,2% en 9M25, en línea con el comportamiento de las ventas.

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

Nº LOCALES	3T25	3T24	SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M²)	3T25	3T24
UNIMARC	299	296	UNIMARC	356	354
MAYORISTAS	105	102	MAYORISTAS	137	132
SUPERMERCADOS CHILE	404	398	SUPERMERCADOS CHILE	492	485
SUPERMERCADOS PERÚ	33	30	SUPERMERCADOS PERÚ	18	18
TOTAL SUPERMERCADOS	437	428	TOTAL SUPERMERCADOS	510	504

Cuadro 6: Evolución de Aperturas y Cierres de Locales

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

Al cierre del tercer trimestre de 2025, SMU cuenta con 404 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, 6 más que los 398 locales al cierre del 3T24, y un total de 492.345 metros cuadrados. En Perú, se totalizan 33 locales (18.110 metros cuadrados). En total, la Compañía cuenta con **437 tiendas** y **510.455 metros cuadrados** entre Chile y Perú.

La Compañía ha continuado avanzando en su plan de crecimiento durante 2025, abriendo un local de Alvi en la comuna de Coronel; un local de Super10 en la comuna de Renca; cinco locales de Unimarc en diversas regiones de Chile; y dos locales de Maxiahorro en el norte de Perú. Por otra parte, cerró dos 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 171.855 millones en 3T25, un aumento de 3,5% con respecto a los CLP 165.983 millones registrados en 3T24. Cabe destacar que la expansión en gastos fue menor que la inflación—es decir, una reducción de gastos en términos reales—a pesar de presiones adicionales en el salario mínimo (+5,8% vs. 3T24) y alzas de tarifas eléctricas, además del aumento en el número de locales. Esto refleja las iniciativas de eficiencia operacional y productividad que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico, incluyendo la reestructuración organizacional implementada durante el primer trimestre de este año. Como proporción de la venta, los gastos operacionales fueron un 24,9% en 3T25, un aumento de 230 pb con respecto al 22,6% registrado en 3T24. Con respecto a los primeros nueve meses de 2025, los gastos operacionales fueron CLP 511.307 millones (24,6% de la venta), mayores en un 5,6% con respecto a los CLP 484.017 millones (22,6% de la venta) registrados en 9M24.

Los **gastos de distribución** del tercer trimestre de 2025 alcanzaron CLP 11.647 millones (1,7% de la venta), un aumento del 0,6% respecto a los CLP 11.578 millones (1,7% de la venta) del mismo período del año anterior. Asimismo, en los primeros nueve meses de 2025, los gastos de distribución alcanzaron CLP 34.517 millones (1,7% de la venta), un aumento de 2,3% con respecto a los CLP 33.725 millones (1,6% de la venta) de los 9M24. Los aumentos se deben a la mayor inflación y centralización, parcialmente compensado por el menor precio del petróleo.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) del tercer trimestre de 2025 totalizaron CLP 160.208 millones (23,2% de la venta), un aumento del 3,8% con respecto a los CLP 154.404 millones (21,0% de la venta) del 3T24. En tanto, los gastos de administración de los primeros nueve meses de 2025 alcanzaron los CLP 476.789 millones (23,0% de la venta), un aumento de 5,9% respecto a los CLP 450.292 millones (21,1% de la venta) registrados en el 9M24.

Las principales variaciones del trimestre fueron:

- Aumento de CLP 3.429 millones (+10,9% a/a) en servicios, principalmente explicado por alzas en las tarifas de servicios de electricidad, seguridad y aseo, las cuales están fuertemente ligadas a alzas de inflación y salario mínimo.
- Aumento de CLP 2.807 millones (+3,6% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (+5,8%), ajustes de inflación y aperturas de locales, parcialmente compensado por una menor dotación promedio.
- Aumento de CLP 1.008 millones (13,8%) en arriendos y gastos comunes, principalmente explicado por un aumento de locales que califican como leasing operativo en vez de leasing financiero, según IFRS 16.

Estos aumentos fueron parcialmente compensados por importantes ahorros en diversas cuentas, tales como, servicios externos (disminución de CLP 795 millones; -17,3%) y seguros (disminución de CLP 743 millones; -20,4%).



Las principales variaciones para los primeros nueve meses de 2025 fueron:

- Aumento de CLP 13.436 millones (+14,6% 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.
- Aumento de CLP 13.406 millones (+6,0% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (10,0%), ajustes de inflación y aperturas de locales, parcialmente compensado por una menor dotación promedio.
- Aumento de CLP 2.740 millones (12,3%) en arriendos y gastos comunes, principalmente explicado por un aumento de locales que califican como leasing operativo en vez de leasing financiero, según IFRS 16.
- Aumento de CLP 1.460 millones (8,0%) en servicios informáticos.

Estos aumentos fueron parcialmente compensados por importantes ahorros en diversas cuentas, tales como servicios externos (disminución de CLP 4.246 millones; -29,0%) y seguros (disminución de CLP 1.954 millones; -16,9%).

Cuadro 7: Dotación Promedio

DOTACIÓN PROMEDIO	3T25	3T24	△%	9M25	9M24	△%
LOCALES CHILE	19.923	20.682	-3,7%	20.315	20.714	-1,9%
CORPORATIVO CHILE	2.090	2.076	0,7%	2.088	2.061	1,3%
SUPERMERCADOS CHILE	22.013	22.758	-3,3%	22.403	22.775	-1,6%
LOCALES PERÚ	490	584	-16,0%	522	572	-8,8%
CORPORATIVO PERÚ	143	136	5,2%	141	134	5,0%
SUPERMERCADOS PERÚ	633	719	-12,0%	662	706	-6,2%
TOTAL SUPERMERCADOS	22.646	23.477	-3,5%	23.065	23.481	-1,8%



1.1.3 Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

El **margen bruto** ha mostrado una mejora sostenida, con cuatro trimestres consecutivos en niveles sobre 31,5%, 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 32,3% en 3T25, un aumento de 270 pb comparado con el 29,6% registrado en 3T24, mientras que en los 9M25 fue de 32,1%, una expansión de 170 puntos base con respecto al 30,4% de los 9M24. En consecuencia, la **ganancia bruta** del tercer trimestre de 2025 alcanzó los CLP 222.504 millones, un aumento de 2,3% con respecto a los CLP 217.461 millones totalizados en 3T24. En los primeros nueve meses, la ganancia bruta fue de CLP 666.784 millones, un aumento de 2,7% con respecto a los CLP 649.498 millones generados en los primeros nueve meses de 2024.

El **margen de contribución** del tercer trimestre de 2025 alcanzó CLP 210.857 millones (30,6% de los ingresos), un aumento de 2,4% con respecto a los 205.882 millones (28,0% de los ingresos) obtenidos en 3T24. En cuanto a los primeros nueve meses de 2025, el margen de contribución alcanzó CLP 632.267 millones (30,5% de los ingresos), un aumento de 2,7% con respecto a los CLP 615.773 millones (28,8% de los ingresos) de 9M24.

El **EBITDA** del tercer trimestre de 2025 alcanzó CLP 50.649 millones, menor en un 1,6% a los CLP 51.478 millones del 3T24. No obstante, la Compañía logró una expansión de 30 pb en el **margen EBITDA**, alcanzando 7,3% en el 3T25, lo que se compara con el 7,0% del tercer trimestre de 2024. Respecto a los primeros nueve meses de 2025, el EBITDA alcanzó CLP 155.478 millones (margen EBITDA 7,5%), menor en un 6,0% con respecto a los CLP 165.481 (margen EBITDA 7,7%) millones obtenidos en 9M24.

El **EBITDA ajustado por arriendo de locales** del tercer trimestre de 2025 (EBITDA considerando todos los gastos de arriendo, incluyendo aquellos que no se incluyen en los gastos de administración, producto de la NIIF 16) registró CLP 25.145 millones, menor en 9,8% a los CLP 27.868 millones del 3T24, reflejando el mayor pago de arriendos, producto de la inflación y de las nuevas aperturas. Asimismo, en los primeros nueve meses de 2025, el EBITDA ajustado por arriendo de locales alcanzó CLP 81.640 millones (CLP 96.232 millones en 9M24).

El **resultado operacional** del tercer trimestre de 2025 alcanzó CLP 19.684 millones, una disminución de un 18,1% con respecto a los CLP 24.023 millones del 3T24. Asimismo, en el 9M25 alcanzó CLP 65.894 millones, una disminución del 22,7% respecto a los CLP 85.194 millones del 9M24. Lo anterior se debió al menor EBITDA, además de un aumento en la depreciación y amortización (+12,8% en 3T25 y +11,6% en 9M25), reflejando los mayores niveles de inversión de la Compañía en los últimos años como parte de sus planes estratégicos.



1.2 Resultado No Operacional⁴

El **resultado no operacional** de SMU para los primeros nueve meses de 2025 mejoró en CLP 47.348 millones, totalizando una pérdida de CLP -7.293 millones, lo que se compara con una pérdida de CLP -54.641 millones registrada en el 9M24. Las principales variaciones del período fueron:

- 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 9.582 millones asociada al **plan de optimización** de estructura organizacional implementado principalmente durante los meses de enero y febrero de 2025, reflejada en otras ganancias (pérdidas). Los ahorros asociados a la reestructuración han permitido recuperar el costo durante el año 2025, y además generarán ahorros en los períodos futuros.
- c. Una disminución de CLP 4.272 millones en los **ingresos financieros**, reflejando el menor excedente de efectivo disponible para invertir. La Compañía había ejecutado una estrategia de refinanciamiento que incluyó varias colocaciones de bonos durante el año 2024, permitiendo aplanar su perfil de vencimientos para los próximos años y generando un excedente de efectivo durante 2024 y los primeros cuatro meses de 2025. Luego de los pagos de los vencimientos de los bonos serie T y serie AK en el primer semestre de 2025, y considerando que la Compañía no tiene vencimientos de deuda importantes en los próximos períodos, el saldo de efectivo se ha acercado más a los niveles necesarios para la operación habitual.

Con respecto al tercer trimestre, el resultado no operacional totalizó una ganancia de CLP 23.832 millones, lo que representa una mejora de CLP 43.642 millones frente a la pérdida de CLP -19.811 millones registrada en el 3T24. Al igual que en el período acumulado, la principal variación se debe a la **ganancia por la venta de opciones de compra** (CLP 42.755 millones antes de impuestos y CLP 31.211 millones después de impuestos), afectando otras ganancias (pérdidas) y menores **ingresos financieros** (CLP 2.289 millones). Adicionalmente, en los **resultados por unidades de reajuste** se registró una menor pérdida de CLP 2.714 millones, debido al menor stock de deuda en UF.

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 tercer trimestre de 2025 alcanzó CLP 43.516 millones, lo que representa un aumento de CLP 39.303 millones (933,0%) en comparación con el mismo período del año anterior, debido principalmente a la mejora de CLP 43.642 millones en el resultado no operacional. Con respecto al 9M25, el resultado antes de impuestos fue de CLP 58.601 millones, un aumento de CLP 28.049 millones (91,8%) con respecto al 9M24, explicado por el aumento de CLP 47.348 millones en el resultado no operacional, parcialmente compensado por la disminución de CLP 19.300 millones en el resultado operacional.

El **gasto por impuesto a las ganancias** del 3T25 alcanzó CLP -10.903 millones, una variación negativa de CLP -14.158 millones con respecto al ingreso por CLP 3.255 millones del 3T24. La variación se explica principalmente por el impuesto asociado a la venta de locales y opciones de compra (CLP -11.544 millones). Asimismo, el gasto por impuestos a las ganancias para 9M25 alcanzó CLP -6.826 millones, una variación de CLP -9.463 millones con respecto a 9M24, donde el impacto de la venta de locales y opciones de compra es de CLP -16.304 millones.

En consecuencia, la **utilidad neta** en el tercer trimestre de 2025 alcanzó CLP 32.613 millones, un aumento de CLP 25.145 millones (336,7%) con respecto a los CLP 7.468 millones registrados en 3T24, mientras que en los primeros nueve meses, alcanzó los CLP 51.775 millones, mayor en CLP 18.585 millones (56,0%) con respecto a los CLP 33.190 millones del 9M24.



■ 2. Análisis del Estado de Situación Financiera

Cuadro 8: Estado de Situación Financiera al 30 de septiembre de 2025 y 31 de diciembre de 2024

(Millones CLP)	Septiembre 2025	Diciembre 2024	Δ \$	Δ %
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	80.000	154.890	(74.890)	(48,4%)
Otros Activos Financieros Corrientes	3.382	3.168	214	6,8%
Otros Activos No Financieros Corrientes	42.520	43.167	(647)	(1,5%)
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	65.265	96.566	(31.301)	(32,4%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	1.171	1.656	(486)	(29,3%)
Inventarios	240.031	236.300	3.732	1,6%
Activos por Impuestos Corrientes	2.714	4.976	(2.261)	(45,4%)
Total Activos Corrientes	435.082	540.723	(105.640)	(19,5%)
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros No Corrientes	400	383	16	4,3%
Otros Activos No Financieros No Corrientes	4.005	3.120	884	28,3%
Cuentas por Cobrar No Corrientes	8.231	3.472	4.759	137,1%
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	9.021	7.148	1.873	26,2%
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	75.927	74.528	1.399	1,9%
Plusvalía	476.492	476.155	337	0,1%
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	1.029.580	931.196	98.384	10,6%
Activos por Impuestos Diferidos	467.308	469.199	(1.892)	(0,4%)
Total Activos No Corrientes	2.070.962	1.965.202	105.760	5,4%
TOTAL ACTIVOS	2.506.044	2.505.924	120	0,0%
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	103.422	233.701	(130.279)	(55,7%)
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	408.058	405.666	2.392	0,6%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	291	484	(193)	(39,9%)
Otras Provisiones Corrientes	3.961	4.042	(81)	(2,0%)
Pasivos por Impuestos Corrientes	5.634	1.251	4.383	350,3%
Beneficios a los Empleados	28.981	25.080	3.901	15,6%
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	1.680	13.234	(11.554)	(87,3%)
Total Pasivos Corrientes	552.028	683.459	(131.431)	(19,2%)
PASIVOS NO CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	1.103.970	996.226	107.745	10,8%
Cuentas por Pagar No Corrientes	9.233	9.725	(492)	(5,1%)
Beneficios a los Empleados	1.471	4.338	(2.868)	(66,1%)
Total Pasivos No Corrientes	1.114.674	1.010.289	104.385	10,3%
TOTAL PASIVOS	1.666.702	1.693.747	(27.045)	(1,6%)
PATRIMONIO				
Capital Emitido	522.909	522.909	-	0,0%
Utilidad (Pérdida) Acumulada	162.931	137.197	25.734	18,8%
Otras Reservas	153.503	152.072	1.431	0,9%
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	839.342	812.177	27.165	3,3%
Total Patrimonio	839.342	812.177	27.165	3,3%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	2.506.044	2.505.924	120	0,0%



2.1 Activos

Al 30 de septiembre de 2025, los **activos totales** de SMU disminuyeron en CLP 120 millones (0,0%) con respecto al 31 de diciembre de 2024, totalizando CLP 2.506.044 millones.

Los **activos corrientes** al 30 de septiembre de 2025 disminuyeron en CLP 105.640 millones (-19,5%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 435.082 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Disminución de CLP 74.890 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 82.666 millones), además de otros movimientos explicados en la sección 3 del presente documento.
- b. Disminución de CLP 31.301 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, debido principalmente a menores cuentas por cobrar a Transbank por la estacionalidad del negocio, parcialmente compensado por un incremento de CLP 10.995 millones por la venta de opciones de compra de locales con leasing durante el trimestre.

Los **activos no corrientes** al 30 de septiembre de 2025 aumentaron en CLP 105.760 millones (5,4%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 2.070.962 millones. La principal variación en el período fue el aumento de CLP 98.384 millones en propiedades, plantas y equipos neto, explicado principalmente por las adiciones del período (CLP 260.435 millones), parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 84.363 millones). Las adiciones del período incluyen 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. Adicionalmente, hubo ventas, retiros y bajas de activos por CLP 78.296 millones durante el período.



2.2 Pasivos

Al 30 de septiembre de 2025, los **pasivos totales** de SMU disminuyeron en CLP 27.045 millones (-1,6%) con respecto al 31 de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.666.702 millones.

Los **pasivos corrientes** al 30 de septiembre de 2025 disminuyeron en CLP 131.431 millones (-19,2%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 552.028 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- a. Disminución de CLP 130.279 millones en otros pasivos financieros corrientes, principalmente explicado por una disminución en las obligaciones con el público por CLP 137.529 millones, asociada a los vencimientos pagados durante el primer semestre, parcialmente compensado por un aumento de CLP 11.865 millones en las obligaciones por derechos de uso.
- b. Disminución de CLP 11.554 millones en otros pasivos no financieros corrientes, principalmente explicado por una disminución de CLP 11.488 millones en el IVA débito fiscal.
- c. Aumento de CLP 4.383 millones en pasivos por impuestos corrientes, explicado por un aumento de CLP 4.378 millones en el gasto por impuesto a las ganancias.
- d. Aumento de CLP 3.901 millones en los beneficios corrientes a los empleados, principalmente explicado por un aumento de CLP 5.408 millones en las provisiones de beneficios y bonos al personal, parcialmente compensado por una disminución de CLP 1.371 millones en las provisiones por vacaciones.

Los **pasivos no corrientes** al 30 de septiembre de 2025 aumentaron en CLP 104.385 millones (10,3%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.114.674 millones. La principal variación en el período fue un aumento de CLP 107.745 millones en otros pasivos financieros no corrientes, explicado por (i) aumento de CLP 139.300 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 7.383 millones en obligaciones con el público, producto de la variación en la UF durante el período; parcialmente compensado por una disminución de CLP 38.938 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 27.165 millones (3,3%), explicado principalmente por las utilidades del período (CLP 51.775 millones), parcialmente compensado por dividendos pagados durante el período (CLP 26.041 millones).



■ 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo

Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los períodos de nueve meses terminados el 30 de septiembre de 2025 y 2024

(Millones CLP)	Septiembre 2025	Septiembre 2024	Δ\$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	176.495	219.664	(43.169)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	50.529	(78.544)	129.073
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(301.915)	(39.732)	(262.183)
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo	(74.890)	101.388	(176.278)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	154.890	105.218	49.672
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	80.000	206.606	(126.606)

Durante los primeros nueve meses de 2025, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 176.495 millones, menor en CLP 43.169 millones a los CLP 219.664 millones obtenidos en los 9M24. Sin embargo, el flujo operacional del 9M24 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 8.646 millones en 9M25 con respecto al 9M24. Las principales variaciones fueron menores pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios (CLP 96.491 millones), parcialmente compensado por menores cobros procedentes de ventas de bienes y prestación de servicios (CLP 70.975 millones), mayores pagos a y por cuenta de los empleados (CLP 9.028 millones), menores intereses recibidos (CLP 4.263 millones), y mayores otros pagos por actividades de operación (CLP 3.751 millones).

El flujo utilizado en **actividades de inversión** alcanzó un monto neto de CLP 50.529 millones en 9M25, una variación positiva de CLP 129.073 millones con respecto al flujo neto de CLP -78.544 millones de 9M24. Durante los 9M25, se registró un ingreso de efectivo por CLP 118.129 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 68.422 millones en el 9M25 (CLP 74.295 millones en los 9M24).

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó un monto neto de CLP -301.915 millones en 9M25, una variación negativa de CLP 262.183 millones con respecto a 9M24. Los principales desembolsos fueron: (i) reembolsos de préstamos (CLP 195.331 millones), correspondiente a los bonos serie T y AK y deuda bancaria; (ii) pagos de arrendamientos financieros (CLP 81.160 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 47.141 millones); (iv) pagos de dividendos (CLP 26.041 millones); parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos a corto plazo (CLP 47.758 millones). En tanto, en 9M24, las actividades de financiación generaron un flujo neto de CLP -39.732 millones, explicado por (i) reembolsos de préstamos (CLP 86.227 millones); (ii) pagos de dividendos (CLP 46.706 millones); (iii) pagos de arrendamientos financieros (CLP 46.530 millones); y (iv) pagos de intereses (CLP 43.480 millones); parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos a largo plazo por CLP 168.612 millones, por la colocación de los bonos series AR, AQ y AS (UF 4.500.000; y por importes procedentes de préstamos de corto plazo (CLP 14.600 millones).



■ 4. Indicadores Financieros

Cuadro 10: Indicadores Financieros

			Sept. 2025	Dic. 2024
LIQUIDEZ				
Índice de Liquidez	veces	Activo corriente / Pasivo corriente	0,79	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	1,99	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	0,49	0,63
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	Total pasivos corrientes / Total pasivos	33,12	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	5,08	4,63
ACTIVIDAD				
Rotación de Inventarios	días	Inventario promedio del período / Costo de ventas diario del período	45,67	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)	8,85	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)	65,57	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)	3,98	4,52
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%		31,97	30,68
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM		221.950	231.953
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%		7,86	8,03
RENTABILIDAD (Anualizado)				
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	Utilidad últimos 12 meses / Activos totales	2,69	1,95
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	Utilidad últimos 12 meses / (Activos totales - plusvalía)	3,32	2,40
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	Utilidad últimos 12 meses / Patrimonio	8,02	6,00
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + plusvalía + propiedad, planta y equipos)	5,51	6,80
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + propiedad, planta y equipos)	7,37	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	123.984	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)	6,50	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	3,33	3,70



En cuanto a los indicadores de **liquidez**, no se observan variaciones significativas en el índice de liquidez, mientras que la disminución en la razón ácida se explica principalmente por el menor saldo de efectivo y equivalentes al efectivo, 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. El aumento en el ratio de pasivo financiero neto/EBITDA se debe al aumento en los pasivos financieros netos, especialmente por las obligaciones de derechos de uso correspondiente a nuevas aperturas y al efectivo invertido en dichas aperturas, que si bien han tenido un desempeño mejor al esperado, aún no alcanzan su EBITDA de régimen.

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, debido en parte al efecto de las nuevas aperturas explicadas en el párrafo anterior.

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 30 de septiembre 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 del presente ejercicio. 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.

■ 7. Hechos Posteriores

1. 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>.



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

Juan José Santomingo: jsantomingo@smu.cl

Medios de comunicación, favor contactarse con:

Andrea Osorio: aosorioy@smu.cl

Arturo Baeza: abaeza@smu.cl

Juan Pablo Besa: jbesa@smu.cl