

SMU LANZA PLAN ESTRATÉGICO PARA 2026-2028

Santiago, 3 de diciembre de 2025.- SMU S.A. (“SMU” o la “Compañía”) (Bolsa de Santiago: SMU) anunció su nuevo plan estratégico trienal, cubriendo el período entre 2026 y 2028. El nuevo plan contempla tres ejes principales: Crecimiento con Valor para el Cliente; Activo Tecnológico; y Eficiencia y Productividad.

El gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, explicó que los avances durante el plan estratégico anterior, que concluye en diciembre de este año, fueron fundamentales para sentar las bases del plan 2026-2028: “Nuestra nueva hoja de ruta se construye sobre la importante optimización y consolidación de la estrategia multiformato que logramos entre 2023 y 2025, producto de la aceleración de las conversiones del formato Mayorista 10 hacia los formatos Super 10 y Alvi, junto con la ejecución de nuestro ambicioso plan de aperturas. En consecuencia, estamos quedando con tres formatos en Chile, cada uno con una masa crítica y una propuesta de valor bien definida, lo que nos deja bien posicionados para competir hacia adelante”.

“En los últimos tres años, hemos abierto 37 nuevas tiendas en Chile, y agregaremos otras seis aperturas este mes, con lo que alcanzaremos las 43 aperturas contempladas en el plan. Asimismo, en Perú hemos abierto nueve tiendas, con cuatro aperturas adicionales programadas para diciembre”.

La Compañía también logró avances en su estrategia de marcas propias, con más de 500 nuevos productos lanzados en el trienio, alcanzando una participación de 13% en sus ventas. En materia de eficiencia, implementó tecnologías como tesorería digital y voice picking, y aumentó en un 66% el número de tiendas que cuentan con cajas de auto servicio, lo que permitió importantes avances en productividad. Por otra parte, se alcanzaron ahorros por más de CLP 3.600 millones en los tres años al aumentar el número de tiendas que tienen una tarifa eléctrica no regulada. Asimismo, aumentó el suministro de energía proveniente de fuentes renovables desde un 3% de su consumo en 2022 hasta un 18% en 2025.

Plan 2026-2028

El nuevo plan estratégico de SMU busca potenciar el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, a través de tres ejes centrales. El Sr. Gálvez explicó, “El primer eje del plan se llama **Crecimiento con valor para el cliente** busca extender la implementación de nuestros exitosos prototipos por formato, tanto en las tiendas existentes, así como también a través de nuevas aperturas. Vamos a mejorar nuestros surtidos, con foco en productos de alta relevancia y potenciando marcas propias y exclusivas, y así ser más competitivos en precios. En términos de cifras, vamos a abrir 38 locales en Chile y 22 en Perú, además de 80 upgrades de tiendas de nuestros formatos Unimarc y Alvi. Por otra parte, buscaremos aumentar la participación de nuestras marcas propias y exclusivas en la venta para alcanzar el 16% en 2028”.



“Por otro lado, continuaremos desarrollando nuestro **Activo Tecnológico** de manera de contar con la flexibilidad y agilidad para seguir implementando herramientas que den el mejor soporte a nuestro negocio. En este período migraremos hacia un nuevo cloud; implementaremos una nueva arquitectura integrada e incorporaremos nuevas tecnologías, incluyendo agentes de IA, contribuyendo a una organización más ágil y eficiente”.

“El tercer eje, **Eficiencia y Productividad**, ha sido un elemento constante en todos nuestros planes estratégicos. Entre 2026 y 2028, mantendremos la disciplina en gastos que nos caracteriza, sumando más optimizaciones de procesos y nuevas herramientas tecnológicas que contribuirán a la productividad, ayudarán a mitigar presiones en gastos, y para de esta manera mejorar nuestra rentabilidad. Expandiremos la capacidad de nuestra red logística en un 25%, permitiendo acompañar el crecimiento orgánico y mejorar la gestión de inventarios. También tendremos ahorros en los gastos de electricidad, por la migración de más de 180 locales a tarifa de cliente libre, lo que además significa triplicar la proporción de nuestro consumo de energía de fuentes renovables, alcanzando 55% en 2028”.

“Por último, nuestra **Cultura Sostenible** y valores CERCA servirán como habilitadores para la implementación del plan impulsando iniciativas de valor compartido y cuidado del medioambiente que están alineadas con las necesidades del negocio y contribuyan al desarrollo sostenible”.

“El **Capex** para el período 2026-2028 alcanzará aproximadamente CLP 370 mil millones, de los cuales el 55% se destinará a iniciativas de crecimiento orgánico, un 20% a iniciativas de eficiencia y productividad y el 25% restante estará enfocado en la continuidad operacional. Este plan de inversiones se financiará en su totalidad a través del flujo que generen las operaciones de la Compañía”, finalizó el Sr. Gálvez.



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

