SMU

MEMORIA INTEGRADA
2024

SMU

MEMORIA INTEGRADA
2024

ÍNDICE

1 **A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS** 5

2 **NUESTRA COMPAÑÍA** 11
2.1 SMU EN UNA MIRADA 13
2.2 QUIÉNES SOMOS 15
2.3 PRESENCIA GEOGRÁFICA 17
2.4 HISTORIA 19
2.5 NEGOCIO 21
2.6 ESTRATEGIA 29
2.7 INDUSTRIA DE SUPERMERCADOS 34

3 **SOSTENIBILIDAD EN SMU** 37
3.1 GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD 49
3.2 GRUPOS DE INTERÉS 44
3.3 CREACIÓN DE VALOR 54

4 **GOBERNANZA** 55
4.1 ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO 57
4.2 DIRECTORIO 61
4.3 INFORME ANUAL DEL COMITÉ DE DIRECTORES 86
4.4 ADMINISTRACIÓN 90
4.5 ESTRUCTURA ACCIONARIA 93
4.6 GESTIÓN DE RIESGOS 100

5 **CULTURA DE LA INTEGRIDAD Y LA GESTIÓN ÉTICA** 125
5.1 GESTIÓN DE LA ÉTICA 127
5.2 CUMPLIMIENTO 138
5.3 MARCO REGULATORIO 146

6 **SOMOS UNA EMPRESA DE PERSONAS** 149
6.1 CULTURA ORGANIZACIONAL 151
6.2 DESARROLLO DE PERSONAS 153
6.3 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN 164
6.4 BENEFICIOS Y BIENESTAR 170
6.5 RELACIONES LABORALES 179
6.6 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO 181
6.7 NUESTRA GENTE: INDICADORES 194

7 **EL CLIENTE AL CENTRO** **205**
7.1 EXPERIENCIA DEL CLIENTE 207
7.2 ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD E INOCUIDAD 216

8 **ABASTECIMIENTO RESPONSABLE** **219**
8.1 GESTIÓN DE PROVEEDORES 221
8.2 DESARROLLO DE PROVEEDORES LOCALES 227
8.3 PAGOS A PROVEEDORES 232

9 **COMPROMISO CON LA SOCIEDAD** **235**
9.1 RELACIÓN CON LA COMUNIDAD 237
9.2 TRABAJO COLABORATIVO CON ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO 238

10 **NOS PREOCUPAMOS POR EL MEDIO AMBIENTE** **242**
10.1 GESTIÓN DE RESIDUOS 245
10.2 HUELLA DE CARBONO 252
10.3 EFICIENCIA ENERGÉTICA 253
10.4 GESTIÓN DE HUELLA HÍDRICA 255
10.5 INDICADORES AMBIENTALES 256

11 **DESEMPEÑO FINANCIERO** **261**
11.1 ANÁLISIS RAZONADO 263

12 **INFORMACIÓN ADICIONAL** **291**
12.1 INFORMACIÓN SOBRE FILIALES Y ASOCIADAS 295
12.2 CERTIFICACIONES INDEPENDIENTES 338

13 **METODOLOGÍA** **351**
13.1 SOBRE ESTE REPORTE 353
13.2 ASUNTOS MATERIALES 353
13.3 ÍNDICE GRI 361
13.4 ÏNDICE CMF 368
13.5 TABLA DE CONTENIDOS SASB 370

A NUESTROS
GRUPOS DE INTERÉS

CARTA DE
LA PRESIDENTA

A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Como Presidenta del Directorio de SMU, me complace dirigirme a ustedes para poner a su disposición la Memoria Integrada de 2024, en la que damos cuenta de nuestra gestión y avances a lo largo del año, en materia económica, social y ambiental.

El 2024 fue un gran año en términos de la construcción del futuro de la Compañía, alcanzando grandes hitos en nuestra búsqueda permanente del crecimiento rentable y sostenible. Invertimos más de $100 mil millones, donde más del 60% de este monto se destinó al crecimiento orgánico. Expandimos nuestra presencia en Chile, con 14 aperturas en las regiones de Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana y Los Lagos. Remodelamos más de 25 tiendas en Chile, y además abrimos seis nuevas tiendas en el norte de Perú. Esto es sólo el inicio de la ejecución de un plan de crecimiento orgánico de largo plazo que nos mantendrá consolidados como el tercer actor de la industria supermercadista chilena.

Con este plan buscamos contribuir y atender a las comunidades de las que formamos parte, ofreciendo propuestas de valor que les hagan la vida más fácil a nuestros clientes. En 2024, innovamos con diversas iniciativas enfocadas en clientes, que arrojaron mejoras significativas en el *net promotor score*, o NPS – indicador que mide la lealtad de los clientes – subiendo en más de siete puntos porcentuales con respecto a 2023.

Adicionalmente, a través de nuestro programa de no desperdicio de alimentos, beneficiamos a más de 164 mil personas vulnerables con la donación de más de 700 toneladas de alimentos durante el año. Esta iniciativa contribuye además a disminuir nuestra huella de carbono.

Otros avances en el cuidado del medio ambiente incluyeron la certificación bajo ISO 50.001 de nuestro Sistema de Gestión de Energía, y la licitación de nuevos contratos de suministro de electricidad que nos permitirán alcanzar el abastecimiento a partir de fuentes de energía renovables para el 50% de nuestro consumo en Chile al año 2027.

Cerramos el año 2024 con la excelente noticia de que, por primera vez, fuimos seleccionados para los Índices de Sostenibilidad Dow Jones Chile y MILA. La calificación para estos índices se basa en los resultados del S&P Corporate Sustainability Assessment, obteniendo el primer lugar en Chile dentro de nuestra industria, venta minorista de alimentos y productos básicos; el segundo lugar en Latinoamérica; y el octavo a nivel mundial.

Nos enorgullece este reconocimiento a nuestra gestión, donde en particular se destaca el desempeño de la Compañía en materia de gestión de riesgos, prácticas laborales, gestión ambiental, gobernanza, entre otros.

Durante el 2024 fuimos reconocidos por nuestras buenas prácticas en diversas materias de interés. Por segundo año consecutivo fuimos distinguidos como la mejor empresa en la categoría Retail en el Premio IMPULSA, reconocimiento que entregan Pulso LT, PwC y la Fundación Chile Mujeres a las compañías con mejores indicadores de género.

Y también por segundo año consecutivo, estuvimos presentes en el Ranking Merco Empresas, esta vez alcanzando el lugar 52 entre las 100 empresas con mejor reputación corporativa en Chile.

Estos reconocimientos reflejan nuestro compromiso con la sostenibilidad en la que creemos, no por moda, sino por nuestra convicción de que la necesitamos para apalancar nuestro modelo de negocio. La excelencia y la construcción de relaciones de confianza con nuestros grupos de interés son parte de nuestros activos más valiosos.

Creemos que necesitamos los mejores talentos, y por ello trabajamos en nuestra cultura CERCA, que nos ha permitido desarrollar espacios de trabajo inclusivos, y certificarnos bajo la norma 3262 que establece los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión para la igualdad de género y conciliación de la vida laboral, familiar y personal.

Nos preocupamos de nuestros vecinos porque convivimos con ellos diariamente, y nos preocupamos de nuestros proveedores, cultivando relaciones de largo plazo que nos permitan crecer juntos.

En esta línea, quisiera cerrar con un agradecimiento a todos nuestros grupos de interés. Gracias a nuestros inversionistas, proveedores, clientes y vecinos, por la confianza y cercanía de siempre.

Y gracias especialmente al equipo ejecutivo y directivo de SMU por su liderazgo, y a todos los colaboradores de la Compañía por su esfuerzo cotidiano y por vivir nuestros valores corporativos—Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad—en la forma que hacemos negocios y nos relacionamos en SMU.

Un afectuoso saludo,

Pilar Dañobeitía

Presidenta del Directorio SMU S.A.

CARTA DEL
GERENTE GENERAL

A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

El año 2024 para SMU fue un año de mucha ejecución, mucha agilidad y mucho aprendizaje. En este segundo año de nuestro plan estratégico 2023-2025, abrimos 20 tiendas nuevas en nuestros formatos Unimarc, Super10, Alvi y Maxiahorro. Es decir, más de lo que abrimos en la suma de los tres años del plan anterior, y acercándonos a completar las 58 aperturas que tenemos planificadas para este trienio.

Desarrollamos nuevas soluciones para ayudar a nuestros clientes a ahorrar y maximizar su presupuesto familiar, en un contexto macroeconómico desafiante. Rediseñamos la estructura de nuestra actividad promocional, poniendo foco en productos básicos de alta sensibilidad al precio para los consumidores, y lanzamos el primer programa de niveles de socio en la industria local para nuestro Club Unimarc. Adicionalmente, las marcas propias tomaron más relevancia en nuestras propuestas de valor—superando el 13% de las ventas en Chile—y dimos pasos importantes para seguir potenciando este programa en el futuro.

A través de estos avances, y muchos otros, vivimos nuestro propósito corporativo: ***con cercanía, hacemos la vida más fácil a nuestros clientes***. El compromiso de nuestro equipo con este propósito, junto con la capacidad de ejecución que hemos desarrollado, se han visto reflejados en la implementación de los cuatro ejes de nuestro plan: **crecimiento omnicanal**, **experiencia del cliente**, **eficiencia y productividad** y **organización comprometida y sostenible**.

Llegamos más cerca de nuestros clientes con la apertura de ocho locales de Unimarc, seis de Maxiahorro, cuatro de Super10 y dos de Alvi, pero además, el desempeño de las nuevas aperturas ha superado nuestras expectativas, demostrando que estamos tomando las decisiones correctas en la expansión de nuestra estrategia multiformato. Con respecto a la omnicanalidad, aumentamos el número de puntos de retiro para Unimarc.cl, dando más flexibilidad para que nuestros clientes puedan elegir cómo y cuándo reciben sus productos, contribuyendo al crecimiento de 21% que tuvimos en las ventas online en el año.

Las iniciativas orientadas a la eficiencia y productividad implementadas en 2024 incluyeron la expansión de la cobertura de nuestro modelo operacional eficiente, alcanzando más de 220 locales, y la licitación de contratos de suministro eléctrico para migrar más locales a tarifa cliente libre, lo que nos permitirá generar ahorros en el futuro, pagando una tarifa más baja. De esta forma, mantenemos nuestro permanente foco y disciplina en controlar los gastos operacionales.

En cuanto al eje de organización comprometida y sostenible, buscamos generar valor compartido a través de iniciativas que tienen un impacto positivo para ustedes, nuestros grupos de interés, y también para nuestro negocio. En este sentido, el programa 100% Nuestro de Unimarc sumó 25

nuevos proveedores, quienes contribuyen al surtido de nuestras salas de venta mientras reciben nuestro apoyo en el desarrollo de sus negocios. Por otra parte, a través de nuestras iniciativas de no desperdicio de alimentos, nuestros clientes se beneficiaron de bajas de precios, personas en situación de vulnerabilidad se beneficiaron de donaciones y nosotros evitamos que más de 7 mil toneladas de alimentos terminaran en rellenos sanitarios, reduciendo la merma y disminuyendo nuestra huella de carbono.

Con respecto a la situación financiera de SMU, a lo largo del año 2024 llevamos a cabo una estrategia de refinanciamiento de los vencimientos tanto de ese año como del año 2025, realizando cuatro exitosas colocaciones de bonos locales por un total de UF 5,5 millones. Estas transacciones tuvieron una gran participación y demanda de parte de inversionistas institucionales, y como resultado, quedamos con un perfil de vencimientos muy cómodo para los próximos años, además de una fuerte posición de caja para afrontar nuestras obligaciones financieras y plan de inversiones.

De esta forma, estamos preparados y entusiasmados para seguir con la implementación del tercer y último año de nuestro plan, manteniendo un fuerte foco en el crecimiento rentable y sostenible.

El compromiso de nuestros colaboradores ha sido un elemento clave en la exitosa ejecución tanto de las iniciativas estratégicas, así como también de las tareas diarias que nos permiten cumplir nuestro propósito. Aprovecho de agradecerles por su esfuerzo, felicitarles por los logros del año e invitarles a enfrentar las oportunidades y desafíos del año 2025 con el mismo entusiasmo de siempre.

Un afectuoso saludo,

Marcelo Gálvez

Gerente General SMU S.A.

NUESTRA
COMPAÑÍA

2.1 SMU EN UNA MIRADA

APERTURAS **2024**

UNIMARC	Alvi Club Mayorista	Super 10	Maxi ahorro
8 locales	**2** locales	**4** locales	**6** locales

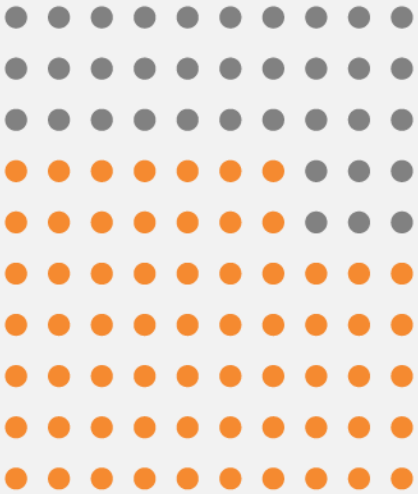
433
LOCALES
TOTAL

3°
ACTOR
INDUSTRIA
SUPERMERCADISTA
EN CHILE[1]

17%[2]

Cobertura de las
16 regiones de Chile

64% **36%**
15.639 **8.608**
MUJERES HOMBRES



24.247
COLABORADORES

Notas
(1) Estimaciones SMU
(2) Considera ventas segmento Supermercados Chile dividido por ventas de supermercados en Chile, según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

NO DESPERDICIO
DE ALIMENTOS

SE DONARON

785,3TN

de alimentos beneficiando a más de **164 mil personas**

PROGRAMA
100% NUESTRO

DE NUESTROS PROVEEDORES EL

76,5%

provienen de las regiones de Chile

MARCAS
PROPIAS

LANZAMIENTO DE

180

nuevos productos en nuestras salas

ENERGÍA DE
FUENTES RENOVABLES

SUMINISTRO A TRAVÉS DE ENERGÍAS RENOVABLES

14,4%

del consumo en Chile

DESEMPEÑO
ECONÓMICO 2024

INGRESOS
CLP

2.887 MMM

EBITDA
CLP

232 MMM

RESULTADO NETO
CLP

49 MMM

UF 5,5

MILLONES
COLOCACIONES
DE BONOS LOCALES

CLASIFICACIÓN DE
RIESGO LOCAL

FELLER RATE

AA- / ESTABLE

ICR

AA- / ESTABLE

2.2 QUIÉNES SOMOS

EN SMU, **NUESTROS CLIENTES ESTÁN EN EL CENTRO**

de todo lo que hacemos, y por eso, todos los días, a través de las acciones y decisiones que tomamos, buscamos cumplir nuestro propósito corporativo:

> “Con **cercanía** hacemos la vida más fácil a **nuestros clientes**”

Con este propósito siempre presente, definimos nuestra estrategia de corto, mediano y largo plazo de manera de alcanzar nuestra visión corporativa:

Ser **la red de supermercados más cercana** para satisfacer las necesidades de nuestros clientes **y generar valor compartido** para todos nuestros grupos de interés de manera sostenible.

El propósito y la visión de SMU proporcionan una ambición que enmarca las diversas actividades de nuestro negocio, dando sentido a las tareas cotidianas y recordándonos del impacto positivo que podemos generar en la sociedad.

NUESTROS **VALORES**

Seamos **cercanos**, trabajemos con **excelencia**, actuemos con **respeto** y honestidad, **colaboremos** hacia dentro y compitamos hacia afuera, movámonos con **agilidad**.

Otro aspecto fundamental para que podamos cumplir con nuestro propósito y construir el futuro de la Compañía son los valores que nos caracterizan: la Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad, denominados valores CERCA. Promovemos estos valores en todos los ámbitos de nuestra gestión, y contamos con diversas instancias para reconocer a los colaboradores que demuestran su compromiso con la cultura CERCA.

NUESTRO **MODELO DE SOSTENIBILIDAD**

Por otra parte, nuestro Código de Ética y Conducta de Negocios y nuestro Modelo Corporativo de Sostenibilidad forman la base de nuestra ejecución, entregando lineamientos éticos y trazando los ejes para una gestión sostenible:

GOBERNANZA

Mejores prácticas de gobierno corporativo

CULTURA DE LA INTEGRIDAD **Y LA GESTIÓN ÉTICA**

Gestión ética
Libre competencia
Prevención de infracciones Ley del Consumidor
Privacidad de datos

SOMOS UNA EMPRESA **DE PERSONAS**

Inclusión
Diversidad
Desarrollo de personas
Trabajo seguro
Relaciones laborales
Gestión de personas

EL CLIENTE **AL CENTRO**

Mejor experiencia de compra
Consumo responsable
Marketing y publicidad
Marcas propias

ABASTECIMIENTO **RESPONSABLE**

Desarrollo de proveedores locales
Proveedores marcas propias

COMPROMISO CON **LA SOCIEDAD**

Desarrollo regional
Ser un buen vecino
Gestión de grupos de interés
RSE y aportes sociales

NOS PREOCUPAMOS POR EL **MEDIO AMBIENTE**

Cuidado del medio ambiente
Gestión de residuos

DESEMPEÑO **FINANCIERO**

Crecimiento con rentabilidad

BUSCAMOS FORTALECER NUESTRA GESTIÓN **EN FORMA PERMANENTE**

con la adopción de mejores prácticas, incluyendo nuevas políticas, procedimientos y compromisos complementarios que son consistentes con nuestras convicciones. A modo de ejemplo, en nuestra Declaración de Derechos Humanos en la Empresa, se establece nuestro compromiso con los Principios Rectores sobre Empresa y Derechos Humanos de las Naciones Unidas, entre otras declaraciones y estándares internacionales.

Adicionalmente, somos participantes del Pacto Global de las Naciones Unidas, comprometiéndonos con el apoyo y desarrollo de los diez principios referentes a los derechos humanos, derechos laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción e impulsando los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Desde 2022, somos parte de las empresas que se comprometieron con la gestión de cinco criterios claves de sostenibilidad alineados con las disposiciones del Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD): Carbono Neutralidad; Biodiversidad, Derechos Humanos y Debida Diligencia; Inclusión y Diversidad; y Transparencia y Reportabilidad.

2.3 PRESENCIA GEOGRÁFICA

FORMATOS **EN CHILE**

Unimarc	Mayorista 10	Super 10	Alvi
296 locales	**52** locales	**16** locales	**36** locales

PRESENCIA **EN PERÚ**

2 Centros de Distribución

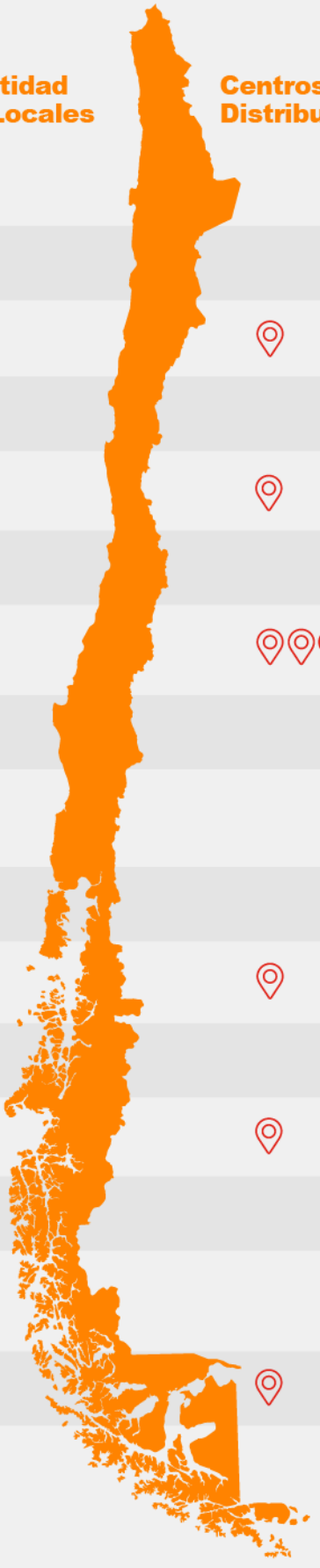
33 LOCALES

Formatos en **Perú**

Mayorsa	6 locales
Maxi ahorro	27 locales

PRESENCIA **EN CHILE**

Región	Presencia de Formatos	Cantidad de Locales	Centros de Distribución	Participación
Arica y Parinacota	●	2		10,0%
Tarapacá	●	7		22,3%
Antofagasta	●	16	📍	18,1%
Atacama	●	11		30,4%
Coquimbo	● ● ●	27	📍	28,4%
Valparaiso	● ● ● ●	36		10,7%
Metropolitana	● ● ● ●	118	📍📍📍	12,7%
Del Libertador Bernardo O'Higgins	● ● ● ●	21		12,1%
Maule	● ● ●	26		18,9%
Ñuble	● ● ●	14		28,5%
Biobío	● ● ●	47	📍	17,9%
Araucanía	● ● ●	24		14,2%
Los Ríos	● ●	12	📍	23,3%
Los Lagos	● ● ●	30		23,9%
Aysen del Gral. Carlos Ibáñez del Campo	●	2		59,0%
Magallanes y La Antártica Chilena	●	7	📍	51,6%



2.4 NUESTRA HISTORIA

Unimarc es adquirido por el accionista controlador de SMU, el economista Álvaro Saieh y su familia. La cadena contaba con 40 tiendas a nivel nacional y un centro de distribución, además de un importante nivel de recordación de marca. Posteriormente, el grupo controlador se asocia con la familia Rendic, propietaria de Deca, operador de una cadena de 20 supermercados ubicados en la III, IV y V Región del país.

2007

Nace SMU: Con la integración de la cadena Deca, todas las tiendas quedaron bajo la marca Unimarc. Las operaciones se consolidaron con la creación de una nueva compañía, SMU, constituida el 22 de febrero de 2008. Además, SMU sigue creciendo con la adquisición de dos cadenas: Bryc, que contaba con 48 supermercados ubicados en regiones del centro y sur del país, y Mayorista 10, permitiendo a la Compañía ampliar su red de negocios con el ingreso al mercado mayorista.

2008

Primer plan estratégico trienal: El plan se enfocó en la generación de eficiencias y en la optimización de sus operaciones y se basó en tres pilares: fortalecimiento comercial, eficiencia operacional y fortalecimiento financiero. Contempló la implementación de una estrategia comercial, la optimización del portafolio de tiendas; mejoras en la disponibilidad de productos en las tiendas, principalmente a través de mejoras en la eficiencia de la cadena logística, entre otras iniciativas; y el fortalecimiento de la posición financiera.

2014 - 2016

2009 - 2011

Fuerte crecimiento inorgánico: En este período, SMU adquiere más de 40 cadenas minoristas regionales, incluyendo, entre otras: Abu Gosch, Alameda, Cofrima, Costa Sol, Korlaet y La Lica, además de las cadenas mayoristas Alvi y Dipac, las tiendas de conveniencia OK Market y el negocio de e-grocery Telemercados Europa. También expandió sus negocios hacia el extranjero, a través de las operaciones que Alvi tenía en Perú bajo la marca Mayorsa, y también de la compra de la cadena peruana MaxiBodega. Otro hito relevante fue la fusión, en 2011, con Supermercados del Sur, agregando un total de 111 nuevas salas y convirtiendo a SMU en la mayor empresa de retail de alimentos de Chile, medido por cantidad de tiendas. Adicionalmente, en el mismo año, ingresó al negocio de materiales para la construcción con la compra de la cadena Construmart.

2017 - 2019

Plan estratégico CIMA 2017-2019: Basado en seis pilares de desarrollo: experiencia del cliente, eficiencia operacional, organización alineada y comprometida, sostenibilidad, desarrollo tecnológico y fortalecimiento financiero.

Apertura en bolsa: Se concretaron múltiples acciones destinadas a fortalecer su estructura de capital y reducir endeudamiento. En enero de 2017 SMU se abre a la bolsa por aproximadamente US$200 millones. En noviembre del mismo año, realiza un segundo aumento de capital, por aproximadamente US$150 millones. En enero de 2018 se concretó un tercer aumento de capital por aproximadamente US$122 millones. Estos aumentos de capital permitieron reducir significativamente la deuda. Asimismo, durante este período, colocó bonos locales (series G, K, P, T y W) por un total de UF 8,5 millones, permitiendo refinanciar deudas en mejores condiciones, generando ahorros relevantes en el gasto financiero.

Otro hecho relevante fue la venta de la filial Construmart S.A., lo que permitió a la Compañía enfocarse en su negocio principal, de supermercados.

Plan estratégico 2020-2022: Con foco en cuatro ejes centrales—crecimiento omnicanal, experiencia del cliente, eficiencia y productividad, y organización comprometida y sostenible—este plan contempló un número importante de aperturas de los formatos Unimarc, Alvi y Maxiahorro, además potenciando la estrategia multiformato con un nuevo formato soft discount bajo la bandera Super10. Asimismo, se avanzó en la estrategia online, con el lanzamiento de las plataformas online Unimarc.cl y Alvi.cl, mejorando cobertura y completitud de los pedidos, y la inauguración del primer centro robotizado de pedidos en Latinoamérica. También se avanzó en la estrategia de marcas propias, alcanzando más de 1.500 productos y 14 marcas especializadas.

Fortalecimiento financiero: Durante el período se materializó la venta del negocio de conveniencia, OK Market, permitiendo enfocarse en el negocio principal: Supermercados. Otros hitos relevantes del período fueron colocaciones de bonos locales (series AK, AL y AO) por un total de UF 7 millones y la mejora de la clasificación de riesgo de SMU, por parte de sus dos clasificadoras de riesgo, Feller-Rate e ICR, a categoría A+, con perspectivas estables.

2020 - 2022

Lanzamiento plan trienal 2023-2025: SMU inició con éxito su nuevo plan estratégico trienal, dando continuidad a los focos del plan anterior—crecimiento omnicanal, experiencia del cliente, eficiencia y productividad, y organización comprometida y sostenible—y sumando un fuerte plan de crecimiento orgánico, con 58 aperturas en tres años, potenciando la estrategia multiformato. En el primer año del plan, la Compañía inauguró 14 nuevas tiendas, incluyendo las primeras seis del proyecto Montserrat. Otros hitos relevantes del plan fueron el relanzamiento del programa de fidelización para Unimarc, sumando nuevos beneficios y alianzas, y el avance en el desarrollo de marcas propias, con nuevas categorías y productos, consolidando la propuesta de valor de la Compañía.

En el ámbito financiero, SMU alcanzó la clasificación de riesgo AA- con perspectivas estables, consolidando su posición en el mercado. Además, la colocación de bonos serie AP por UF 1,5 millones ayudó a optimizar el perfil de vencimientos futuros.

2023

2024

Fuerte crecimiento orgánico: Durante 2024, SMU avanzó significativamente en las metas establecidas en el plan trienal, logrando la apertura de 20 nuevas tiendas distribuidas entre los formatos Unimarc, Alvi y Super10, en Chile, y Maxiahorro, en Perú. Asimismo, la Compañía inauguró un nuevo centro de distribución en Piura, para apoyar el crecimiento de las operaciones en la zona norte de Perú. En cuanto al eje de experiencia del cliente de su plan, SMU continuó con iniciativas de fidelización, implementando un nuevo concepto de niveles de socios para el Club Unimarc, bajo el lema “más compras, más ahorras”, y lanzando nuevos productos de marcas propias, para asegurar un surtido atractivo a precios convenientes. Otro logro destacado del año fue el ingreso al Dow Jones Sustainability Index Chile y MILA, sirviendo como reconocimiento a la gestión de la Compañía en materia de sostenibilidad.

Con respecto a la posición financiera, se llevaron a cabo cuatro colocaciones de bonos locales por un total de UF 5,5 millones, permitiendo refinanciar vencimientos de deuda de los años 2024 y 2025 y dejando un calendario de amortizaciones muy cómodo para los próximos años.

2.5 NEGOCIO

SMU S.A. y sus filiales (en adelante, “SMU”, la “Compañía” o la “Sociedad”) es uno de los principales actores del retail supermercadista en Chile, con una participación de mercado de un 17% al 31 de diciembre de 2024, según las estimaciones de la Compañía. Busca satisfacer las necesidades de sus clientes finales y comerciantes a través de sus múltiples formatos con foco en alimentos: Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10 (definido como el segmento “Supermercados Chile”). La Compañía cuenta además con una creciente presencia en Perú, a través de dos marcas de tiendas, Mayorsa y Maxiahorro (definido como el segmento “Supermercados Perú”).

SMU es uno de los principales actores del retail supermercadista en Chile, con operaciones en las 16 regiones del país

A través de su estrategia multiformato, SMU atiende a los diferentes grupos socioeconómicos, satisfaciendo las distintas necesidades y hábitos de compra de sus clientes. Por otra parte, su foco en la venta de alimentos—representando cerca del 98% de sus ventas—significa que su negocio es altamente defensivo, frente a escenarios económicos más adversos. La Compañía cuenta con una escala importante y una amplia cobertura geográfica, con ubicaciones estratégicas a lo largo de Chile. Sus operaciones son soportadas por una plataforma operacional y tecnológica integrada, que incluye una red logística con centros de distribución ubicados a lo largo del país, y herramientas tecnológicas como SAP, reposición automática de mercaderías, *pricing* y promociones, *transportation management* y CRM, entre otras.

Para desarrollar su negocio, SMU cuenta con diversas marcas, incluyendo sus múltiples formatos y sus programas de lealtad. Adicionalmente, la Compañía cuenta con un programa de productos de marcas propias con un amplio surtido de productos y más de 20 marcas especializadas por categoría (más información en la sección 7.1.3 Potenciando El Surtido).

Principales **Marcas**

Formatos

Programas de Lealtad

2.5.1 SUPERMERCADOS EN CHILE

2.5.1.1 UNIMARC

Unimarc, el supermercado tradicional de SMU, es el canal de ventas de retail de alimentos más importante para SMU, representando aproximadamente el 67% de los ingresos en 2024.

Al 31 de diciembre de 2024, la Compañía contaba con 296 tiendas Unimarc, con una superficie de ventas total de 352.515 metros cuadrados y una superficie de venta promedio de, aproximadamente, 1.200 metros cuadrados por tienda. Durante el año, el formato abrió un total de ocho nuevas tiendas, en las regiones de Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana y Los Lagos, así avanzando con su estrategia de crecimiento orgánico.

La propuesta de valor de Unimarc busca ofrecer a sus clientes un surtido de productos con una alta participación de perecibles que destacan por su frescura y calidad, además de sus atractivos precios, a través de una intensa actividad promocional. El tamaño de sus salas facilita una experiencia de compra rápida y cómoda, y sus servicios y oferta de productos se adaptan de acuerdo a las necesidades de sus clientes. Asimismo, para facilitar la gestión, cada local se asigna a un clúster, según su ubicación, tamaño, preferencias de sus clientes y otros factores operacionales.

La selección de productos que ofrecen las tiendas de Unimarc está enfocada principalmente en alimentos e incluye productos perecibles, tales como frutas y verduras, carnes blancas y rojas y lácteos, así como abarrotes, productos congelados, vino y licores, productos para el aseo y algunos productos non-food, los que representan aproximadamente un 2% de las ventas del formato. El surtido de productos de cada local se define de acuerdo al clúster al que pertenece y en promedio es de aproximadamente 6.700 SKUs por tienda.

La estrategia de precios de Unimarc se basa en una intensa actividad promocional, alineada con las necesidades y preferencias de sus clientes, y acompañada de una alta comunicación publicitaria. Durante 2024, para ayudar a sus clientes a maximizar su presupuesto familiar en el contexto del complejo escenario económico, el foco de la actividad promocional en Unimarc estuvo en productos básicos de alta sensibilidad al precio para los consumidores, mejorando la competitividad a través de precios más atractivos.

Otro elemento muy relevante de la propuesta de valor del formato es su programa de lealtad, Club Unimarc, el que busca mejorar la experiencia de sus clientes a través de la entrega de beneficios inmediatos y descuentos personalizados. Durante 2024, se profundizaron los beneficios del club al lanzar el innovador programa de niveles de fidelidad, permitiendo a los socios del club disfrutar de ofertas y descuentos exclusivos según su nivel de socio, premiando a los clientes más leales. Más información en la sección 7.1.2 Fidelización.

Los principales competidores de Unimarc son: Lider (Walmart), Santa Isabel (Cencosud), Jumbo (Cencosud) y Tottus (Falabella).

2.5.1.2 MAYORISTA 10

El formato Mayorista 10 está enfocado en ofrecer productos a precios bajos.

Al 31 de diciembre de 2024, la Compañía contaba con 52 tiendas Mayorista 10, ubicadas entre la Región de Coquimbo y la Región de Los Lagos. La propuesta de valor de Mayorista 10 se basa en ofrecer precios bajos a clientes finales y comerciantes. Sus costos operacionales, como porcentaje de sus ventas, son menores con respecto a las tiendas de Unimarc. Estos menores costos operacionales se obtienen a través de manejar un menor surtido y, además, una propuesta más austera en imagen de las tiendas y sofisticación del servicio. Adicionalmente, se reducen los costos de reposición de mercadería, pues muchos de los productos se reponen directamente en su embalaje de origen, lo que requiere menos trabajo de manipulación de mercadería. Esto permite transferir dichas eficiencias, ofreciendo precios más atractivos. Las tiendas Mayorista 10 son, en promedio, de 1.300 metros cuadrados.

El surtido de productos de Mayorista 10 permite una compra completa de un hogar, pero con menos variedad en comparación con Unimarc en términos de marcas y tamaños de productos ofrecidos. En promedio, el surtido de productos de Mayorista 10 es de aproximadamente 3.400 SKUs por tienda.

El principal competidor de Mayorista 10 es Super Bodega aCuenta (Walmart), además de otros supermercados minoristas y mayoristas.

2.5.1.3 SUPER10

El formato Super10 se lanzó en el año 2021 como una nueva propuesta de valor *soft discount*.

Al 31 de diciembre de 2024, la Compañía operaba 16 tiendas Super10, ubicadas en la Región Metropolitana, Región de O'Higgins y la Región de Valparaíso. SMU inauguró la primera tienda de este formato en agosto de 2021, para seguir profundizando su estrategia multiformato con una oferta soft discount, y durante 2024 sumaron nueve tiendas adicionales a la operación: cuatro nuevas aperturas y cinco tiendas reconvertidas desde el formato Mayorista 10. Super10 brinda una buena experiencia de compra con un surtido optimizado que permite la adquisición completa de productos perecibles, abarrotes y perfumería. La eficiencia y productividad del modelo operacional permiten reducir costos para así ofrecer precios atractivos.

Este formato busca satisfacer las necesidades de consumidores finales de todos los segmentos, y permite completar tanto compras de abastecimiento como de reposición. Su surtido ofrece calidad a precios convenientes, con una fuerte presencia de productos de marcas propias de la Compañía.

El diseño de sus locales considera un tamaño de la sala de ventas de aproximadamente 1.200 metros cuadrados en promedio, sin la existencia de un espacio de bodega. En promedio, el surtido de productos de Super10 es de 3.700 SKUs por tienda aproximadamente.

Super10 compite con supermercados tradicionales y económicos.

2.5.1.4 ALVI

Alvi es un supermercado mayorista de autoservicio, orientado a clientes comerciantes.

Al 31 de diciembre de 2024, la Compañía contaba con 36 tiendas Alvi, ubicadas entre la Región de Coquimbo y la Región de Los Lagos, y en promedio son de aproximadamente 1.400 metros cuadrados. Estas tiendas incluyen dos nuevas aperturas del año 2024, ubicadas en la comuna de Peñaflor, en la Región Metropolitana y en la comuna de Los Andes, en la Región de Valparaíso.

Alvi busca entregar una propuesta integral de compra dirigida preferentemente a comerciantes dueños de almacenes, botillerías, panaderías, pastelerías, hoteles, restaurantes, casinos e instituciones. Esta oferta consta de un surtido de productos promedio de aproximadamente 3.400 SKUs por tienda en categorías relevantes para la canasta de compra de los comerciantes, con formatos y presentaciones especiales para ellos, y en algunas categorías con productos especialistas orientados a restaurantes e instituciones.

Con respecto a la estrategia de precios, se busca ofrecer precios al por mayor, con hasta tres niveles de precios para cada producto, según la cantidad de unidades que compre el cliente, partiendo desde precio unitario a una cantidad mayor de unidades.

Además de la venta presencial en sus tiendas, Alvi ofrece la opción de comprar a través de la app Club Alvi y la página web Alvi.cl, permitiendo a los socios hacer compras online y recibir los productos en sus comercios, abasteciendo de esta manera sus propios negocios sin desatender a sus clientes.

Para poder identificar a sus clientes comerciantes y entender mejor sus necesidades, Alvi cuenta con un club de fidelización, Club Alvi, que ofrece una amplia gama de beneficios, pudiendo sus socios acceder a precios preferenciales, descuentos personalizados, capacitaciones y otros servicios relacionados con las necesidades de sus negocios. Durante 2024, se relanzó el club, agregando nuevos beneficios para los socios. Más información en la sección 7.1.2 Fidelización.

Los principales competidores de Alvi son Fruna, Central Mayorista (Walmart), Comercial Castro y La Oferta, entre otros.

2.5.1.5
VENTA DE ALIMENTOS ONLINE

SMU realiza la venta de alimentos online a través de plataformas propias, así como también a través de alianzas con *last milers*

SMU ha desarrollado una estrategia e-commerce centrada en sus clientes de diferentes segmentos para satisfacer sus necesidades en distintos momentos, al mismo tiempo buscando crecer y rentabilizar el negocio. Esta estrategia se basa en un enfoque híbrido, donde se combinan canales de venta propios y alianzas con terceros.

En el caso de Unimarc, el formato e-grocery está orientado principalmente a clientes finales de los grupos socioeconómicos A, B, C1, C2 y C3. Los clientes que compran online buscan completitud de sus pedidos, una entrega en el horario acordado, y un excelente servicio, además de una experiencia de compra rápida y fácil. Estos clientes compran en dos modalidades—la compra planificada y la compra express—y la estrategia híbrida de SMU le permite hacerse cargo de ambas. Su plataforma Unimarc.cl y la App de Unimarc están diseñadas con foco en las compras planificadas, y ofrecen los servicios de despacho a domicilio y puntos de retiro. Los aspectos de la experiencia de compra en Unimarc.cl que más destacan los clientes son los precios, el cumplimiento de los despachos, la completitud de los pedidos y la rapidez del sitio web.

Por otra parte, la Compañía opera con los *last milers* Rappi y Uber Eats para cubrir las compras express. SMU también tiene una alianza con Mercado Libre, el marketplace online más visitado de Chile, representando un canal de ventas online adicional para Unimarc.cl.

Las ventas online representaron un 4,0% de las ventas en tiendas de Unimarc con operaciones online en 2024, un avance con respecto al 2,8% del año 2023.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con un canal de ventas online para sus clientes comerciantes: como parte de la propuesta de valor de Alvi, buscando apoyar a sus clientes en el desarrollo de sus negocios, la página Alvi.cl y la app Club Alvi ofrecen a los socios comerciantes del Club Alvi la opción de realizar sus compras de manera online y recibirlas en su negocio.

2.5.1.6 LOGÍSTICA

SMU utiliza dos sistemas para la entrega de productos a sus tiendas de retail de alimentos en Chile: distribución a través de los proveedores, quienes entregan los productos directamente a cada una de las tiendas, y distribución centralizada, en que los proveedores entregan los productos a los diferentes centros de distribución de la Compañía, y ésta posteriormente distribuye los productos a sus tiendas.

SMU cuenta con nueve centros de distribución ubicados a lo largo de Chile, los que abastecen a las tiendas de Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10. Los centros de distribución que manejan el mayor volumen de productos son los de Lo Aguirre (en Santiago) y Coquimbo. Estos centros utilizan un sistema de cross-docking para optimizar los despachos de productos perecibles y también para suministrar a los otros centros de distribución.

Para los servicios de transportes, la Compañía trabaja con contratistas externos, a través de contratos que generalmente tienen una duración de 12 meses, sujetos a renovación, e incluyen una tarifa ajustable de acuerdo a los precios del petróleo e índices de inflación.

La centralización de la distribución permite lograr eficiencias operativas, especialmente considerando las características geográficas de Chile. Los proveedores pueden entregar sus productos a nueve ubicaciones centralizadas, en lugar de hacerlo a las tiendas individuales en sus múltiples localizaciones en todo el país. En general los proveedores transfieren a la Compañía los ahorros obtenidos a partir de la reducción en su costo logístico, y de esta manera se compensa el mayor costo incurrido por SMU.

Una mayor centralización de la distribución permite una mejor gestión de la cadena de suministro, debido a que la Compañía puede programar los despachos de acuerdo a las necesidades de cada tienda. Asimismo, facilita una mejor administración de inventarios, aumentando la disponibilidad de productos en las tiendas y disminuyendo la merma. La mayor disponibilidad de productos permite un mejor servicio a los clientes, potenciando la venta, beneficiándose tanto los proveedores como SMU.

En los últimos años, SMU ha potenciado sus operaciones logísticas a través de iniciativas de expansión y optimización. Durante 2024, finalizó la implementación del sistema *voice picking* en sus centros de distribución, generando importantes mejoras en la productividad del armado de pedidos. Se avanzó también en los despachos certificados hacia las tiendas que, junto con la digitalización de procesos en distribución, permitió lograr importantes eficiencias a lo largo de la cadena de abastecimiento. Asimismo, duplicó los despachos entre centros de distribución y tiendas utilizando camiones eléctricos, alcanzando un 4% de los despachos en 2024 (comparado con 2% en 2023), avanzando hacia su meta del 10% al año 2025.

2.5.2 SUPERMERCADOS EN PERÚ

Las operaciones de SMU en Perú representaron el 2% de los ingresos de la Compañía en 2024.

Al 31 de diciembre de 2024, la operación de SMU en Perú cuenta con 33 tiendas, correspondientes a dos formatos: supermercados económicos, que operan con la marca Maxiahorro, y supermercados mayoristas, con la marca Mayorsa.

El formato Maxiahorro cuenta con 27 locales y una presencia creciente en la zona norte del país, específicamente el departamento de Piura, donde tiene 19 tiendas, incluyendo seis que se abrieron durante 2024. La Compañía también opera siete tiendas Maxiahorro en Lima y una en el departamento de Ica. Maxiahorro ofrece una propuesta de valor competitiva, atractiva y diferenciada, enfocada en consumidores finales del grupo socioeconómico B-C, con un surtido que cubre todas las necesidades de compra de alimentos de los clientes, incluyendo productos perecibles, como secciones de panadería y pastelería. Lo anterior, sumado a un surtido de abarrotes completo. Mayorsa, por su parte, tiene una estrategia enfocada en clientes comerciantes, operando seis tiendas en el departamento de Lima. En promedio las tiendas en Perú tienen una superficie de venta de aproximadamente 600 metros

Al igual que los formatos que operan en Chile, las propuestas de valor de Maxiahorro y Mayorsa también contemplan un programa de lealtad, el Club Ahorro, que sirve como una herramienta importante para diferenciarse y satisfacer las necesidades de sus clientes con surtidos y promociones atractivas y relevantes.

Las operaciones de SMU Perú se abastecen en un 70%, aproximadamente, a través de dos centros de distribución, uno ubicado en el distrito de Punta Hermosa, al sur de Lima Metropolitana y el otro, en Piura. Este último fue recientemente inaugurado en octubre de 2024 para apoyar la estrategia de crecimiento de la Compañía en la zona norte.

2.5.3 OTROS SERVICIOS

SMU ofrece distintas soluciones en servicios transaccionales y medios de pago que buscan mejorar la experiencia de compra del cliente. En el ámbito de medios de pago, SMU posee su propia Giftcard, la que permite compras en todos los formatos de la Compañía con tiendas físicas en Chile y así como en Unimarc.cl. Adicionalmente, SMU cuenta con la tarjeta de crédito digital “Unipay”, la cual permite realizar compras en las tiendas de Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10 y, desde 2024, en Unimarc.cl y como medio de pago en Unired.cl.

También se aceptan las principales tarjetas de alimentación del mercado, incluyendo la tarjeta de la Junta Nacional de Auxilio Escolar y Becas (“JUNAEB”) en los locales de Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10.

Durante el año 2024, con el objetivo de seguir potenciando la digitalización de pagos de nuestros clientes, se habilitó el pago con QR de la billetera digital MACH (Banco BCI) y el QR interoperable de REDPAY (Redbanc) el cual ha ido integrando nuevas billeteras para su

uso, tales como Prepago Los Héroes y Skipo. Estas billeteras se suman a la de Mercado Pago habilitada el año 2023 para compras a través de QR en Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, lo que va en línea con el propósito corporativo de hacerle la vida más fácil a sus clientes, con foco en la digitalización y el desarrollo de nuevas funcionalidades.

En cuanto a los servicios transaccionales, SMU cuenta con recargas de telefonía y televisión, así como venta de juegos de azar. A través de su coligada Unired, ofrece el pago de servicios a más de 110 empresas de servicios tales como agua, luz, gas, televisión, telefonía celular y fija, autopistas y educación, entre otros.

2.5.4
PROPIEDADES E INSTALACIONES

Las propiedades e instalaciones de SMU al 31 de diciembre de 2024 incluyen 400 tiendas en Chile: 296 locales de Unimarc; 52 locales de Mayorista 10; 16 locales de Super10; y 36 locales de Alvi. Adicionalmente, cuenta con 33 tiendas en Perú: 27 locales de Maxiahorro y seis locales de Mayorsa. Asimismo, cuenta con nueve centros de distribución para el negocio de retail de alimentos en Chile—ubicados en Antofagasta, Coquimbo, Santiago (donde hay tres), Concepción, Puerto Montt, Coyhaique y Punta Arenas; dos centros de distribución en Perú—ubicados en Lima y Piura; y la oficina central, ubicada en Santiago. Adicionalmente, entre 2023 y 2024, la Compañía compró 11 terrenos ubicados en diferentes localidades de Chile, con el objetivo de asegurar ubicaciones para el futuro desarrollo de su negocio de supermercados.

SMU arrienda la gran mayoría de sus propiedades e instalaciones a través de contratos de arrendamiento a largo plazo, y en la mayoría de los casos, por las características de cada contrato de arrendamiento, se clasifican como leasing financiero para efectos contables, de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”). También hay algunas que se adquirieron a través de leasing financiero directamente. Adicionalmente, la Compañía es propietaria de tres tiendas en Chile, cuatro tiendas en Perú y los 11 terrenos mencionados más arriba. Además, cuenta con una participación de un 33% en una sociedad administradora de un fondo privado que es dueño de 11 tiendas operadas por SMU en Chile.

2.6 ESTRATEGIA

SMU busca cumplir con su propósito corporativo, de hacerle la vida más fácil a sus clientes, y con su visión corporativa, de ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de sus clientes y generar valor compartido para todos sus grupos de interés, de manera sostenible. Para ello, la Compañía desarrolla su estrategia a través de procesos de planificación que se describen a continuación.

La planificación estratégica de SMU se lleva a cabo a partir de planes trienales que se diseñan para responder a las oportunidades de mercado y tendencias de industria que la Compañía ha identificado en diferentes ejes de acción, los cuales se describen más abajo. Cada eje cuenta con iniciativas diseñadas para abordar estas oportunidades, y el seguimiento de los avances se realiza en función de objetivos cuantitativos.

En paralelo a esta planificación a mediano plazo, la Compañía realiza una planificación a cinco años para los procesos de desarrollo inmobiliario y logístico, para asegurar la disponibilidad de ubicaciones para nuevas tiendas y la infraestructura necesaria para abastecerlas.

Asimismo, el plan de inversiones se aprueba en forma anual, y adicionalmente se realiza un seguimiento durante el año para evaluar potenciales cambios en las condiciones y resultados esperados de cada proyecto. El plan de inversiones incluye tanto proyectos estratégicos, así como también, proyectos no estratégicos que son necesarios para la continuidad operacional, tomando en consideración las vidas útiles de los principales activos.

Todas estas instancias de planificación son revisadas y aprobadas por el Directorio.

2.6.1 PLAN ESTRATÉGICO 2023-2025

El plan estratégico de SMU para el período 2023 a 2025, aprobado y anunciado en noviembre de 2022, se basa en cuatro ejes: experiencia del cliente, crecimiento omnicanal, eficiencia y productividad y organización comprometida y sostenible, además de contemplar capacidad financiera y tecnología y digitalización como habilitadores transversales fundamentales para lograr la exitosa implementación de los cuatro ejes. Este plan permite a la Compañía seguir construyendo sobre la base de sus fortalezas: una estrategia multiformato enfocada en alimentos, un profundo conocimiento de las necesidades de sus clientes y una gran cobertura geográfica.

Plan Estratégico SMU 2023-2025

2.6.1.1
CRECIMIENTO OMNICANAL

El eje de Crecimiento Omnicanal contempla la apertura de 58 nuevos locales entre 2023 y 2025, además de reconversiones de tiendas Mayorista 10 en Super10 y remodelaciones de tiendas de Unimarc y Alvi. Las nuevas aperturas en Chile—un total de 43 entre los formatos Unimarc, Alvi y Super10—permiten a la Compañía aumentar su cobertura geográfica, entrando en nuevas comunas y creciendo en regiones donde tiene menor participación de mercado. En Perú se consideran 15 aperturas, las cuales se concentran en el norte del país.

Durante 2024, la Compañía logró un avance muy importante en su plan de crecimiento orgánico, abriendo un total de 20 tiendas en los formatos Unimarc (ocho), Maxiahorro (seis), Super10 (cuatro) y Alvi (dos). Estas aperturas se suman a las 14 que se realizaron en el año 2023, alcanzando un total de 34 nuevas tiendas en dos años. Asimismo, en 2024 SMU reconvirtió cinco locales Mayorista 10 en el formato Super10, y remodeló 25 tiendas de Unimarc.

El eje de Crecimiento Orgánico también busca potenciar la oferta online de SMU, satisfaciendo las diferentes necesidades de sus clientes a través de sus plataformas propias, Unimarc.cl y Alvi.cl, y con last milers. Durante 2024, la Compañía expandió la cobertura de los Puntos de Retiro para Unimarc.cl, para que sus clientes tengan más flexibilidad para elegir cuándo y cómo reciben sus compras planificadas. Asimismo, expandió la cobertura de sus operaciones a través de los last milers Rappi y Uber Eats, para satisfacer las compras express. Estas iniciativas contribuyeron al crecimiento de las ventas online de SMU en el año 2024, alcanzando un 21% con respecto al año 2023.

2.6.1.2
EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Las iniciativas en materia de experiencia del cliente están enfocadas en aprovechar el conocimiento de los clientes y la analítica avanzada para potenciar la propuesta de valor en cada formato. Los programas de fidelización representan una herramienta muy relevante para mantener el contacto con los clientes y ofrecerles promociones y surtidos atractivos, así como también para entender sus necesidades y preferencias en un escenario cambiante.

Durante 2024, se lanzaron iniciativas innovadoras en programas de lealtad, como es el primer programa de niveles de fidelidad en la industria de supermercados en Chile, permitiendo a los socios del club disfrutar de ofertas y descuentos exclusivos según su nivel de socio, premiando a los clientes más leales y de mayor compra. Por otra parte, se relanzó el club de lealtad del formato Alvi, con foco en beneficios para clientes comerciantes. Más información en la sección 7.1.2 Fidelización.

Asimismo, la Compañía continuó con el desarrollo de su programa de productos de marcas propias, para satisfacer otro elemento importante en la experiencia del cliente: encontrar un surtido de productos de buena calidad y a precios más convenientes. Durante 2024, SMU lanzó cerca de 200 productos nuevos, y las ventas de marcas propias pasaron a representar el 13% de la venta total en Chile. Más información en la sección 7.1.3 Potenciando El Surtido. La Compañía también avanzó hacia su meta de empaques ecoamigables para productos de marcas propias, alcanzando un 29% del surtido, comparado con un 19% en 2023 y una meta de 50% al año 2025.

2.6.1.3
EFICIENCIA & PRODUCTIVIDAD

La eficiencia operacional es un foco estratégico para SMU que se ha fortalecido en cada uno de sus planes trienales. Su objetivo principal es controlar los gastos operacionales y mejorar la disponibilidad de los productos en los locales, a través de la digitalización, el rediseño de procesos y la incorporación de herramientas tecnológicas, tanto en sus tiendas como en su red logística.

Durante 2024, en el ámbito de procesos en tiendas, la Compañía avanzó con la implementación del modelo operativo Unimarc, donde a través de mayor centralización logística y reposición eficiente, se mejoró la disponibilidad de productos. Al cierre del año, este modelo estaba implementado en más de 220 tiendas del formato. Asimismo, la implementación de nuevos módulos de auto servicio permitió mejorar la experiencia en caja, y también se expandió la cobertura de iniciativas como gestión digital en góndola y tesorería digital, contribuyendo a una mayor productividad en las tiendas.

Con respecto a los procesos logísticos, la tecnología ha tenido un rol importante, y en 2024, la Compañía expandió la cobertura y finalizó la implementación del sistema de voice picking en sus centros de distribución, impulsando la eficiencia en la preparación de pedidos para las tiendas.

Este eje también contempla iniciativas de eficiencia energética, buscando optimizar la gestión y costo de su consumo energético. Durante 2024, se logró la certificación del Sistema de Gestión de Energía bajo la norma ISO 50001 en el 100% de las instalaciones

operadas por SMU Chile. Adicionalmente, se incorporó la electromovilidad en el abastecimiento de locales desde centros de distribución, alcanzando un 4% de los despachos del año.

2.6.1.4
ORGANIZACIÓN COMPROMETIDA Y SOSTENIBLE

Para SMU, la sostenibilidad tiene que ver con la mirada a futuro de la Compañía, y la capacidad de gestionar de forma integral su desempeño económico, social y ambiental. Bajo esta mirada, su plan estratégico contempla iniciativas enfocadas en el cuidado del medio ambiente y la creación de valor compartido. Asimismo, contar con una organización comprometida es fundamental para alcanzar los objetivos y cumplir el propósito de negocio.

Si bien todos los ejes del plan incorporan el Modelo de Sostenibilidad Corporativo de SMU, el eje Organización Comprometida y Sostenible busca impulsar iniciativas relacionadas como la creación de valor compartido, el cuidado del medio ambiente y el compromiso con la diversidad e inclusión.

Con respecto al cuidado del medio ambiente, y como parte de su preocupación por el cambio climático, SMU ha buscado cuantificar y gestionar su huella de carbono, obteniendo nuevamente en 2024 el sello Huella Chile de Cuantificación y el sello Huella Chile de Reducción. Una iniciativa muy relevante para evitar emisiones de gases de efecto invernadero es la reducción del desperdicio de alimentos, con el programa Pronto Consumo y la donación y transformación de alimentos. A través de estas iniciativas, en 2024 se evitó que 7.535 toneladas de alimentos se destinaran a rellenos sanitarios. Además, esta cifra incluye 785 toneladas de alimentos que fueron donados a más de 164 mil personas en situación de vulnerabilidad alimentaria. Al mismo tiempo, al evitar el desperdicio, también se evitó la generación de aproximadamente 4.700 toneladas de emisiones de gases de efecto invernadero.

Como parte de su visión de generar valor compartido para sus grupos de interés, SMU promueva el desarrollo de proveedores PYMEs—al mismo tiempo proporcionando un atractivo surtido de productos regionales a los clientes de Unimarc—a través de su programa 100% Nuestro. Este programa incluye un surtido de más de 1000 productos locales, y el formato busca dar mayor visibilidad a estos productos a través de espacios de venta exclusivos en las tiendas.

2.6.2
PLANES DE INVERSIÓN

Durante 2024, las inversiones de SMU alcanzaron un total de $107 mil millones y se destinaron a iniciativas incluyendo nuevas aperturas, remodelaciones, compras de terreno para desarrollo futuro, mejoras en productividad, desarrollo del e-commerce, la implementación de nuevos módulos para SAP que permitirán mejoras de eficiencia operacional y renovaciones de activos, entre otras. Las inversiones del año 2024 se financiaron utilizando flujos operacionales.

En noviembre de 2022, el Directorio de SMU aprobó el plan estratégico para el período 2023-2025, que contempla inversiones por aproximadamente $265 mil millones, de los cuales, aproximadamente el 50% se destinarían a proyectos de crecimiento omnicanal, y aproximadamente el 25% a proyectos de eficiencia y productividad. El restante 25% se destinaría a inversiones relacionadas con la continuidad operacional.

Asimismo, en diciembre de 2024, el Directorio aprobó el plan de inversiones para el año 2025, por un monto de aproximadamente $120 mil millones. Cerca del 60% de este monto se destinaría a proyectos estratégicos de crecimiento omnicanal, incluyendo nuevas aperturas, remodelaciones y el desarrollo del e-commerce. El plan también contempla inversiones en iniciativas de eficiencia y de continuidad operacional, incluyendo la renovación de activos y la implementación de nuevos módulos para SAP. Dichas inversiones se financiarán principalmente utilizando los flujos operacionales de la Compañía. Cabe mencionar que tanto los proyectos como el monto total de inversión asociados con el plan están siempre sujetos a modificaciones, pudiendo ser afectados por factores endógenos o exógenos que afecten el desarrollo del negocio.

2.6.2.1
INNOVACIÓN

Como parte de su estrategia de crecimiento y compromiso con la excelencia, SMU continúa explorando nuevas oportunidades para mejorar la experiencia de sus clientes y optimizar sus operaciones a través de la innovación, un elemento importante dentro de su plan estratégico. En el año 2024, la Compañía destinó aproximadamente $1.100 millones a iniciativas innovadoras, destacándose la expansión de proyectos como gestión digital en góndola, tesorería digital, procesos ágiles y flejes electrónicos, entre otros.

Con el objetivo de seguir desarrollando y piloteando nuevas ideas que pudiesen generar valor, internamente la Compañía promueva un programa denominado Tu Idea La Lleva, el que invita a colaboradores a postular con ideas relacionadas con experiencia de clientes, excelencia operacional, disminución de la brecha y sostenibilidad. Un caso de éxito de este programa fue la iniciativa “Protector ECO”. Esta idea permite reducir el uso de plástico film en el embalaje de pallets en la División Logística, reemplazándolo por una opción reutilizable. De esta forma se reduce la generación de residuos, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

2.7 INDUSTRIA DE SUPERMERCADOS

2.7.1 MERCADOS EN LOS QUE OPERA SMU

SMU opera supermercados y otras tiendas de retail de alimentos en Chile y Perú. En estos países, la población total es de, aproximadamente, 54 millones de personas, de acuerdo con la agencia de estadísticas de cada país al 31 de diciembre de 2024.

Chile es el mercado más importante en términos de ingresos de las actividades ordinarias para SMU: durante el año 2024, los ingresos de estas operaciones representaron el 98% de los ingresos consolidados de la Compañía. La población de Chile al 31 de diciembre de 2024 es de, aproximadamente, 20 millones de habitantes, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas (“INE”). El país experimentó un crecimiento del PIB de 11,3% en 2021, 2,2% en 2022, 0,5% en 2023 y 2,6% en 2024, según lo informado por el Banco Central de Chile. Los salarios reales de Chile disminuyeron 0,3% en 2021 y 1,7% en 2022, aumentaron 3,6% en 2023 y 2,7% en 2024, mientras que la tasa de desempleo fue de 8,8% en 2021, 7,9% en 2022, 8,7% en 2023 y 8,5% en 2024, de acuerdo al INE.

El índice de precios al consumidor (IPC) de Chile aumentó 7,2% en 2021, 12,8% en 2022, 3,9% en 2023 y 4,5% en 2024. El índice de precio de alimentos (IPA) de Chile aumentó 5,5% en 2021, 24,7% en 2022, 5,2% en 2023 y 3,5% en 2024, de acuerdo con el INE.

Las operaciones de SMU en Perú contribuyeron el 2% de los ingresos consolidados de la Compañía en 2024. Perú tiene una población de, aproximadamente, 34 millones de habitantes, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) al 31 de diciembre de 2024. El país experimentó un crecimiento del PIB de 13,4% en 2021, 2,8% en 2022, una disminución del 0,4% en 2023 y un crecimiento de 3,3% en 2024, de acuerdo con el Banco Central de Reserva del Perú.

2.7.2 LA INDUSTRIA DE LOS SUPERMERCADOS EN CHILE

Al 31 de diciembre de 2024, de acuerdo al INE, la industria de supermercados en Chile estaba compuesta por 1.367 tiendas, incluyendo hipermercados, supermercados y otras tiendas de retail de alimentos con un mínimo de tres cajas. El INE estima que el tamaño de esta industria alcanzó $16,8 billones a diciembre de 2024.

Los principales competidores que enfrenta SMU incluyen hipermercados, supermercados, tiendas mayoristas, almacenes, tiendas de conveniencia y mercados abiertos. En esta industria altamente competitiva, los principales factores que permiten diferenciarse y atraer a clientes incluyen las ubicaciones de las tiendas, precios, surtido, calidad, atención al cliente y eficiencia en los procesos.

Durante los últimos años, se han producido fuertes cambios en los hábitos de consumo de las personas en Chile, comenzando en 2020, cuando las restricciones impuestas por el gobierno durante el primer año de la pandemia, para prevenir contagios, generaron una fuerte reducción en el tráfico y flujo de las personas en las tiendas y, por ende, en el número de transacciones, acompañado por un aumento en el ticket promedio.

Estas tendencias se fueron revirtiendo hacia fines del año, producto del levantamiento de restricciones y de los avances en la vacunación de la población, y se observó una fuerte recuperación en las transacciones que continuó en los años siguientes. Durante 2021, además se vio el impacto de la liquidez generada por iniciativas como los retiros de ahorros previsionales y el Ingreso Familiar de Emergencia, lo que impulsó el consumo discrecional, con mayores compras de productos no alimentarios en los supermercados, y también muchos consumidores mostraron una preferencia por productos de mayor sofisticación.

Durante 2022, producto de los altos niveles de inflación y la caída del PIB, las preferencias de los consumidores volvieron a ajustarse, esta vez hacia productos y canales de venta que facilitan el ahorro, tendencia que se profundizó en el año 2023. Los ingresos de las personas se vieron afectados por el complejo entorno económico, por lo que compraban en menores cantidades y buscaban sustituir productos por opciones más económicas. En el caso de SMU, estas conductas se vieron reflejadas en un menor ticket promedio; sin embargo, el número de clientes y el número de transacciones aumentó.

Si bien los niveles de inflación se moderaron en el año 2024, se mantuvo un escenario económico complejo que se vio reflejado en la debilidad del consumo. Los consumidores buscaron oportunidades de ahorro, a través de la sustitución mencionada más arriba, pero también comprando en diversos canales, en búsqueda de las mejores ofertas para cada producto en su lista.

Con respecto a los canales de venta online, o e-grocery, luego del fuerte crecimiento que experimentó este segmento en 2020 y 2021 relacionado con la crisis sanitaria, en 2022 se comenzó a ver una desaceleración en el crecimiento, reactivándose el canal físico, manteniéndose más estable en los años siguientes. Los clientes emplean canales físicos y digitales de manera compartida, buscando una propuesta de valor coherente en todos los canales.

Los principales competidores de SMU en Chile incluyen supermercados tradicionales, económicos e hipermercados. Según las estimaciones de la Compañía, Walmart Chile es la cadena de supermercados más grande de Chile en términos de ingresos, operando alrededor de 400 tiendas bajo las marcas Lider, Lider Express, Super Bodega aCuenta y Central Mayorista. Cencosud es el segundo operador más grande en Chile en términos de ingresos, con aproximadamente 250 hipermercados y supermercados bajo las marcas Jumbo, y Santa Isabel 31 de diciembre de 2024. SMU es el tercer mayor operador en términos de ingresos, con 400 tiendas. Tottus es la cuarta cadena más grande en términos de ingresos, operando aproximadamente 70 hipermercados y supermercados.

El formato Alvi compite en el segmento de supermercados mayoristas, que incluye tiendas que abastecen a almacenes, restaurantes y consumidores finales. Este segmento opera en tres canales: tiendas de autoservicio (incluyendo Alvi), tiendas de mesón y distribuidores mayoristas. Adicionalmente, los proveedores distribuyen sus productos en forma directa a almacenes y restaurantes. Los principales competidores en este segmento al 31 de

diciembre son: Fruna, con alrededor de 60 tiendas de mesón, y Central Mayorista, con 13 tiendas de autoservicio, además de otros operadores pequeños.

Por su parte, las tiendas Mayorista 10 y Super10 compiten principalmente con Super Bodega aCuenta (Walmart), así como también con otros supermercados minoristas y mayoristas.

En el segmento e-commerce, SMU opera a través de las plataformas propias Unimarc.cl y Alvi.cl; alianzas con el last miler Rappi y el marketplace Mercado Libre; y su presencia en el last miler Uber Eats. Los principales competidores de la Compañía también cuentan con sus propias plataformas online, así como también, alianzas con last milers.

Considerando sus diferentes formatos, en el caso de SMU, la participación del mercado de supermercados en Chile alcanzó un 17% en 2024.

2.7.3
LA INDUSTRIA DE LOS SUPERMERCADOS EN PERÚ

SMU está presente en el mercado de retail de alimentos de Perú a través de sus supermercados económicos, dirigidos al cliente final, bajo la marca Maxiahorro, y sus tiendas mayoristas, bajo la marca Mayorsa. De acuerdo con información financiera publicada por los otros actores de la industria y con las estimaciones de la Compañía, el tamaño de la industria de supermercados en Perú para el año 2024 se estimó en aproximadamente US$5,9 mil millones, con lo que SMU Perú alcanzaría una participación de mercado de aproximadamente 1,2% al cierre del año.

Perú, en comparación con otras economías latinoamericanas, presenta una muy baja participación del canal moderno, siendo el comercio tradicional, conformado por mercados, ferias, bodegas y almacenes, las que juegan un importante papel en esta industria.

Los líderes del canal moderno en Perú son InRetail, que opera los formatos supermercados, hard discount y cash & carry a través de las marcas Plaza Vea, Vivanda, Mass y Makro; Cencosud, que opera supermercados a través de sus marcas Wong y Metro; y Falabella, que opera supermercados e hipermercados con sus marcas Tottus e Hiperbodega Precio Uno. Recientemente se han sumado nuevos actores que operan formatos de ahorro, como el grupo Vega y el grupo Ajeper, con su formato llamado 3A. Adicionalmente, existen varios operadores de tiendas de menor tamaño que ofrecen ubicaciones de mayor proximidad a los clientes, con un surtido reducido, incluyendo las marcas Tambo y OXXO.

SOSTENIBILIDAD
EN SMU

SMU busca agregar valor económico, ambiental y social en **toda su actividad y líneas de negocio,** dentro de un marco de comportamiento corporativo íntegro y transparente.

La Compañía posee un modelo de sostenibilidad que abarca todas las áreas, el cual se soporta en el desarrollo continuo de sus colaboradores, fomento del trabajo responsable con sus proveedores, el impulso de mejoras continuas para responder a las exigencias de sus clientes, el compromiso con el cuidado del medio ambiente, y la contribución a la comunidad.

Los avances de la gestión de sostenibilidad de SMU están alineados con 11 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible ("ODS") de la Agenda Global impulsada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

3.1 GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD

SMU tiene un enfoque integral de la sostenibilidad, sobre el cual se estructuró el propósito corporativo: “Con Cercanía, hacemos la vida más fácil a nuestros clientes”. La gestión sostenible del negocio tiene como base el Código de Ética y Conducta de Negocios, la Política de Sostenibilidad y el Modelo de Sostenibilidad Corporativo. Asimismo, para establecer una gobernanza para la sostenibilidad que involucre a todas las áreas de la organización, la Compañía cuenta con un Comité de Personas y Sostenibilidad integrado por miembros del Directorio y de la Administración. (Más información en Sección 4.2.3.4.)

La gestión de la sostenibilidad en SMU se basa en ocho ejes: (1) Gobernanza; (2) Fomentar una cultura de la integridad y la gestión ética; (3) Somos una empresa de personas; (4) El cliente al centro; (5) Abastecimiento responsable; (6) Compromiso con la sociedad; (7) Nos preocupamos por el medio ambiente; y (8) Desempeño financiero. En cada uno de los ejes, se han definido enfoques de gestión, correspondientes a los énfasis que se dará al trabajo en sostenibilidad dentro de la organización.

En 2024 se realizó una actualización de la Política de Sostenibilidad, incorporando tres nuevas declaraciones de compromiso: (1) Declaración sobre Lobby y Asociaciones Gremiales, (2) Declaración de Salud y Nutrición en la Alimentación y (3) Declaración sobre Packaging Sostenible.

Tal como se detalla a lo largo de esta memoria integrada, la Compañía ha logrado avances importantes en iniciativas de diversidad e inclusión, abastecimiento responsable, debida diligencia en derechos humanos y cambio climático, abordando materias como empaques sostenibles, huella hídrica, no desperdicio de alimentos, y eficiencia energética. Asimismo, cuenta con objetivos cuantitativos que permitirán medir sus avances en los próximos años.

Reflejo de lo anterior es el ingreso de SMU, a fines del año 2024, a los índices de Sostenibilidad Dow Jones Chile y MILA. En la edición 2024 del *S&P Corporate Sustainability Assessment*, SMU alcanzó un puntaje de 68/100, mejorando seis puntos respecto al año anterior, calificando así para ingresar a ambos índices.

Este resultado ubica a SMU en el primer lugar de la industria minorista de alimentos y productos básicos en Chile, el segundo en Latinoamérica y el octavo a nivel mundial, dentro del 3% de las empresas mejor evaluadas globalmente.

En 2024 SMU calificó por primera vez para los índices de Sostenibilidad Dow Jones Chile y MILA, un importante reconocimiento a su gestión ambiental, social y de gobernanza

MODELO DE **SOSTENIBILIDAD**

Avances y Compromisos en Gestión Sostenible

Temas	Avances 2024	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
GOBERNANZA		
Mejores prácticas de gobierno corporativo	• Implementación de software de gestión de riesgos, permitiendo robustecer los procesos y el seguimiento • Actualización de la Política de Sostenibilidad, incorporando declaraciones sobre lobby y asociaciones gremiales; salud y nutrición en la alimentación; y packaging sostenible	 Contribuye a metas: • 16.4 • 16.5 • 16.10
CULTURA DE LA INTEGRIDAD Y LA GESTIÓN ÉTICA		
Gestión ética **Libre competencia** **Protección al consumidor** **Privacidad de datos**	• Capacitación en prevención de acoso laboral y sexual a 91% de colaboradores	 Contribuye a metas: • 5.1 • 5.2 • 16.5 • 16.10
SOMOS UNA EMPRESA DE PERSONAS		
Inclusión & Diversidad **Desarrollo de personas** **Relaciones laborales** **Gestión de personas**	• Certificación del Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal bajo los estándares de la Norma Chilena NCh:3262 para Alvi • Un 22% más de participantes del programa de personas cuidadoras el año 2024 vs. 2023 • Indicador de satisfacción general de encuesta compromiso 2024: 74,3%, el mejor resultado desde el año 2020	 Contribuye a metas: • 1.2 • 5.1 • 5.5 • 8.5 • 8.8 • 10.2 • 16.7

Temas	Avances 2024	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
CLIENTE AL CENTRO		
Mejor experiencia **Consumo responsable** **Marcas propias**	• Campañas promocionales que ayudan a optimizar el presupuesto familiar de los clientes • Lanzamiento primer programa de niveles de socios como parte del Club Unimarc • Implementación programa “Impulsa tu Negocio”, fondo concursable para ayudar a socios del Club Alvi a desarrollar sus negocios • Desarrollo de marcas propias: 180 lanzamientos de productos y 29% del surtido con packaging ecoamigable (19% en 2023)	 Contribuye a metas: • 2.1 • 12.5
ABASTECIMIENTO RESPONSABLE		
Gestión de riesgos en cadena de abastecimiento **Desarrollo de proveedores locales**	• Programa de mentorías a 26 proveedores 100% Nuestro (en alianza con Simón de Cirene) • Renovación del Sello Mi Compromiso PYME de EY y Unión Emprendedora • Charlas y talleres para pequeños proveedores de frutas y verduras (en alianza con INDAP) • 193 espacios exclusivos para promover la venta de productos del programa 100% Nuestro	 Contribuye a metas: • 2.3 • 8.3 • 17.17

Temas	Avances 2024	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
COMPROMISO CON LA SOCIEDAD		
Desarrollo regional **Ser buen vecino** **RSE y aportes sociales**	• Campaña Unidos 2024: apoyo a Fundación Las Rosas y Club de Leones Cruz del Sur con $13 millones para cada una • Campaña Teletón 2024: aporte de $1.374 millones • Fondo Descúbreme 2024: recaudación en caja financia 11 proyectos sociales para desarrollo de personas con discapacidad cognitiva (213 beneficiarios directos)	 Contribuye a metas: • 2.1 • 10.2 • 17.17
NOS PREOCUPAMOS POR EL MEDIO AMBIENTE		
Cuidado del medio ambiente **Gestión de residuos**	• Toneladas de alimentos no desperdiciados aumentan en 9,2% vs. 2023 • Consumo de energía de fuentes renovables alcanzó 14,3% en 2024 (vs. 12,1% en 2023) • Certificación ISO 50.001 del Sistema de Gestión de Energía para operaciones en Chile • Despachos de CDs a tiendas con camiones eléctricos: 4% (vs. 2% en 2023) • Reducción de 6.314 m3 en el agua extraída y de 613 m3 en el agua consumida, en CD Lo Aguirre vs. 2023	 Contribuye a metas: • 6.3 • 7.2 • 7.3 • 12.2 • 12.3 • 12.5 • 13.2 • 13.3
DESEMPEÑO FINANCIERO		
Crecimiento con rentabilidad	• Colocación de cuatro bonos locales por un total de UF 5,5 millones, permitiendo aplanar el calendario de vencimientos	

3.2 GRUPOS DE INTERÉS

SMU busca establecer relaciones de largo plazo con sus grupos de interés, promoviendo un diálogo constante, con el objetivo de establecer relaciones responsables, transparentes y sostenibles con cada uno de ellos.

El modelo de Gestión de Grupos de Interés de SMU contempla, por una parte, que cada grupo se relaciona principalmente con su *stakeholder manager,* o área especializada. Por ejemplo, en el caso del grupo de interés medios de comunicación, su contacto principal es con el área de Comunicaciones Externas. Por otra parte, en los casos pertinentes, la Compañía establece mesas de trabajo integradas por distintas áreas, y que están encargadas de establecer planes de acción y materias de priorización.

Para identificar los principales grupos de interés, se llevó a cabo un análisis de todas las partes interesadas, y se efectuó un proceso de priorización a partir de los criterios de capacidad y criticidad.

Stakeholders Relevantes de SMU

3.2.1
CANALES DE COMUNICACIÓN

SMU busca promover la transparencia y el contacto permanente con sus grupos de interés, abriendo espacios de diálogo que permitan una retroalimentación fluida y lograr detectar oportunidades de mejora. Para ello, la Compañía ha habilitado diversos canales de comunicación.

El Canal de Denuncias y Consultas de SMU está disponible, tanto para sus colaboradores, así como también para terceros, a través de la página web de la Compañía. Para más información, ver 5.1.2 Canal de Denuncias y Consultas.

La página web de SMU es el principal canal—disponible de forma transversal para todos los grupos de interés—para la entrega de información acerca de sus negocios, principales riesgos y situación financiera, económica y legal. En la página se publica información general acerca de la Compañía, así como noticias, hechos esenciales, estados financieros, la memoria integrada y presentaciones, entre otras. El área de Relación con Inversionistas está disponible para aclarar dudas acerca de estas materias, y adicionalmente, cada grupo de interés puede contactar a su *stakeholder manager*.

A continuación, se detallan los otros canales de comunicación específicos disponibles para los diferentes grupos de interés.

Canales de Comunicación

Grupos de Interés	Stakeholder Manager	Actividades que Tienen Impacto en los Grupos de Interés	Canales de Comunicación
Accionistas e inversionistas	Relación con Inversionistas	Contribuir a la rentabilidad de sus inversiones.	Contacto vía e-mails, llamadas telefónicas y reuniones. Conferencias telefónicas trimestrales y juntas de accionistas.
Asociaciones gremiales y empresariales	Asuntos Públicos	Promover instancias colaborativas con el objeto de proponer mejorar en materia regulatoria y compartir buenas prácticas que busquen la sostenibilidad y la gobernanza en las empresas.	Participación activa de representantes de SMU en las diferentes instancias de diálogo que existen en las distintas asociaciones: consejo, directorio, comités, mesas de trabajo, entre otras.

Grupos de Interés	Stakeholder Manager	Actividades que Tienen Impacto en los Grupos de Interés	Canales de Comunicación
Autoridades: Reguladoras y Sectoriales	Asuntos Públicos	Aportar en el proceso de formulación del marco regulatorio, participar en alianzas público-privadas y en la gestión de contingencias que enfrenta el país.	El relacionamiento se realiza a través de audiencias solicitadas por plataforma de ley del lobby, reuniones y mesas de trabajo convocadas por la autoridad y también a instancias gremiales.
Bancos, bonistas y acreedores	Planificación Financiera	Contribuir a la rentabilidad de sus acreencias.	Contacto incluyendo e-mails, llamadas telefónicas y reuniones.
Clientes	Clientes & Marketing	Proporcionar productos y una experiencia de compra que respondan a las necesidades de los clientes.	Encuestas de NPS (experiencia de compra), línea 600, redes sociales, libro de sugerencias y reclamos en locales, campañas informativas, aplicaciones digitales, campañas de publicidad.
Comunidad	Sostenibilidad	Locales que operan siendo un Buen Vecino, manteniendo un relacionamiento cercano y que contribuye al desarrollo de la comunidad.	Contacto a través del área de Relaciones Comunitarias; comunicaciones a través de redes sociales.
Colaboradores y sindicatos	Relaciones Laborales	Oportunidades de trabajo que buscan el desarrollo laboral y bienestar de los trabajadores, así como el buen relacionamiento con ellos y las organizaciones que los representan.	Reuniones con organizaciones sindicales; red de asistentes sociales; campañas de comunicación a través de correos, diarios murales, pantallas informativas, etc.; encuestas internas; gestión de desempeño; plataforma online de capacitación y comunicaciones.
Medios de comunicación	Comunicaciones Externas	Proporcionar data transparente que permita responder a las necesidades de información de la ciudadanía y difusión de la empresa.	Contacto vía e-mails, plataformas de mensajería digital, llamadas telefónicas y reuniones presenciales o virtuales. Comunicados de prensa y redes sociales.

Grupos de Interés	Stakeholder Manager	Actividades que Tienen Impacto en los Grupos de Interés	Canales de Comunicación
Proveedores	Comercial/ Procurement	Compras de productos y servicios, a través de procesos transparentes y objetivos, que permiten disponibilizar productos a clientes, así como la continuidad del negocio.	Contactos para atención a proveedores, reuniones de trabajo, Defensoría del Proveedor.

Mejora Continua

Las necesidades de información de los diversos grupos de interés de SMU van cambiando en el tiempo, y la Compañía busca satisfacer dichas necesidades, aplicando procedimientos de mejora continua. Para la elaboración de su memoria integrada, realiza anualmente un proceso de materialidad que incorpora el levantamiento de información primaria desde los grupos de interés, tales como colaboradores, clientes, vecinos, proveedores y autoridades, entre otros, para entender sus preocupaciones y la información que por sobre todo les interesa conocer de la Compañía. El objetivo de ese proceso es asegurar que las materias de interés de cada grupo queden reflejadas en la memoria.

En 2024, se efectuó un proceso de doble materialidad que consideró un exhaustivo levantamiento de información secundaria y primaria, con la participación de los grupos de interés, siguiendo los lineamientos del GRI (*Global Reporting Initiative*). En este proceso se contó con el apoyo de una asesora externa. Para más información, ver Sección 13.2 Asuntos Materiales.

Además del proceso de materialidad, la Compañía incorpora los requerimientos de diversos cuestionarios y evaluaciones que ha completado a lo largo del año, complementando sus revelaciones al mercado, ya sea a través de la memoria integrada u otros documentos que publica en su página web.

3.2.2
PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES GREMIALES E INSTITUCIONES EMPRESARIALES

SMU participa a través de sus representantes en diferentes asociaciones gremiales e instituciones empresariales en instancias tales como Consejo, Directorios, Comités, Grupos de Trabajo, Círculos, entre otros, con el objeto de conocer el entorno público, contribuir en el mejoramiento de legislación y regulación, compartir buenas prácticas, como también aprender de programas implementados en otras industrias. Las materias abordadas son amplias y variadas, destacándose las siguientes: sostenibilidad, ética y gobernanza, personas, consumidores, medio ambiente, aprovisionamiento responsable, temas sanitarios, entre otras. Además de las materias, cabe destacar que se realiza seguimiento a proyectos de ley con impacto en la industria de supermercados.

Participación en Asociaciones Gremiales e Instituciones Empresariales Durante 2024

Organización	Tipo	Descripción	Participación
Asociación de Supermercados de Chile (ASACH)	Asociación gremial	Asociación gremial que agrupa a los principales supermercados del país	Directorio y Comités Legal, Laboral, Sostenibilidad, Salud y Seguridad
Cámara de Comercio de Santiago	Asociación gremial	Asociación gremial que reúne a empresas del sector comercio	Consejo, Directorio y Comités Sostenibilidad, Asuntos Corporativos, Cumplimiento y Personas
Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)	Asociación gremial	Federación gremial que agrupa a empresas, asociaciones sectoriales y gremios regionales vinculados al sector industrial chileno	Consejo General; Mesas de trabajo: Sofofa CX Clientes, Personas y Desarrollo Pymes, Comisión de Inclusión Laboral y REIN (Red de Empresas Inclusivas)
Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC)	Asociación gremial	Federación gremial que reúne a empresas de comercio, servicios y turismo de Chile	Encuentros, charlas y webinars sobre materias de interés tales como laboral, consumidores y seguridad

Organización	Tipo	Descripción	Participación
Cámara Franca Punta Arenas	Asociación gremial	Asociación gremial que reúne a empresas que operan en la Zona Franca de Punta Arenas	Membresía
ICARE	Organización empresarial	Organización de vinculación empresarial	Círculos de Directores, Encuentros y Charlas
The Consumer Goods Forum (CGF)	Organización empresarial	Organización internacional que reúne a retailers y proveedores de bienes con el fin de asegurar la confianza del consumidor	Membresía
Bolsa de Clima de Santiago (SXC)	Bolsa Climática	La primera bolsa climática privada del hemisferio sur, cuyo objetivo es la creación y desarrollo de la industria de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero en Chile y la región	Directorio
Pacto Global	Asociación empresarial	Iniciativa de las Naciones Unidas buscando que empresas y organizaciones alineen sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados sobre derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción	Empresa Adherente
ACCIÓN Empresas	Organización empresarial	Organización sin fines de lucro que agrupa a más de 130 grandes empresas con la voluntad de gestionar sus negocios de manera sostenible	Comités de Ética y Gobernanza, Aprovisionamiento Responsable y Personas y Trabajo. Participación además en el APL de Transición a la Economía Circular

Organización	Tipo	Descripción	Participación
Generación Empresarial	Organización empresarial	Entidad sin fines de lucro abocada a promover y potenciar la ética en el mundo del trabajo, situando al ser humano en el centro de las decisiones y acciones de cada organización	Comité de Ética y Gobernanza
Cámara de Comercio de Lima	Asociación gremial	Gremio empresarial que reúne a más de 15.000 asociados de diversos sectores de Perú	Membresía
Cámara Chileno Peruana	Asociación gremial	Asociación gremial sin fines de lucro abocada, desde 1980, a la promoción de la integración económica y cultural entre Chile y Perú	Membresía
Red de Empresas Interculturales (REI)	Organización empresarial	Organización que agrupa a empresas que trabajan por generar espacios de encuentro, reflexión, e incidencia en torno a la interculturalidad y la inclusión de personas migrantes en el ámbito laboral	Membresía
Red Activa	Organización empresarial	Comunidad de empresas comprometidas con la equidad de género, la diversidad y las políticas inclusivas en el ámbito laboral	Membresía

Durante el año 2024, la Compañía pagó un total de $167,4 millones correspondiente al costo de las membresías de estas organizaciones. Las actividades realizadas corresponden a la ejecución de mesas de trabajo, instancias de formación, charlas y publicaciones, entre otras. Los fondos no se destinan a aportes políticos.

Influencia Política

Categoría	Moneda	2024	2023	2022	2021
Lobby; representación de intereses; similar	CLP	0	0	0	0
Campañas/ organizaciones/ candidatos políticos locales, regionales o nacionales	CLP	0	0	0	0
Asociaciones gremiales, organizaciones empresariales, NGOs, etc.	CLP	167.447.112	176.240.568	139.067.089	125.872.121
Otros (ej. gastos en plebiscitos o proyectos de ley)	CLP	0	0	0	0
Total contribuciones y otros gastos	**CLP**	**167.447.112**	**176.240.568**	**139.067.089**	**125.872.121**

Con respecto a las contribuciones a asociaciones gremiales detalladas en la tabla anterior, a continuación, se describen las tres mayores. Cabe señalar que no es posible abrir los montos para atribuirlos a algún tema o causa en particular, dado que SMU participa en estas asociaciones específicamente para aportar con su visión y conocimiento con todos los temas relevantes que sean de interés de la industria de supermercados y del país.

Mayores Contribuciones

Nombre de la organización	Descripción	Total pagado en 2024 (CLP)
Asociación de Supermercados de Chile (ASACH)	Asociación gremial integrada por los principales supermercados del país. “La Asociación de Supermercados pretende contribuir al desarrollo de la industria y colaborar técnicamente con iniciativas que potencien su aporte a la calidad de vida de las personas y al desarrollo sustentable del país”. Principales temáticas abordadas en 2024: • Clientes: proyecto de ley Sernac Te Protege, así como otros temas asociados a consumidores. • Seguridad: proyecto de ley de seguridad privada, buenas prácticas en la prevención de delitos y la persecución penal eficaz, como también con el gobierno nacional y los gobiernos regionales. • Laboral: Regulaciones con impacto como la ley de 40 horas, Ley Karin, Ley de Inclusión Laboral. • Inocuidad alimentaria y aseguramiento de calidad: asuntos reglamentarios y alertas enviadas por la autoridad sanitaria como Ley de Etiquetado de Alcoholes. • Protección y tratamiento de datos personales.	63.751.694

Nombre de la organización	Descripción	Total pagado en 2024 (CLP)
SOFOFA	Asociación gremial que agrupa a empresas, asociaciones empresariales y sectoriales vinculados al sector industrial chileno. La organización incide en las políticas públicas en temas relacionados con un Chile más inclusivo, oportunidades de negocios sostenibles y desarrollo regional que sugieren una economía más diversificada y una gran descentralización. Principales temáticas abordadas en 2024: • Clientes: proyecto de ley Sernac Te Protege; instrumento de medición CX que tiene como objetivo la mejora de la experiencia del ciudadano en el consumo de bienes y servicios y el conocimiento de los clientes sobre el trabajo realizado por las empresas.	48.661.252
Red Activa	Comunidad de empresas comprometidas con la equidad de género, la diversidad y las políticas inclusivas en el ámbito laboral Los principales temas abordados durante 2024 son: • Equidad de Género • Diversidad e Inclusión • Estereotipos de Género en el Trabajo • Buenas Prácticas Empresariales Estos temas se trabajan a través de conversatorios, medición de indicadores y difusión de experiencias entre las empresas participantes.	11.884.624

3.3 CREACIÓN DE VALOR

En 2024, SMU generó un valor económico que alcanzó a **M$2.897.032.523,** superior en **M$25.825.012** respecto de 2023.

Del total del valor económico generado, SMU distribuyó **M$2.877.277.277** entre sus grupos de interés. La diferencia entre lo generado y lo distribuido alcanzó a **M$19.755.246** que corresponde al valor retenido por la Compañía.

VALOR ECONÓMICO **GENERADO 2024**[1]

M$2.897.032.523

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO[2]

M$2.877.277.277

M$2.463.930.405
GASTOS OPERACIONALES[3]

M$299.896.939
REMUNERACIONES Y BENEFICIOS SOCIALES[4]

M$113.449.933
PAGOS A PROVEEDORES DE CAPITAL[5]

VALOR ECONÓMICO RETENIDO

M$19.755.246

Notas

(1) Ingresos de actividades ordinarias + ingresos financieros.

(2) El monto de valor económico distribuido no incluye impuestos pagados al estado porque en 2024 SMU registró un ingreso por impuestos a la renta y no un gasto.

(3) Costo de ventas + costo de distribución + gastos de administración - gastos del personal.

(4) Gastos del personal.

(5) Costos financieros + dividendos pagados

GOBERNANZA

La estructura de gobierno corporativo en SMU busca fomentar una **gestión efectiva y sostenible,**

a través de la asignación de roles y responsabilidades y el desarrollo de prácticas y políticas que permiten evaluar y guiar las acciones de toda la organización en forma permanente, para que pueda alcanzar sus objetivos estratégicos. Como parte de sus prácticas de gobierno corporativo, SMU ha fortalecido la función de gestión de riesgos al interior de la empresa, con el objetivo de identificar potenciales impactos para el negocio, de tal forma de resguardar su permanencia en el tiempo, y en consecuencia la creación de valor para sus accionistas y demás grupos de interés.

TEMAS	AVANCES 2024	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Mejores prácticas de gobierno corporativo	Implementación de software de gestión de riesgos, permitiendo robustecer los procesos y el seguimiento. Actualización de la Política de Sostenibilidad, incorporando declaraciones sobre lobby y asociaciones gremiales; salud y nutrición en la alimentación; y packaging sostenible	 Contribuye a metas: 16.4 16.6 16.10

4.1 ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO

SMU ha construido una estructura de gobierno corporativo que busca fomentar una gestión efectiva, ética y sostenible, a través de la asignación de roles y responsabilidades y el desarrollo de prácticas y políticas que permiten evaluar y guiar las acciones de toda la organización en forma permanente, para que pueda alcanzar sus objetivos estratégicos.

El gobierno corporativo de SMU es liderado por el Directorio que se compone de nueve miembros titulares, quienes son responsables de fijar la estrategia general de la Compañía, para lo cual debe revisar y aprobar los planes estratégicos y de inversiones propuestos por la Administración y monitorear los avances y resultados de estos. El Directorio realiza un seguimiento permanente del desempeño de las diferentes unidades de negocio de la Compañía y revisa y da seguimiento de manera mensual al informe de gestión reportado por la Administración. Entre los aspectos revisados por el Directorio como parte de su supervisión y toma de decisiones, incluyen los impactos de las diferentes iniciativas de la Compañía en los ámbitos económicos, sociales, ambientales y de respeto a los derechos humanos.

Para una mejor gestión de las distintas materias relevantes y para garantizar el buen funcionamiento del Gobierno Corporativo de la Compañía, ésta cuenta con diferentes comités especializados integrados por directores, los que gestionan temas de auditoría y riesgos; personas y sostenibilidad; inversiones; cumplimiento; y estrategia; además del Comité de Directores exigido por la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. La designación de los miembros de cada comité tiene en consideración las experiencias y habilidades de cada director.

La Administración de SMU es liderada por su gerente general, con dependencia directa del Directorio y a quien le reportan 12 gerencias corporativas, tal como se puede observar en el organigrama en la página 58. Asimismo, la Compañía cuenta con tres áreas que dependen directamente del Directorio, siendo independientes de la Administración. Estas son Contraloría; Cumplimiento y Prevención de Delitos; y Cumplimiento Libre Competencia.[1]

SMU cuenta con un Código de Ética y Conducta de Negocios que define los principios y lineamientos que deben guiar el actuar del Directorio, de la Administración, de los colaboradores de la Compañía, y de terceros que se relacionan con ella, como contratistas, asesores y otros proveedores.

[1] Adicionalmente, de acuerdo a lo requerido por la NCG 30 de la CMF, se informa que la estructura organizacional de SMU incluye la gerencia de sostenibilidad, que depende de la gerencia corporativa de personas y sostenibilidad; la gerencia de comunicaciones externas, que depende de la gerencia corporativa legal y asuntos externos; la gerencia de auditoría interna, que depende de la gerencia corporativa de contraloría; y las gerencias de control interno y de relación con inversionistas, ambas con dependencia de la gerencia corporativa de administración y finanzas.

ESTRUCTURA
GOBIERNO CORPORATIVO

DIRECTORIO

JUAN DAVID QUIJANO
GERENTE CORPORATIVO
DE CONTRALORÍA

PAULA VÁSQUEZ
OFICIAL DE CUMPLIMIENTO
Y PREVENCIÓN DEL DELITO

PASCALE FOUILLIOUX
OFICIAL CUMPLIMIENTO
LIBRE COMPETENCIA

MARCELO GÁLVEZ
GERENTE GENERAL

ARTURO SILVA
GERENTE CORPORATIVO
DE ADMINISTRACIÓN
Y FINANZAS

LUISA ASTORINO
GERENTE CORPORATIVA
DE CLIENTES
Y MARKETING

CAROLINA SELUME
GERENTE CORPORATIVA
DE DESORROLLO
INMOBILIARIO

JAVIER FERNÁNDEZ
GERENTE CORPORATIVO
DE E-COMMERCE

GUSTAVO PERSSON
GERENTE CORPORATIVO
DE ESTRATEGIA
Y DESARROLLO

CLAUDIA GONZÁLEZ
GERENTE CORPORATIVA
DE FISCALÍA Y
ASUNTOS EXTERNOS

GASTÓN GACITÚA
GERENTE CORPORATIVO
DE MARCAS PROPIAS Y
NUEVOS NEGOCIOS

JORGE SÁEZ
GERENTE CORPORATIVO
DE OPERACIONES
Y VENTAS

PAULA CORONEL
GERENTE CORPORATIVA
DE PERSONAS
Y SOSTENIBILIDAD

FERNANDO FAELLA
GERENTE CORPORATIVO
DE TECNOLOGÍA Y
DIGITAL

PATRICIO LLOSA
GERENTE GENERAL
SMU PERÚ

INGUER PÉREZ-BORROTO
GERENTE GENERAL
DE UNICARD

En concordancia con el Código de Ética y Conducta de Negocios, junto con sus valores corporativos de Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad (el “Sello CERCA”) y su modelo corporativo de sostenibilidad, SMU busca alcanzar su visión de ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de sus clientes y generar valor compartido para todos sus grupos de interés, de manera sostenible.

SMU ha adherido y adoptado distintas prácticas de buen gobierno corporativo emanadas de las siguientes organizaciones: (i) En agosto de 2021, se adhirió al programa Negocios Transparentes de la organización Acción Empresas, comprometiéndose a avanzar en materias de integridad y propósito, robustecimiento del rol de los gobiernos corporativos; y transparencia y reportabilidad trabajando activamente en la ejecución, monitoreo y seguimiento de los objetivos de este programa. (ii) En septiembre de 2021, la Compañía firmó su carta de compromiso de apoyar y desarrollar los diez principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, referente a los derechos humanos, derechos laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción monitoreando activamente los avances de cumplimiento en estas materias. Y (iii) En octubre de 2022, SMU, en el marco de su participación en Acción Empresas, se comprometió y ha venido trabajando en estos años con la gestión de cinco criterios claves de sostenibilidad del *World Business Council for Sustainable Development*, en las materias de carbono neutralidad; biodiversidad; derechos humanos y debida diligencia; inclusión y diversidad; y transparencia y reportabilidad.

La estructura de gobierno corporativo en SMU busca fomentar una gestión efectiva y sostenible, a través de la asignación de roles y responsabilidades, y el desarrollo de prácticas y políticas que permiten evaluar y guiar las acciones de toda la organización en forma permanente, para que pueda alcanzar sus objetivos estratégicos. Como parte de sus prácticas de gobierno corporativo, SMU ha venido fortaleciendo la función de gestión de riesgos al interior de la empresa, con el objetivo de identificar potenciales impactos para el negocio, de tal forma de resguardar su permanencia en el tiempo, y en consecuencia la creación de valor para sus accionistas y demás grupos de interés.

Por otro lado, a partir del año 2022, el Directorio ha implementado un proceso de evaluación anual de su desempeño colectivo, mediante un proceso de entrevistas y encuestas dirigido por un tercero independiente, a partir del cual se adoptan mejoras continuas que fortalecen el funcionamiento y desempeño y sirven de guía en las materias a priorizar dentro del plan anual de capacitación existente para reforzar y/o actualizar sus conocimientos.

Con respecto a las juntas de accionistas, el Directorio cuenta con las herramientas que le permiten, en caso de ser necesario, implementar mecanismos que permitan a los accionistas participar y ejercer su derecho a voto por medios remotos, considerando las circunstancias y necesidades en el momento. El público en general se puede informar de los acuerdos adoptados por las juntas a través de los hechos esenciales que son enviados a la Comisión para el Mercado Financiero (“CMF”) y que además se publican en la página web de la Compañía, el mismo día con posterioridad a su realización. Durante los años 2023 y 2024, y atendido que las condiciones así lo permitieron, la Junta Ordinaria de Accionistas se realizó de forma 100% presencial.

DIRECTORIO

PILAR DAÑOBEITÍA E.
PRESIDENTA DEL DIRECTORIO
8.668.195-1

M. FRANCISCA SAIEH G.
VICEPRESIDENTA DEL DIRECTORIO
13.829.073-5

ALEJANDRO ÁLVAREZ A.
DIRECTOR
6.385.995-8

ABEL BOUCHON S.
DIRECTOR
9.004.895-3

ALEJANDRO DANÚS CH.
DIRECTOR
9.250.701-7

FERNANDO DEL SOLAR C.
DIRECTOR
6.060.616-1

ENRIQUE GUNDERMANN W.
DIRECTOR
9.900.567-K

ANDRÉS OLIVOS B.
DIRECTOR
7.013.115-3

RAÚL SOTOMAYOR V.
DIRECTOR
7.601.869-9

4.2 DIRECTORIO

El Directorio de SMU S.A. está compuesto por nueve miembros titulares, quienes fueron elegidos individualmente en junta ordinaria de accionistas celebrada con fecha 25 de abril de 2024 por un período de tres años. En promedio, al 31 de diciembre de 2024, los directores tienen una antigüedad de 8,6 años en el Directorio de SMU.

PILAR DAÑOBEITÍA ESTADES
Presidenta del Directorio

La Sra. Dañobeitía es Contador Auditor de la Universidad de Chile y posee un Máster en Administración de Negocios (MBA) de la Universidad de Chicago. Es miembro del Directorio de SMU desde el 22 de febrero de 2008, siendo actualmente la Presidenta del mismo. Antes de ingresar a SMU, tuvo varias posiciones ejecutivas en distintas empresas. Adicionalmente, es miembro del Directorio de Inversiones HH S.A. y de Hotel Corporation of Chile S.A. - HCC (Hotel Mandarin), de Fundación CorpArtes, y miembro, desde sus inicios, del Women Corporate Directors Foundation. Asimismo, es consejera de SOFOFA por el período 2020-2024, y fue miembro de su Comité Ejecutivo en el período 2020-2022.

Porcentaje de participación en la propiedad de SMU: 0,23%. Sin cambios en el último año.

M. FRANCISCA SAIEH GUZMÁN
Vicepresidenta del Directorio

La Sra. Saieh es Diseñadora de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Master of Arts (MA) en Exhibition Design en The State University of New York (SUNY), y Diploma del Programa de Alta Dirección (PADE) del ESE Business School de la Universidad de Los Andes. Entre mayo de 2011 y hasta diciembre de 2013 integró el Directorio de SMU y de su filial Supermercados Chile, siendo nombrada directora de SMU nuevamente con fecha 02 de mayo de 2020, en calidad de Vicepresidenta. Asimismo, desde el año 2019 es directora del holding de medios de comunicación Copesa. En el año 2011 fundó Corp Imagen y Diseño S.A. (CorpImagen), donde se desempeñó como su Directora Ejecutiva hasta diciembre de 2019. La Sra. Saieh cuenta con amplia experiencia liderando estrategias de imagen, branding corporativo, marcas propias y marketing, así como en desarrollar puntos de venta retail centrados en el cliente.

La Sra. Saieh no participa directamente en la propiedad de SMU. Sin embargo, ella y su familia controlan el 45,2% de las acciones de SMU S.A., porcentaje que disminuyó en un 0,557% durante el año 2024.

ALEJANDRO ÁLVAREZ ARAVENA
Director Titular

El Sr. Álvarez es abogado de la Universidad de Chile y miembro del Directorio de SMU desde el 30 de abril de 2013. Cuenta con una destacada trayectoria como abogado en temas comerciales y financieros. Posee un LLM en la Universidad de Würzburg y un Doctorado en la Universidad de Gottingen, ambas instituciones de reconocido prestigio en Alemania. Fue Presidente de la Cámara Chilena Alemana de Industria y Comercio y es árbitro del Centro de Arbitrajes y Mediación de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS). Actualmente es miembro de la Junta Directiva de la Universidad Andrés Bello y director de empresas.

Participación en la propiedad de SMU: 0,04%. Sin cambios en el último año.

ABEL BOUCHON SILVA
Director Titular

El Sr. Bouchon es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile con un MBA en The Wharton School, University of Pennsylvania y pertenece al Directorio desde el 30 de abril de 2014. Fue Gerente General de Embotelladora Andina y del negocio internacional de Latam Airlines. Previo a eso, se desempeñó como consultor en Booz Allen & Hamilton, y también fue profesor de la Universidad de Chile. En la actualidad es director de cinco compañías, entre ellas, Cristalerías Chile y Cintac, ambas sociedades anónimas abiertas.

Participación en la propiedad de SMU: 0,02%. Sin cambios en el último año.

ALEJANDRO DANÚS CHIRIGHIN
Director Titular

El Sr. Danús es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile, y posee un MBA de la University of Chicago, Chicago, Illinois, EE.UU. Pertenece al Directorio de SMU desde el 25 de abril de 2024. Adicionalmente es Director en la compañía Moller&Perez-Cotapos como director independiente nombrado por las AFPs. Cuenta con vasta experiencia en diversas industrias, fue Gerente General Corporativo de Empresas Banmedica con operaciones en Chile, Perú y Colombia, entre los años 2015 y 2018. También fue Gerente General de Sociedad Punta de Lobos, entre los años 2001 y 2009, y de Cemento Melón entre los años 2000 y 2001. Con anterioridad fue Gerente General de Companhia Elétrica de Rio de Janeiro, CERJ, sociedad filial de grupo Enersis encargada de la distribución y generación eléctrica para el estado de Rio de Janeiro, Brasil, entre los años 1996 y 2000. También se ha desempeñado como empresario entre los años 2009 y 2015, con participación accionaria en la franquicia Avis Rent a Car para Chile, y con participación accionaria en la Inmobiliaria Idea.

Durante el mes de mayo de 2024, el Sr. Danús vendió 6.388.741 acciones (0,1%) de SMU que tenía a través de dos sociedades, quedando sin participación en su propiedad.

FERNANDO DEL SOLAR CONCHA
Director Titular

El Sr. Del Solar es miembro del Directorio desde el día 16 de diciembre del año 2013 y es Administrador de empresas de la Universidad de Chile con postgrado en Suiza. Cuenta con una dilatada y reconocida trayectoria en Chile y el extranjero. Se desempeñó con éxito durante 38 años en diversos cargos en Nestlé en distintos países de Sudamérica, llegando a ser Gerente General y Presidente Ejecutivo de la compañía, para Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay, Perú y Bolivia.

Participación en la propiedad de SMU: 0,01%. Sin cambios en el último año.

ENRIQUE GUNDERMANN WYLIE
Director Titular

El Sr. Gundermann es Ingeniero Civil Industrial y MBA de la Pontificia Universidad Católica de Chile, también posee un diplomado en transformación digital en la Universidad de Stanford. Cuenta con una destacada trayectoria en América Latina, desempeñándose como director y gerente general en diversas empresas. Actualmente es miembro del Directorio de SMU (desde el 25 de abril de 2024), Entel e Implementos, del Grupo Epysa. Además, en Panamá, forma parte del Directorio del Grupo Cochez, tanto en su filial de retail, como en la del área financiera. Entre 2020 y 2022, presidió el Directorio de IKEA (Ikso) del Grupo Falabella para Chile, Perú y Colombia. También fue director del Global Home Improvement Network (Edra/Ghin), en Bélgica, entre 2018 y 2020. Previamente, se desempeñó como Gerente General Corporativo de Sodimac para América Latina, dentro del Grupo Falabella, entre 2012 y 2020.

Participación en la propiedad de SMU: 0%. Sin cambios en el último año.

ANDRÉS OLIVOS BAMBACH
Director Titular

El Sr. Olivos es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile (1984) con estudios de postgrado en la Universidad de Stanford (2010), y de magíster en Filosofía Aplicada en la Universidad de Los Andes (2014-2015). Es miembro del Directorio de SMU desde el 9 de abril de 2015. Se desempeñó como CFO de Embotelladora Andina durante 10 años y posteriormente, fue CEO de Parque Arauco entre 2003 y 2011. Ha sido miembro activo del directorio de varias compañías tanto en Chile como en Argentina, Brasil, Colombia y Perú. Actualmente es socio y Presidente de Inmobiliaria BDP SpA, Vicepresidente del Directorio de Saval Farma Corp S.A., Presidente del Directorio de Unicard S.A., Director de Inversiones HH S.A. y miembro del Consejo Inmobiliario de Independencia AGF, entre otros.

Participación en la propiedad de SMU: 0%. Sin cambios en el último año.

RAÚL SOTOMAYOR VALENZUELA
Director Titular

El Sr. Sotomayor es Ingeniero Comercial con menciones en Economía y Administración de Empresas de la Universidad Católica de Chile con un MBA de la Universidad de California (UCLA) y pertenece al Directorio de SMU desde el 16 de diciembre de 2013. Es socio fundador de Southern Cross Group, siendo director en varias empresas y fundaciones.

Participación en la propiedad de SMU: 0,10%. Sin cambios en el último año.

Adicionalmente, las siguientes personas formaron parte del Directorio de SMU durante los años 2024 y 2023:

- El Sr. Rodrigo Pérez Mackenna (RUT 6.525.287-2, profesión: ingeniero civil) fue director independiente desde el 26 de abril de 2018 hasta el 25 de abril de 2024.
- La Sra. Tina Rosenfeld Kreisselmeyer (RUT 14.644.931-K, profesión: ingeniero comercial) fue directora independiente desde el 26 de abril de 2018 hasta el 25 de abril de 2024.

4.2.1
DIRECTORES DE SMU S.A.

Los directores de SMU cuentan con una diversidad de experiencias, conocimientos y habilidades que contribuyen a la mejor gestión de la Compañía en las diversas materias que afectan su negocio y desempeño.

Matriz de Conocimientos, Habilidades y Experiencia

Nombre	Financiera	Industria Retail y Consumo	Gestión de Riesgos	Administración Empresas	Legal	Tecnología y Digital
Pilar Dañobeitía	X	X	X	X		
Francisca Saieh		X		X		
Alejandro Álvarez	X	X	X	X	X	
Abel Bouchon	X	X	X	X		
Alejandro Danús	X		X	X		X
Fernando Del Solar	X	X	X	X		
Enrique Gundermann	X	X	X	X		X
Andrés Olivos	X	X	X	X		
Raúl Sotomayor	X	X	X	X		

Los directores Alejandro Danús y Enrique Gundermann son independientes de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas.

A continuación, se proporcionan antecedentes adicionales acerca del vínculo entre cada director o directora y el Grupo SMU.

Información Adicional Directores

Al 31.12.2024	Pilar Dañobeitía	Francisca Saieh	Alejandro Álvarez	Abel Bouchon	Alejandro Danús	Fernando Del Solar	Enrique Gundermann	Andrés Olivos	Raúl Sotomayor
1. Se desempeñó como ejecutivo principal de SMU S.A. y filiales durante el último año?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
2. Durante el último año, ha recibido, o tiene parientes hasta el segundo grado de consanguineidad o afinidad que han recibido, pagos[2] de SMU S.A. y filiales o de su matriz/controlador por un monto superior a 2.000 UF?	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
3. Es pariente hasta el segundo grado de consanguineidad o afinidad de algún ejecutivo principal de SMU S.A., sus filiales o su matriz/controlador?	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
4. Presta asesorías, o tiene participación en la propiedad de compañías que prestan asesorías, a SMU S.A., sus filiales y/o alguno(s) de sus ejecutivos principales?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO

[2] Se excluye del concepto de pagos aquellos que tengan como origen (i) inversiones en los valores de la Compañía; (ii) programas para igualar aportes a fundaciones sin fines de lucro; y (iii) remuneraciones recibidas por su desempeño como director o directora.

	Pilar Dañobeitía	Francisca Saieh	Alejandro Álvarez	Abel Bouchon	Alejandro Danús	Fernando Del Solar	Enrique Gundermann	Andrés Olivos	Raúl Sotomayor
5. Tiene participación en la propiedad, o tiene algún cargo de director y/o ejecutivo principal en algún cliente o proveedor relevante de SMU S.A. y filiales?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
6. Cuenta con contrato(s) de servicios personales con SMU S.A. y filiales y/o alguno(s) de sus ejecutivos principales?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
7. Tiene algún cargo de fundador, director y/o ejecutivo principal en alguna fundación u organización sin fines de lucro que recibe aportes significativos de SMU S.A. y filiales?	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
8. Ha sido socio o empleado de los auditores externos de SMU S.A. y filiales durante el último año?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
9. Cuenta con algún otro conflicto de interés que el propio Directorio considera que significa que no se pueda considerar como independiente?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
10. En cuántas otras sociedades anónimas abiertas es director o directora?	0	0	1	2	0	0	1	0	0

Número de Directores

Al 31.12.2024	Mujeres	Hombres	Total
Género	2	7	9
Nacionalidad			
Chilena	2	7	9
Rango de Edad			
Menor a 30 años	0	0	0
30 a 40 años	0	0	0
41 a 50 años	1	0	1
51 a 60 años	1	3	4
61 a 70 años	0	3	3
Mayor a 70 años	0	1	1
Antigüedad			
Menos de 3 años	0	2	2
3 a 6 años	1	0	1
Más de 6 y menos 9 años	0	0	0
9 a 12 años	0	5	5
Más de 12 años	1	0	1
En Situación de Discapacidad	0	0	0

4.2.1.1
REMUNERACIONES DEL DIRECTORIO

La estructura de remuneraciones de los miembros del Directorio de SMU S.A. es la siguiente: 165 Unidades de Fomento mensuales para cada director o directora, 275 Unidades de Fomento mensuales para la Vicepresidenta de la Sociedad y 440 Unidades de Fomento mensuales para la Presidenta de la Sociedad. Las dietas antes señaladas se pagan como monto fijo mensual, independientemente del número de sesiones de directorio que se celebren en el respectivo mes.

Asimismo, los miembros del Comité de Directores tienen una remuneración de UF 110 como monto fijo mensual independientemente del número de sesiones que el Comité celebre en el respectivo mes y para su presidente UF 150.

La remuneración mensual que se paga a los directores que formen parte de los siguientes Comités Corporativos de SMU (Comités de Inversiones; Personas y Sostenibilidad[3]; Auditoría y Riesgo; Estrategia; y Cumplimiento), asciende a un monto mensual de UF 55 para cada miembro y UF 75 para el presidente del Comité, que se paga solo por los meses en que el Comité haya sesionado al menos una vez en el respectivo mes. De modo que, si un Comité no sesiona en un mes, no aplica la remuneración mensual.

Dado que la estructura de remuneraciones de los miembros del Directorio se define en base a las funciones desempeñadas, no hay una brecha salarial entre las directoras y los directores de SMU que realizan las mismas funciones.

Remuneraciones Directorio 2024 y 2023

Nombre	Cargo	2024 (M$)	2023 (M$)
Pilar Dañobeitía Estades	Presidenta	318.491	263.122
Francisca Saieh Guzmán	Vicepresidenta	181.507	136.177
Alejandro Álvarez Aravena	Director	140.395	115.145
Abel Bouchon Silva	Director	104.868	93.314
Alejandro Danús Chirighin	Director	123.494	-
Fernando Del Solar Concha	Director	95.950	89.327
Enrique Gundermann Wylie	Director	99.616	-
Andrés Olivos Bambach	Director	131.988	120.773
Rodrigo Pérez Mackenna	Director	47.112	146.079
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer	Directora	51.458	157.475
Raúl Sotomayor Valenzuela	Director	Renunció a dieta	Renunció a dieta

[3] Se hace presente que el Directorio aprobó en su sesión de fecha 25 de marzo de 2024 fusionar a partir del mes de abril de dicho año, el Comité de Personas y de Sostenibilidad, en un solo Comité que pasó a denominarse Comité de Personas y Sostenibilidad.

4.2.2
FUNCIONAMIENTO DEL DIRECTORIO

Tal como se establece en los estatutos de la Compañía, el Directorio de SMU se reúne en sesiones ordinarias por lo menos una vez al mes, y en sesiones extraordinarias que se celebran cuando las cita especialmente la Presidenta por iniciativa propia, o a indicación de uno a más directores, previa calificación que la Presidenta haga de la necesidad de la reunión, salvo que ésta sea solicitada por la mayoría absoluta de los directores, caso en el cual deberá necesariamente celebrarse la sesión sin calificación previa.

Al final de cada año el Directorio acuerda el calendario corporativo del año siguiente, con las sesiones ordinarias que sostendrá con indicación del tiempo para cada una de esas reuniones, las que en promedio duran 5 horas, calendarizándose las citaciones a todos los directores de dichas sesiones a inicio de cada año, y determinándose los antecedentes necesarios para la adecuada realización de aquellas. De igual forma, a inicio de año el Directorio acuerda para cada sesión las distintas materias de negocios, normativas o de otra índole que serán abordadas en cada una de estas sesiones. Las sesiones del Directorio se realizan en formato online, presencial o híbrida (presencial y online a la vez) según se informa en la citación. El calendario corporativo señalado incluye también las citas de todas las sesiones ordinarias de los comités corporativos de SMU en que participan los directores. A su vez, los comités corporativos a inicio de cada año acuerdan también para cada una de sus sesiones las materias que abordarán en cada una de ellas.

Todas las sesiones del Directorio cuentan con la participación permanente del Gerente General, el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, la Gerente Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, y el Gerente de Asuntos Legales. Sin perjuicio de ello, el Directorio solicita a los ejecutivos mencionados abandonar la sesión cuando lo estime necesario revisar alguna materia sin la presencia de estos, tales como compensaciones, incentivos, entre otros.

De igual forma, el Directorio de la Compañía se reúne tres veces al año con la empresa de auditoría externa para analizar, entre otras cosas: (i) el programa de auditoría externa, (ii) las eventuales diferencias detectadas en la auditoría respecto de prácticas contables, sistemas administrativos y auditoría interna, (iii) aquellas situaciones irregulares que por su naturaleza deban ser comunicadas a los organismos fiscalizadores competentes, (iv) los resultados del programa anual de auditoría, (v) los posibles conflictos de intereses que puedan existir en la relación con la empresa de auditoría o su personal, tanto por la prestación de otros servicios a la Sociedad o a las empresas de su grupo empresarial, como por otras situaciones y (vi) tendencias sobre riesgos tecnológicos. También se reúnen cada vez que sea necesario, teniendo los auditores externos acceso expedito al Directorio.

Por otro lado, el Directorio se reúne una vez al año con el Gerente Corporativo de Contraloría para conocer el plan anual de Auditoría Interna, y dos veces al año con la Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia y la Oficial de Cumplimiento y Prevención de Delitos para conocer el estado de los programas de cumplimiento.

La Compañía cuenta con los siguientes comités integrados por Directores, los que se detallan en la sección 4.2.3 siguiente: (i) **Comité de Directores**; (ii) **Comité de Auditoría y Riesgos**; (iii) **Comité de Cumplimiento**; (iv) **Comité de Personas y Sostenibilidad**; (v) **Comité de Inversiones**; y (vi) **Comité de Estrategia**.

Para su buen funcionamiento, el Directorio cuenta con un sistema de información que le permite acceder, de manera segura, remota y permanente, cada vez que lo requiera. La información disponible en dicho sistema incluye: (i) la agenda de cada sesión; (ii) los documentos que se presentarán en la sesión o adicionales necesarios para prepararse para la misma, los cuales se cargan con al menos tres días de antelación a la sesión respectiva; (iii) el informe mensual sobre la gestión y los resultados de las distintas unidades de negocio de la Compañía; (iv) el texto definitivo del acta de cada sesión, el cual se encuentra disponible para su consulta con anterioridad a la siguiente sesión; y (v) todas las actas y documentos relevantes tenidos a la vista para cada sesión del Directorio de los últimos tres años.

Asimismo, el Directorio puede acceder en forma segura y remota a la información existente correspondiente al Canal de Denuncias y Consultas de la Compañía cada vez que lo requiera. Cada director o directora cuenta con su propio perfil de acceso independiente al sistema. Para más información sobre el Canal de Denuncias y Consultas de SMU, ver 5.1.2 Canal de Denuncias y Consultas.

El Directorio cuenta con planes de contingencia para la continuidad de su operación en situaciones de crisis, contando para ello con sistemas que permiten el acceso expedito, remoto, y en línea para poder sesionar y estar comunicados con la Administración. Por otra parte, la Compañía cuenta con planes de contingencia para asegurar la continuidad operacional, el estado de los cuales se presenta al Comité de Auditoría y Riesgos del Directorio.

4.2.2.1
AGENDA ANUAL DEL DIRECTORIO

Para llevar a cabo una adecuada supervisión del interés social de SMU, el Directorio cuenta con una planificación anual que contempla la revisión de diversas materias, incluyendo la estrategia corporativa; los resultados del negocio; la posición financiera; la gestión de riesgos; aspectos ambientales, sociales y de gobernanza; cumplimiento normativo; cambios en el marco regulatorio; y el ambiente de control interno, entre otros. Para lo anterior, se reúne con ejecutivos de diferentes áreas de la Compañía, y con asesores externos cuando corresponde. Asimismo, es informado periódicamente respecto de las materias examinadas y aprobadas por los distintos comités que se encuentran en funcionamiento.

Entre las actividades del Directorio se incluyen las visitas en terreno a dependencias e instalaciones de la Compañía, a lo menos una vez al año, para conocer, entre otras cosas, el estado y funcionamiento de dichas instalaciones; las principales funciones y preocupaciones de quienes se desempeñan en las mismas; y las mejoras que los responsables de esas instalaciones recomiendan realizar para mejorar el funcionamiento de las mismas.

Gestión de Negocios y Estrategia

El Directorio de SMU realiza un seguimiento permanente del desempeño de las diferentes unidades de negocio de la Compañía. Recibe y revisa un informe de gestión mensual, además de presentaciones que realizan diferentes ejecutivos responsables de cada área en las sesiones del Directorio y sus comités. También revisa y aprueba los planes estratégicos y de inversiones propuestos por la Administración y monitorea los avances y resultados de los mismos.

Gestión de Riesgos

Con respecto a la gestión de riesgos, la Compañía cuenta con el Comité de Auditoría y Riesgos el cual tiene entre sus principales tareas monitorear el proceso de gestión de riesgos y el estado del control interno. Para más información, ver 4.2.3.2 Comité de Auditoría y Riesgos.

La Compañía cuenta además con un Comité de Riesgo de la Administración, presidido por el Gerente General, el cual mantiene debida y oportunamente informado al Comité de Auditoría y Riesgos de la Compañía de la gestión de los riesgos de la Sociedad. Dicho Comité sesiona al menos trimestralmente y extraordinariamente cada vez que sea necesario. El Gerente Corporativo de Contraloría de SMU participa permanentemente de dicho Comité y mantiene informado directamente al Comité de Auditoría y Riesgos respecto del funcionamiento de la gestión del riesgo en la Administración.

Adicionalmente, la Gerencia de Control Interno, a través de su área de gestión de riesgos, emite y envía mensualmente al Directorio un reporte con el estado de los principales riesgos que afectan a la Compañía, el que incluye el resultado de los indicadores de monitoreo y las explicaciones correspondientes.

Auditoría Interna

El Comité de Auditoría y Riesgos de SMU se reúne mensualmente con la Gerencia de Contraloría de la Compañía para revisar los controles y acciones de mitigación a través de planes de auditoría internos, manteniendo debida y oportunamente informado al Directorio de estas materias, de cada una de sus sesiones, y sometiendo a su aprobación determinados aspectos vinculados con el funcionamiento de la Contraloría, como ejemplo, el plan de auditoría anual y su nivel de avance respectivo. Adicionalmente, este comité vela por la independencia de la función de Contraloría con la Administración.

Auditoría Externa

El Directorio de la Compañía se reúne tres veces al año con la empresa de auditoría externa para analizar, entre otras cosas, el programa de auditoría externa y sus resultados; las eventuales diferencias detectadas en la auditoría respecto de prácticas contables, sistemas administrativos y auditoría interna; eventuales deficiencias que se hubieren detectado y aquellas situaciones irregulares que por su naturaleza deban ser comunicadas a los organismos fiscalizadores competentes; y los posibles conflictos de intereses que puedan existir en la relación con la empresa de auditoría o su personal, tanto por la prestación de otros servicios a la sociedad o a las empresas de su grupo empresarial, como por otras situaciones. También se reúnen cada vez que sea necesario, teniendo los auditores externos acceso expedito al Directorio.

Programas de Cumplimiento

La Oficial de Cumplimiento y Prevención de Delitos es responsable de los programas de cumplimiento de Prevención de Delitos, Prevención de Infracciones al Consumidor y Protección Datos Personales. Se reúne trimestralmente con el Comité de Auditoría y Riesgos (más información en sección 4.2.3.2) donde se revisa la gestión del Canal de Denuncias y Consultas y el seguimiento de los programas. Asimismo, se reúne con el Directorio al menos de manera semestral para aprobar el plan anual de los programas, incluyendo los planes de capacitación, y revisar la gestión semestral de los mismos, considerando las actividades de prevención, corrección, respuesta y supervisión.

Adicionalmente, la Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia se reúne trimestralmente con el Comité de Cumplimiento (más información en sección 4.2.3.5) y al menos semestralmente con el Directorio para revisar los avances del programa de cumplimiento de Libre Competencia, el plan anual de trabajo y sus avances, las acciones preventivas, correctivas, de respuesta y supervisión, el plan de capacitaciones y comunicaciones para la Compañía, y el cumplimiento de la Sentencia N 167/2019 del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.

4.2.2.2
ELECCIÓN DE DIRECTORES

De acuerdo a los estatutos de la Compañía, el Directorio durará un período de tres años en sus funciones, al final del cual, todos sus miembros cesarán en sus funciones, sin perjuicio de que la Junta de Accionistas pueda reelegir indefinidamente a uno o más de ellos.

En las elecciones que se efectúen en las Juntas, los accionistas podrán acumular sus votos en favor de una sola persona o distribuirlos en la forma que estimen conveniente y se proclamarán elegidos a los que en una misma y única votación resulten con el mayor número de votos hasta completar el número de cargos por proveer. No obstante, por acuerdo unánime, se podrá acordar omitir la votación y proceder a elegir por aclamación, cuando el número de directores nominados es igual al número de vacantes (nueve).

El Directorio de SMU ha declarado que en su opinión y en el interés de la Compañía, considera aconsejable que el Directorio se conforme de personas de diferentes profesiones, edades, géneros y trayectorias laborales, de manera que cada director o directora aporte con diversos conocimientos y experiencias. Igualmente, se espera que los candidatos a integrar el Directorio cumplan con los valores del sello CERCA (Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad), que no presenten ninguna de las inhabilidades o circunstancias que impidan a una persona ser candidato a director según lo establece la Ley N°18.046, que cuenten con tiempo suficiente para llevar a cabo las responsabilidades necesarias del cargo, que cuenten con capacidad de evaluar los desafíos y oportunidades que se presentan a la Compañía de manera crítica y estratégica, que cuenten con algún conocimiento y/o experiencia en materias financieras, retail y consumo, gestión de riesgos, administración de empresas, legal y/o tecnología y digital, y que cuenten con voluntad de comprender y comprometerse a los más altos estándares éticos en la dirección de la Compañía. La Compañía no cuenta con una instancia especial que tenga como objetivo ayudar a los accionistas en la búsqueda y elección de candidatos al Directorio, así como tampoco cuenta con una política que establezca un porcentaje especial requerido de integrantes de un mismo sexo para la nómina de candidatos a directores de la Compañía, debido a que desde hace años el Directorio de SMU ha contado con una participación del sexo femenino superior a 20%.

Con anterioridad a la celebración de Juntas de Accionistas en que corresponde elegir a los integrantes del Directorio, SMU publica en su página web información acerca de la experiencia, profesión u oficio de cada candidata o candidato a director con la mayor anticipación posible antes de la votación correspondiente, sin perjuicio de que la ley permite que candidatos a director sean nominados en el mismo momento de la Junta de Accionistas correspondiente, y en dicho caso no es factible publicar la información con anticipación.

4.2.2.3
INDUCCIÓN DE NUEVOS INTEGRANTES

De acuerdo a la Política Sobre Inducción de Nuevos Directores de SMU, cuando se incorpora un nuevo director o directora, tendrá un proceso de inducción que le permita conocer y comprender la organización. Para esto, se le hace entrega de un dossier de documentos con información relevante cuya lectura se complementa posteriormente con un programa de reuniones con la Presidenta y Vicepresidenta del Directorio, con alguno de los directores que participan en comités, con el Gerente General y con los gerentes corporativos.

El dossier de documentos incluye, entre otros: los estatutos, el código de ética y conducta de negocios, el manual de prevención de delitos, el manual de libre competencia y otras políticas y procedimientos de SMU; actas de juntas de accionistas, sesiones del Directorio y sesiones de comités de directores; leyes pertinentes, como por ejemplo, de sociedades anónimas, mercado de valores, responsabilidad penal de personas jurídicas y protección de los derechos de los consumidores, entre otras; y documentos publicados por la Compañía, como la memoria anual, estados financieros, y comunicados de prensa.

El objetivo de las reuniones con directores y ejecutivos es obtener información de primera fuente sobre materias como la historia, visión, propósito y valores de SMU, su modelo de negocios y plan estratégico, el funcionamiento del Directorio, los grupos de interés de la Compañía, los principales indicadores de gestión y financieros, el modelo de control interno y de gestión de riesgos, y el marco jurídico vigente más relevante aplicable a la Compañía, entre otras.

4.2.2.4
MEJORA CONTINUA

Para asegurar que sus integrantes se mantengan actualizados en las diversas materias que deben conocer para un adecuado desempeño de sus funciones, el Directorio cuenta con una política de capacitación de sus miembros, cuyas materias define anualmente de acuerdo a las necesidades que ha identificado. Para estas capacitaciones, la Compañía ha desarrollado además de sesiones presenciales, una academia de capacitación online. Las materias de capacitación incluidas durante el 2024 fueron: mejores prácticas de gobierno corporativo; gestión de riesgos; libre competencia, fallos, sanciones o pronunciamientos relevantes; ley sobre delitos económicos; protección al consumidor; y avances en materias de inclusión, diversidad y sostenibilidad, tanto a nivel nacional como internacional. Adicionalmente, el Directorio se capacitó sobre los riesgos del interlocking, analizando casos actuales de compañías chilenas investigadas y/o sancionadas en esta materia.

A partir del año 2022, el Directorio implementó un proceso de evaluación anual de su desempeño colectivo, mediante un proceso de entrevistas y encuestas dirigido por un tercero independiente, a partir del cual se adoptan mejoras continuas que fortalecen el funcionamiento y desempeño y sirven de guía en las materias a priorizar dentro del plan anual de capacitación existente para reforzar y/o actualizar sus conocimientos. Durante el año 2023, el Directorio contrató nuevamente los servicios de un asesor externo, cuyos objetivos fueron: (i) Apoyar al Directorio en su proceso de autoevaluación, aportando una metodología y una visión externa; (iii) Entrevistas a la Administración en cuanto a su relación con el Directorio; (iii) Colaborar con el Directorio en interpretar y hacerse cargo de las conclusiones del trabajo; (iv) Apoyar al Directorio a generar iniciativas concretas de mejora, con el fin de que puedan enfrentar de mejor manera sus desafíos estratégicos. Se hizo parte también al Gerente General don Marcelo Gálvez Saldías de las conclusiones, aclaraciones y las acciones necesarias que permiten mejorar el funcionamiento del Directorio y el gobierno corporativo de SMU. Durante el año 2024, el Directorio nuevamente contrató los servicios de un asesor externo para un nuevo proceso de evaluación que consideró entrevistas con los directores y la Administración, para el seguimiento de las acciones adoptadas de los

procesos anteriores y para poder revisar y hacerse cargo de las conclusiones y necesidades de este nuevo proceso.

4.2.2.5
GESTIÓN DEL DIRECTORIO EN 2024

Durante el año 2024, el Directorio de SMU celebró 12 sesiones ordinarias y 13 sesiones extraordinarias. El gerente general participó en 24 de las 25 sesiones de Directorio del año.

Durante las sesiones celebradas, se revisaron las materias contempladas en su planificación anual, así como también, materias adicionales que surgieron en el transcurso del año.

Durante el año 2024, se realizó un Directorio que incluyó una visita a terreno los días 30 de septiembre y 1 de octubre de 2024, en la cual se visitaron el Centro de Distribución ubicado en la ciudad de Concepción, y varios locales ubicados en la Región del Biobío, tales como Unimarc Tucapel Jimenez, Unimarc Bellavista, Unimarc Chacabuco, Alvi Los Carrera, Mayorista 10 Colón, entre otros. Participaron de esta actividad en conjunto con el Directorio, el Gerente General, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, Gerente Corporativo de Operaciones y Ventas, Gerenta Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, Gerenta Corporativa de Desarrollo Inmobiliario, y los Gerentes a cargo de los formatos Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10 y el Gerente de Logística.

En esta visita se revisó el estado, desempeño y funcionamiento de los locales, sus indicadores de venta, personas y clientes más relevantes, se revisa la propuesta de valor del formato y se revisaron las preocupaciones y mejoras en relación con las instalaciones y su funcionamiento. Igualmente, se revisó el estado, desempeño y funcionamiento del Centro de Distribución, sus principales indicadores y las preocupaciones y mejoras en relación con las instalaciones.

Durante el año 2024 el Directorio sesionó en tres oportunidades extraordinariamente para revisar la actualización de la matriz de riesgo de la Compañía y los controles existentes y la implementación de un sistema “GRC” (Gobernanza, Riesgo y Cumplimiento) automatizado que sustenta la gestión completa de riesgos de la misma.

Por otro lado, durante el año 2024, el Directorio aprobó la modificación del Manual de Manejo de Información de Interés en el Mercado, incorporando entre otros, la obligación de los directores, ejecutivos principales, gerentes y receptores a los que les aplica el Manual, de pedir autorización previa al comprar o vender valores de la Compañía; si se trata de los Directores la autorización se debe solicitar a la Presidenta del Directorio y a la Gerenta Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, y si se trata de un receptor del Manual, la autorización se debe solicitar al Gerente General y a la Gerenta Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos.

Igualmente durante el año 2024, el Directorio aprobó la actualización de la Política de Operaciones Habituales con Partes Relacionadas de la Compañía, de conformidad con las disposiciones contenidas en la Norma de Carácter General 501 de la Comisión para el Mercado Financiero.

Durante el año 2024, el Directorio realizó desembolsos por asesorías por UF 1.200, correspondientes a la evaluación anual de desempeño.

Asistencia Sesiones del Directorio 2024

Nombre	Sesiones Ordinarias	Sesiones Extraordinarias	Total
Pilar Dañobeitía Estades	12/12	13/13	25/25
Francisca Saieh Guzmán	11/12	11/13	22/25
Alejandro Álvarez Aravena	11/12	13/13	24/25
Abel Bouchon Silva	11/12	12/13	23/25
Alejandro Danús Chirighin	9/9	8/8	17/17
Fernando Del Solar Concha	11/12	12/13	22/25
Enrique Gundermann Wylie	9/9	8/8	17/17
Andrés Olivos Bambach	11/12	11/13	23/25
Raúl Sotomayor Valenzuela	10/12	8/13	18/25
Rodrigo Pérez Mackenna	3/3	5/5	8/8
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer	3/3	5/5	8/8

4.2.3
COMITÉS DEL DIRECTORIO

Para una mejor gestión de las distintas materias relevantes, la Compañía cuenta con diferentes comités especializados, integrados por directores, los que gestionan temas de auditoría y riesgos, personas y sostenibilidad, inversiones, cumplimiento y estrategia, además del Comité de Directores exigido por la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. La designación de los miembros de cada comité tiene en consideración las experiencias y habilidades de cada director.

Cada uno de los comités del Directorio cuenta con la misma política para la contratación de asesorías. De acuerdo a dicha política, cada comité está facultado para contratar especialistas en las materias que considere que sea de interés y beneficio para la Compañía, pudiendo las asesorías ser propuestas por al menos un director. Es el comité respectivo el que decide la contratación de una determinada asesoría. No obstante, uno o más directores pueden ejercer el derecho a veto de un asesor en particular. El gasto que involucre la asesoría será aprobado por el Directorio. Para el caso del Comité de Directores, de acuerdo lo establece la Ley N° 18.046, es la junta ordinaria de accionistas la que determina un presupuesto de gastos de funcionamiento del Comité y sus asesores, el que no podrá ser inferior a la suma de las remuneraciones anuales de los miembros del Comité, y éste podrá requerir la contratación de la asesoría de profesionales para el desarrollo de sus labores, conforme al referido presupuesto.

La contratación será hecha estrictamente en base a los méritos y prestigio profesional de los asesores, y los honorarios pactados no excederán los valores de mercado existentes para asesorías similares a las contratadas.

4.2.3.1
COMITÉ DE DIRECTORES

SMU S.A. cuenta con un Comité de Directores en virtud de lo dispuesto por el artículo 50 bis de la Ley Nº 18.046. El Comité de Directores es responsable de analizar temas de importancia estratégica, de manera de contribuir a que la gestión y las decisiones de inversión de la Compañía se lleven a cabo resguardando el interés de todos los accionistas; proponer al Directorio los nombres de los auditores externos y clasificadores de riesgo, para que sean sugeridos y aprobados en la respectiva Junta de Accionistas; y revisar periódicamente los informes presentados por los auditores externos, los estados financieros de la Compañía, las transacciones con partes relacionadas, las políticas de remuneraciones y los planes de compensación de gerentes, principales ejecutivos y trabajadores.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias reportando al Directorio siguiente, después de cada sesión. Las primeras se celebran mensualmente en las fechas y horas predeterminadas por el propio Comité y no requieren de citación especial. Las segundas se celebran cuando las cite especialmente el Presidente del Comité o el Gerente General de la

Sociedad, por si, o a indicación de uno o más de sus miembros sin que el Presidente o el Gerente General estén facultados para calificar previamente la necesidad de la reunión.

El Comité de Directores se reúne trimestralmente con las Gerencias Corporativas de Administración y Finanzas y de Contraloría para la revisión de las partidas más relevantes de los estados financieros trimestrales, recomendando al Directorio su aprobación, si así lo estime conveniente. En esas sesiones participa el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, el Gerente de Contabilidad, la Gerenta Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, la Gerenta de Relación con Inversionistas, el Gerente Corporativo de Contraloría, la Subgerente de Auditoría y el Gerente de Asuntos Legales.

Con la empresa de auditoría externa a cargo de la auditoría de los estados financieros se reúne tres veces al año para revisar la conclusión de auditoría externa a SMU S.A. y filiales del año anterior; presentar los resultados de su revisión sobre la información financiera intermedia; y revisar la carta de control interno.

Los integrantes del Comité de Directores vigentes al 31 de diciembre de 2024 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 25 de abril de 2024. Los integrantes durante el año 2023 y hasta el 25 de abril de 2024 fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 26 de abril de 2021.

Comité de Directores: Integrantes y Remuneraciones 2024 y 2023

Nombre	Cargo	2024(M$)	2023(M$)
Alejandro Danús Chirighin *	Presidente	50.897	-
Rodrigo Pérez Mackenna *	Presidente	16.598	57.690
Alejandro Álvarez Aravena	Director Titular	49.500	46.058
Enrique Gundermann Wylie *	Director Titular	37.353	-
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer *	Directora Titular	12.148	46.016

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Los directores Rodrigo Pérez Mackenna y Tina Rosenfeld Kreisselmeyer integraron el Comité de Directores durante todo el año 2023 y hasta que dejaron de ser directores de SMU, el 25 de abril de 2024. Los directores Alejandro Danús y Enrique Gundermann se integraron el Comité de Directores por primera vez a partir del 25 de abril de 2024.

Para información sobre la gestión del Comité de Directores durante el año 2024, ver Sección 4.3 Informe Anual del Comité de Directores.

4.2.3.2
COMITÉ DE AUDITORÍA Y RIESGOS

La Compañía cuenta con un **Comité de Auditoría y Riesgos** integrado por directores, cuya principal tarea es monitorear el proceso de gestión de riesgos y el estado del control interno. Se reúne regularmente con el área de Contraloría y con los encargados de la gestión de riesgos de la Compañía, para revisar el adecuado funcionamiento del proceso de gestión de riesgos, para revisar los controles y el seguimiento a los planes de acción comprometidos por la Administración, revisar la actualización de matrices de riesgos así como las principales fuentes de riesgos y metodologías para la oportuna detección de nuevos riesgos, contribuyendo a determinar la probabilidad e impacto de ocurrencia de aquellos más relevantes, manteniendo debida y oportunamente informado al Directorio de estas materias.

El Comité de Auditoría y Riesgos también revisa y monitorea la gestión de riesgos normativos relacionadas a los programas de cumplimiento de Prevención de Delitos, Prevención de Infracciones al Consumidor, y Protección de Datos Personales. Además, tiene un rol relevante en verificar la integridad de la información corporativa y los estados financieros, a través de una adecuada supervisión de dichos procesos, manteniendo debida y oportunamente informado al Comité de Directores y al Directorio sobre estas materias. Adicionalmente, vela por la independencia de la función de Contraloría con la Administración.

Este Comité sesiona de manera ordinaria de forma mensual y extraordinariamente cada vez que se requiera, y rinde cuenta al Directorio de cada una de sus sesiones, sometiendo a su aprobación las materias que éste debe aprobar.

En relación a la gestión del Comité durante este año 2024, destacan las revisiones a los siguientes temas: (i) Manual de Manejo de Información de Interés en el Mercado; (ii) Reporte de los Programas de cumplimiento de Prevención del Delito (Ley 20.393); (iii) Nuevo sistema para la gestión de riesgos; (iv) Presentación de nuevos auditores externos (EY); (v) Reporte del Canal de Denuncias y Declaración de Conflictos de Intereses 2024; (vi) Riesgos relacionados a responsabilidad penal; (vii) Propuesta de adaptación Plan de Auditoría 2024; y (viii) Proceso de contratación y evaluación económica de empresas de seguridad y aseo.

Los integrantes del Comité de Auditoría y Riesgos vigentes al 31 de diciembre de 2024 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 25 de abril de 2024. Los integrantes durante el año 2023 y hasta el 25 de abril de 2024 fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 26 de abril de 2021.

Comité de Auditoría y Riesgos: Integrantes y Remuneraciones 2024 y 2023

Nombre	Cargo	2024 (M$)	2023 (M$)
Pilar Dañobeitía Estades	Presidenta	33.719	28.805
Andrés Olivos Bambach	Director Titular	24.739	23.009
Alejandro Álvarez Aravena	Director Titular	16.619	-
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer *	Directora Titular	8.117	23.008

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Tina Rosenfeld Kreisselmeyer fue directora de SMU S.A. hasta la junta de accionistas de fecha 25 de abril de 2024, dejando de ser miembro del Comité de Auditoría y Riesgos. En la misma fecha el director Alejandro Álvarez fue nombrado miembro del Comité de Auditoría y Riesgos por primera vez.

El Comité de Auditoría y Riesgos no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2024.

4.2.3.3
COMITÉ DE INVERSIONES

El principal objetivo del Comité de Inversiones es evaluar, analizar y aprobar los principales proyectos de inversión de la Compañía. Asimismo, revisa modificaciones significativas en el monto y/o alcance de los proyectos previamente aprobados; revisa el presupuesto anual de inversiones y lo aprueba antes de someterlo al Directorio para su aprobación; y revisa los seguimientos de proyectos post-inversión para entender y evaluar los impactos en la Compañía.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias. Las primeras se celebran mensualmente y las segundas cuando las cite especialmente el Presidente del Comité o el Gerente General de la Sociedad, o el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas de la Sociedad por sí, o a indicación de uno o más de sus miembros, sin que el Presidente o el Gerente General o el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas estén facultados para calificar previamente la necesidad de la reunión. El Comité de Inversiones se reúne para revisar proyectos de inversión dentro de los parámetros establecidos por la Compañía. Las decisiones adoptadas en cada sesión son llevadas al Directorio del mes respectivo, para efectos de su aprobación definitiva.

Durante el año se revisaron y aprobaron principalmente proyectos que tienen que ver con apertura de nuevos locales, remodelaciones y reconversiones de locales, proyectos tecnológicos, desarrollo y automatización de la red logística, inversiones en e-commerce, y mejoras de productividad, entre otros.

Los integrantes del Comité de Inversiones vigentes al 31 de diciembre de 2024 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 25 de abril de

2024. Los integrantes durante el año 2023 y hasta el 25 de abril de 2024 fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 26 de abril de 2021.[4]

Comité de Inversiones: Integrantes y Remuneraciones 2024 y 2023

Nombre	Cargo	2024 (M$)	2023 (M$)
Abel Bouchon Silva	Presidente	30.952	24.291
Pilar Dañobeitía Estades	Directora Titular	22.709	19.235
Alejandro Danús Chirighin*	Director Titular	16.609	-
Andrés Olivos Bambach	Director Titular	19.230	19.230
Rodrigo Pérez Mackenna *	Director Titular	6.113	19.254
Francisca Saieh Guzmán	Directora Titular	16.613	-

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Rodrigo Pérez Mackenna fue director de SMU S.A. hasta la junta de accionistas de fecha 25 de abril de 2024, dejando de ser miembro del Comité de Inversiones y siendo nombrados por primera vez, en la misma fecha, los directores Francisca Saieh Guzmán y Alejandro Danús Chirighin.

El Comité de Inversiones no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2024.

4.2.3.4
COMITÉ DE PERSONAS Y SOSTENIBILIDAD

Se hace presente que el Directorio aprobó en su sesión de fecha 25 de marzo de 2024, fusionar el Comité de Personas y de Sostenibilidad, en un solo Comité que pasó a denominarse Comité de Personas y Sostenibilidad.

Dentro de los objetivos del Comité de Personas y Sostenibilidad están los de asesorar a la Administración en temas como: (i) el análisis de barreras organizacionales, sociales o culturales detectadas que pudieren estar inhibiendo la natural diversidad que se habría dado de no existir esas barreras; (ii) diferentes aspectos laborales tales como la relación con políticas y procedimientos dirigidos a los colaboradores, compensaciones, cultura, liderazgo, incentivos y beneficios, seguridad ocupacional, diversidad e inclusión, entre otros; y (iii) en asuntos y lineamientos relativos a mejores prácticas en materia de sostenibilidad alineados a la estrategia de negocios, al plan estratégico de la Empresa y al cumplimiento de los objetivos de la misma, tales como sociales, medio ambientales y de cambio climático.

[4] Se hace presente que el Directorio aprobó en su sesión de fecha 25 de marzo de 2024 modificar al Comité de Inversiones, para que los cinco miembros sean todos directores en vez de cuatro directores más el gerente general.

El Comité sesiona a lo menos una vez al trimestre en forma ordinaria. El Comité podrá sesionar en forma extraordinaria, cuando así lo estime conveniente el Presidente del Comité y/o el Gerente General, reportando al Directorio después de cada sesión.

Durante el año 2024, la gestión del Comité estuvo enfocado en (i) materias de rentas, incentivos, programas de diversidad e inclusión, reformas laborales, así como futuros proyectos legales con impacto en el negocio, y (ii) el seguimiento del Plan de Trabajo 2024 de sostenibilidad, considerando las iniciativas estratégicas de “Creación de Valor Compartido” y de “Cuidado del Medio Ambiente” del eje “Organización Comprometida y Sostenible” y la revisión anual de los resultados de la evaluación del Cuestionario CSA (*Corporate Sustainability Assessment*) para el Dow Jones Sustainability Index. Además, durante este año se incorporó el monitoreo de un Cuadro de Mando de Sostenibilidad con indicadores de las iniciativas más relevantes en materia ambiental, social y de gobernanza que se utilizan para evaluar el impacto de una empresa.

Los integrantes del Comité de Personas y Sostenibilidad vigentes al 31 de diciembre de 2024 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 25 de abril de 2024. Los integrantes del Comité de Personas y del Comité de Sostenibilidad durante el año 2023 y hasta marzo de 2024 fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 26 de abril de 2021.

A continuación se muestran las remuneraciones del Comité de Personas y del Comité de Sostenibilidad para el año 2023 y de enero a marzo 2024, y las del Comité de Personas y Sostenibilidad desde abril hasta diciembre 2024:

Comité de Personas: Integrantes y Remuneraciones 2024 (enero a marzo) y 2023 (año completo)

Nombre	Cargo	2024 (M$)	2023 (M$)
Fernando Del Solar Concha	Presidente	8.330	14.471
Pilar Dañobeitía Estades	Directora Titular	6.102	11.549
Francisca Saieh Guzmán	Directora Titular	6.105	13.333

Comité de Sostenibilidad: Integrantes y Remuneraciones 2024 (enero a marzo) y 2023 (año completo)

Nombre	Cargo	2024 (M$)	2023 (M$)
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer *	Presidenta	2.766	9.920
Pilar Dañobeitía Estades	Directora Titular	2.029	7.745
Fernando Del Solar Concha	Director Titular	2.032	5.765
Francisca Saieh Guzmán	Directora Titular	2.031	7.745

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Tina Rosenfeld Kreisselmeyer fue directora de SMU S.A. hasta la junta de accionistas de fecha 25 de abril de 2024, dejando de ser miembro del Comité de Sostenibilidad.

Comité de Personas y Sostenibilidad: Integrantes y Remuneraciones 2024 (abril a diciembre)

Nombre	Cargo	2024 (M$)
Fernando Del Solar Concha	Presidente	11.356
Pilar Dañobeitía Estades	Directora Titular	8.322
Francisca Saieh Guzmán	Directora Titular	8.326

El Comité de Personas y Sostenibilidad no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2024.

4.2.3.5 COMITÉ DE CUMPLIMIENTO

Las facultades y deberes del Comité de Cumplimiento son la siguientes: (i) Proponer al Directorio el nombramiento y remoción de la Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia; (ii) velar por el buen cumplimiento de los deberes de la Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia; y (iii) monitorear y hacer seguimiento periódico al plan de cumplimiento de libre competencia, y evaluar y proponer mejoras.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias, reportando al Directorio después de cada sesión y sometiendo a su aprobación las materias que requieren ser aprobadas por éste. Las sesiones ordinarias se celebran cada tres meses y no requieren de citación especial. Las sesiones extraordinarias se celebran cuando las cite especialmente la

Presidenta del Comité por sí, o a indicación de uno o más de sus miembros, o de la Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, sin que los otros miembros estén facultados para calificar previamente la necesidad de la reunión.

En relación a la gestión del Comité durante este año 2024, destaca la revisión de los siguientes temas: (i) Plan del Programa de Cumplimiento Libre Competencia 2024, su avance y monitoreo, (ii) Resultado de los Monitoreos semestrales incluidos en el Programa, (iii) Estado de avances Cumplimiento de la Sentencia N 167/2019 del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, incluido el estatus de las auditorias ordenadas por el fallo, y el reporte a la Fiscalía Nacional Económica de su cumplimiento, (iv) Revisión y seguimiento a la actualización de la Matriz de Riesgos de Libre Competencia, (v) Revisión y seguimiento al sistema de alertas DLP (*Data Loss Prevention*), (vi) Revisión del Programa de Cumplimiento de Libre Competencia para el año 2025, (vii) Modificación de las Normas Generales de Aprovisionamiento de Mercadería de la Compañía y (viii) Seguimiento al presupuesto año 2024 y propuesta presupuesto año 2025.

Los integrantes del Comité de Cumplimiento vigentes al 31 de diciembre de 2024 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 25 de abril de 2024. Los integrantes durante el año 2023 y hasta el 25 de abril de 2024 fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 26 de abril de 2021.

Comité de Cumplimiento: Integrantes y Remuneraciones 2024 y 2023

Nombre	Cargo	2024 (M$)	2023 (M$)
Pilar Dañobeitía Estades	Presidenta	14.055	11.675
Andrés Olivos Bambach	Director Titular	10.309	9.505
Enrique Gundermann Wylie *	Director Titular	6.237	-
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer *	Directora Titular	4.069	9.505

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Tina Rosenfeld Kreisselmeyer fue directora de SMU S.A. hasta la junta de accionistas de fecha 25 de abril de 2024, dejando de ser miembro del Comité de Cumplimiento y siendo nombrado en la misma fecha, por primera vez, el director Enrique Gundermann Wylie.

El Comité de Cumplimiento no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2024.

4.2.3.6
COMITÉ DE ESTRATEGIA

El principal objetivo del Comité de Estrategia es generar una instancia consultiva formal, de asesoría y coordinación entre la presidencia y la vicepresidencia del Directorio y la Administración de la Compañía, principalmente para la evaluación de los proyectos estratégicos más relevantes, incluyendo proyectos inmobiliarios y la compra o venta de activos importantes, y para revisar, analizar y sugerir su plan estratégico trienal.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias. Las primeras se celebran semanalmente y no requieren de citación especial. Las segundas se celebran cuando las cite especialmente el Gerente General de la Sociedad, o la Presidenta del Directorio de la Sociedad.

Durante el año 2024 el Comité de Estrategia brindó apoyo a la Administración en temas: (i) Inmobiliarios, (ii) Marcas propias, (iii) Ecommerce, (iv) Alianzas y (v) Eficiencia operacional.

Los integrantes del Comité de Estrategia vigentes al 31 de diciembre de 2024 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU S.A. celebrada el 25 de abril de 2024. Los integrantes durante el año 2023 y hasta el 25 de abril de 2024 fueron designados en Sesión Ordinaria del Directorio de SMU S.A. celebrada el 25 de mayo de 2020. Además de las dos directoras, el Comité está integrado por el Gerente General de la Compañía y por un miembro externo asesor cuya asesoría fue renovada por acuerdo del Directorio por tres años a contar del 1 de mayo de 2023.

Comité de Estrategia: Integrantes y Remuneraciones 2024 y 2023

Nombre	Cargo	2024 (M$)	2023 (M$)
Pilar Dañobeitía Estades	Presidenta	33.719	25.238
Francisca Saieh Guzmán	Directora Titular	24.737	18.469

*Se deja constancia que las sesiones del año 2023 fueron pagadas durante el año 2024.

El Comité de Estrategia incurrió en gastos de asesoría por UF 6.600 durante el año 2024.

4.3 INFORME ANUAL DEL COMITÉ DE DIRECTORES

Santiago, 31 de marzo de 2025

Señora
Pilar Dañobeitía Estades
Presidenta del Directorio
SMU S.A.
PRESENTE

Ref.: Informe de Gestión Anual Comité de Directores año 2024.

De mi consideración,

Por la presente y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley N°18.046 sobre Sociedades Anónimas ("LSA"), a continuación, informo a usted de la gestión anual del Comité de Directores (el "Comité") de SMU S.A. (la "Sociedad"), correspondiente al año 2023.

CONFORMACIÓN COMITÉ DE DIRECTORES

En junta ordinaria de accionistas celebrada con fecha 20 de abril de 2021, don Rodrigo Perez Mackenna y doña Tina Rosenfeld Kreisselmeyer fueron designados como miembros del Directorio de SMU S.A. en calidad de directores independientes de conformidad con el artículo 50 bis de la Ley 18.046, quienes conjuntamente con don Alejandro Álvarez Aravena conformaron el Comité de Directores de SMU S.A. desde su designación en Sesión Ordinaria de Directorio celebrada el 26 de abril de 2021 hasta la junta ordinaria de accionistas celebrada con fecha 25 de abril de 2024, donde hubo elección de nuevo directorio y yo, Alejandro Danús Chirighin, y el señor Enrique Gundermann Wylie fuimos designados como miembros del Directorio de SMU S.A. en calidad de directores independientes, reemplazando a los directores elegidos anteriormente con esa calidad.

Tal como establece el Artículo 50 bis de la Ley sobre Sociedades Anónimas, así como las instrucciones impartidas por la autoridad de valores al respecto, el Comité de Directores debe estar integrado por tres miembros, la mayoría de los cuales deben ser independientes. Al haber dos directores independientes electos, el tercer miembro del Comité lo elige el Directorio.

Dando cumplimiento a lo dispuesto a lo anterior el Directorio en sesión extraordinaria de Directorio de SMU S.A. celebrada con fecha 25 de abril del año 2024 eligió como tercer miembro del Comité a don Alejandro Álvarez Aravena. Así el Comité de Directores quedó integrado por el suscrito, Alejandro Danús Chirighin, el señor Enrique Gundermann Wylie y el señor Alejandro Alvarez Aravena.

Le hago presente que, al momento de mi designación como miembro del Comité y presidente del mismo, y a esta fecha, quien suscribe reúne los requisitos necesarios para ser considerado como director independiente de la Sociedad, según lo dispuesto en la LSA.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR EL COMITÉ DE DIRECTORES

Durante el año 2024, el Comité de Directores de SMU S.A. sesionó en 21 oportunidades y, haciendo uso de sus facultades y cumpliendo con sus deberes legales, se abocó a lo siguiente:

i. Examinar los estados financieros trimestrales (FECU) sometidos a consideración del Directorio en forma previa a su envío a la Comisión para el Mercado Financiero ("CMF") y al mercado en general;
ii. Revisar los informes de Auditoría Interna sobre los Estados Financieros;
iii. Revisar la conclusión de la Auditoría Externa a SMU S.A. y Filiales año 2023;
iv. Conocer la presentación de los Estados Financieros (EEFF) de SMU S.A. al 31 de diciembre de 2023;
v. Revisar la presentación de carta control interno 2023 realizada por KPMG;
vi. Revisar propuestas y proponer al Directorio los auditores externos que realizarían la auditoría de los estados financieros de la Compañía para el año 2024, cuya contratación sería sometida a decisión de los accionistas en la junta ordinaria anual;
vii. Revisar propuestas y proponer al Directorio las Clasificadoras Privadas de Riesgo para el año 2024, cuya contratación sería sometida a decisión de los accionistas en la junta ordinaria anual;
viii. Examinar los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes, ejecutivos principales y trabajadores de la Compañía, lo que incluyó: (a) Revisión de los incentivos a corto plazo y plan de compensaciones, de gerentes, ejecutivos principales y trabajadores. (b) Revisión presentación de asesor externo en sistemas de compensaciones globales e incentivos, metodología, confirmación del nivel de GGS de la Compañía, competitividad de las remuneraciones, revisión de incentivo de largo plazo y resultados;
ix. Revisar reporte de las operaciones con partes relacionadas vigentes ya existentes,
x. Revisión trimestral de eventuales conflictos de intereses de directores y ejecutivos principales, y la revisión de la política de conflictos de intereses;
xi. Revisar y aprobar la actualización de la política de habitualidad de la Compañía;
xii. Revisar la propuesta de informe anual del Comité de Directores para la Memoria 2023;
xiii. Revisar propuesta de agenda del Comité de Directores para el año 2025;
xiv. Revisar presentación sobre normativa dictada y en consulta de la CMF, especialmente aquellas más relevantes para SMU S.A. y Filiales;
xv. Revisar la propuesta de actualización de lista de competidores, clientes y proveedores relevantes según lo estipulado en el Artículo 18 de la Ley N°18.045, Ley de Mercado de Valores para someterla a aprobación del Directorio;
xvi. Revisar y proponer al Directorio la aprobación de contratos con partes relacionadas detallados en la sección siguiente.

OPERACIONES CON PERSONAS O ENTIDADES RELACIONADAS Y OTROS CONTRATOS

En relación a las operaciones con personas o entidades relacionadas, comunico a usted que, de conformidad con lo establecido en el Título XVI de la LSA, las siguientes operaciones realizadas durante el año 2024 fueron revisadas e informadas en su oportunidad al Directorio de SMU. El Comité, previo a proponer al Directorio su aprobación, revisó que la respectiva operación con personas relacionadas, sometida a su conocimiento tenga por objeto contribuir al interés social y se ajuste en precio, términos y condiciones a aquellas que prevalezcan en el mercado al tiempo de su aprobación. Para lo anterior, solicitó que junto con revisión de la operación con personas relacionadas, se presenten además otras alternativas o referentes similares presentes en el mercado y se expliquen los motivos del porqué se recomienda una alternativa por sobre las otras:

i. Otorgamiento de línea de crédito a Unired sociedad relacionada con el controlador Sr. Álvaro Saieh Bendeck;

ii. Contrato entre SMU y Copesa, sociedad relacionada con el controlador Sr. Álvaro Saieh Bendeck, para servicios de marketing digital.

En conclusión, puedo informar al Directorio que durante el ejercicio 2024, el Comité de Directores se ocupó cabalmente de las materias que precisa el artículo 50° bis de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas, analizando y contribuyendo al mejor desarrollo del accionar de los órganos de dirección de la Sociedad.

RECOMENDACIONES Y SOLICITUDES DEL COMITÉ DE DIRECTORES

Durante su gestión por el período correspondiente al año 2024, el Comité de Directores realizó, entre otras, las siguientes recomendaciones y solicitudes:

i. Acordó recomendar al Directorio (a) incorporar ciertas modificaciones al modelo de Incentivos de corto plazo, (b) aprobar el pago del incentivo de corto plazo para SMU Chile, SMU Perú y Unicard para el año 2023 en los términos expuestos; (c) aprobar el pago del incentivo de largo plazo 2021-2023 para SMU Chile, y (d) aprobar la propuesta de incentivo de corto plazo y plan de beneficios del año 2025;
ii. Solicitó revisar con el área usuaria los antecedentes que acrediten que algunas de las operaciones con partes relacionadas informadas se encuentran a precio de mercado;
iii. Acordó proponer al Directorio la siguiente priorización de propuestas de los auditores externos para ser a su vez sugeridos a la junta ordinaria de accionistas de SMU: 1er lugar: EY y 2do lugar: KPMG;
iv. Acordó proponer al Directorio que se mantengan las clasificadoras de riesgo con las que opera SMU, Feller-Rate e ICR, para ser a su vez sugeridos a la junta ordinaria de accionistas de SMU;
v. Acordó que los EE.FF al 31 de diciembre de 2023, al 31 de marzo de 2024, al 30 de junio de 2024 y al 30 de septiembre de 2024 sean presentados al Directorio para su aprobación;

vi. Aprobó la propuesta de calendario para el Comité de Directores para el año 2025 en los términos expuestos;
vii. Acordó proponer al Directorio la aprobación del listado de competidores, clientes y proveedores relevantes a que se refiere el Artículo 18 Ley 18045 de la Ley de Mercado de Valores;
viii. Acordó proponer al Directorio la aprobación de modificación de la política de habitualidad de la Compañía;
ix. Acordó recomendar al Directorio, conforme lo indicado por el asesor externo en compensaciones e incentivo, cambios al sistema de compensaciones para el incentivo a largo plazo;
x. Declaró haber tomado conocimiento de la gestión trimestral de conflicto de interés de ejecutivos principales y directores;
xi. En relación al negocio de Unired, acordó proponer al Directorio aprobar una línea de crédito a partir de agosto 2024 para Unired, por un monto de MM$1.300, en las condiciones expuestas, y acordó proponer al Directorio aprobar el Contrato de marketing entre SMU y Copesa, considerando que ambas operaciones se ajustaban en precio, términos y condiciones a aquellas que prevalecían en el mercado según alternativas similares, y que son beneficiosas para la Sociedad.

GASTOS

En relación a los gastos del Comité de Directores, durante el año 2024 éste no hizo uso del presupuesto de gastos de funcionamiento aprobado por la Junta General Ordinaria de Accionistas de la Compañía, celebrada con fecha 25 de abril del año 2024, a excepción de lo relativo al pago de remuneraciones de los miembros de dicho Comité. Asimismo, el Comité no ha requerido la contratación de asesorías profesionales para el desarrollo de sus funciones durante el año 2024.

Sin otro particular, saluda atentamente a Ud.

Alejandro Danús Chirighin
Presidente
Comité de Directores
SMU S.A.

4.4 ADMINISTRACIÓN

4.4.1 EJECUTIVOS PRINCIPALES

Al 31 de diciembre de 2024, los ejecutivos principales de SMU incluyen al gerente general y los gerentes corporativos que le reportan directamente, además del gerente corporativo de contraloría, quien reporta al Directorio.

Ejecutivos Principales

Nombre	Cargo	RUT	Profesión	Fecha Designación	% Participación Acciones SMU*
Marcelo Gálvez Saldías	Gerente General	9.544.470-9	Ingeniero Comercial	08-05-2013	0,03%
Arturo Silva Ortiz	Gerente Corporativo de Administración y Finanzas	10.328.312-4	Ingeniero Comercial	05-12-2013	0,01%
Luisa Astorino Morales	Gerente Corporativa de Clientes y Marketing	22.780.768-7	Ingeniera Comercial	01-02-2022	0%
Juan David Quijano	Gerente Corporativo de Contraloría	8.668.650-3	Contador Auditor	25-11-2019	0%
Carolina Selume Aguirre	Gerente Corporativa de Desarrollo Inmobiliario	13.242.147-1	Arquitecta	05-11-2019	3,258%
Javier Fernández Fernández	Gerente Corporativo de eCommerce	15.378.068-4	Ingeniero Comercial	12-04-2021	0%
Gustavo Persson Donoso	Gerente Corporativo de Estrategia y Desarrollo	13.036.147-1	Ingeniero Civil Industrial	08-03-2021	0%
Claudia González Montt	Gerente Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos	10.407.827-3	Abogada	15-06-2020	0%

Nombre	Cargo	RUT	Profesión	Fecha Designación	% Participación Acciones SMU*
Gastón Gacitúa Rocha	Gerente Corporativo de Marcas Propias y Nuevos Negocios	14.391.389-9	Ingeniero Civil Industrial	01-12-2024	0%
Jorge Sáez Correa	Gerente Corporativo de Operaciones y Ventas	10.034.176-K	Ingeniero Comercial	01-06-2024	0%
Paula Coronel Kurte	Gerente Corporativa de Personas y Sostenibilidad	12.162.559-8	Egresada de Derecho	03-07-2017	0%
Patricio Llosa Bellido	Gerente General SMU Perú	DNI 06451167	Ingeniero Comercial	02-02-2011	0%
Fernando Faella Lopez	Gerente Corporativo de Tecnología y Digital	14.749.198-0	Ingeniero Civil Industrial	01-10-2024	0%
Inguer Pérez-Borroto	Gerente General de Unicard	14.652.655-1	Matemática	01-09-2021	0%

* Incluye participaciones directas e indirectas. Sin cambios durante el último año.

4.4.2
REMUNERACIONES Y COMPENSACIONES

La compensación de los principales ejecutivos de SMU, incluyendo el gerente general, busca alinear los incentivos con los objetivos y resultados de la Compañía. Por lo tanto, los ejecutivos principales poseen una remuneración fija mensual y dos sistemas de remuneración variable:

- Corto plazo: que consiste en un bono anual por cumplimiento de objetivos. Estos objetivos son definidos y aprobados por el Directorio. Al comienzo de cada período de evaluación son entregados e informados a cada ejecutivo.

- Largo plazo: que consisten en un bono que tiene un componente retención y otro de cumplimiento de objetivos a tres años (2023-2025). Estos objetivos son definidos y aprobados por el Directorio y corresponden a objetivos financieros, incluyendo EBITDA, rentabilidad sobre patrimonio y apreciación bursátil de la acción de SMU versus IPSA.

Componentes Remuneración Variable Ejecutivos Principales

	Incentivo Corto Plazo (Anual)	Incentivo Largo Plazo (Trienal
Categoría de Indicadores Aplicables	Financieros	Financieros
	Clientes	Bursátiles
	Proyectos plan estratégico	
	Gestión de riesgos corporativos	

Ambos tipos de remuneración variable pueden contener diferentes categorías de indicadores asociados. Por ejemplo, indicadores financieros puede incluir KPIs de ventas, EBITDA o brecha total, mientras que los indicadores asociados a los proyectos del plan estratégico tienen que ver con el cumplimiento y desarrollo de determinadas iniciativas. Adicionalmente, para el año 2024 se determinó un objetivo específico transversal a todos los ejecutivos principales asociado al cumplimiento e implementación del plan de riesgo corporativo definido por la Compañía.

A continuación, se proporcionan ejemplos de algunos proyectos estratégicos considerados en el incentivo de corto plazo para el año 2024.

Ejemplos Proyectos Estratégicos Considerados en Incentivo Corto Plazo 2024

Cargo	Tipo Incentivo	KPI
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Cumplimiento plan de crecimiento orgánico (nuevas aperturas y remodelaciones)
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Desarrollo de programa de marcas propias
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Estudios sistemas fotovoltaicos y expansión de tiendas sostenibles
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	No desperdicio de alimentos: aumentar productos donados y valorizados como porcentaje de la merma
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Cuantificación y reducción de la huella hídrica 2024

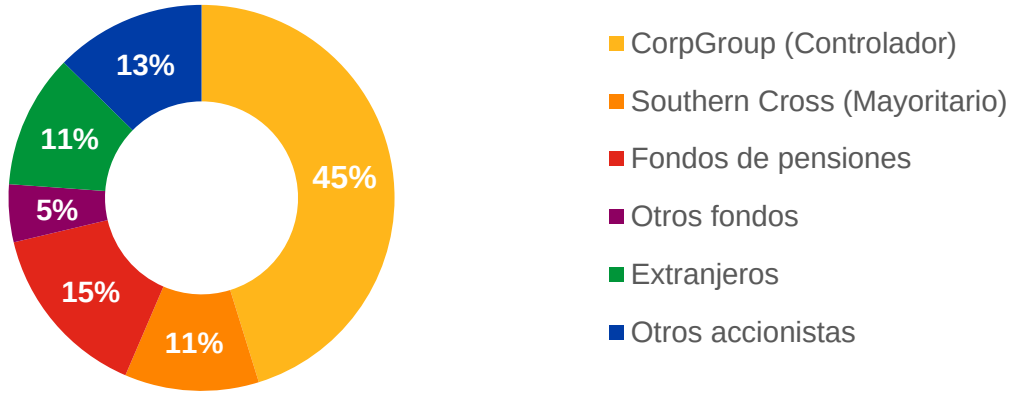
Durante los años terminados el 31 de diciembre de 2024 y 2023, las remuneraciones percibidas por los principales ejecutivos del Grupo SMU ascienden a M$ 14.741.636 (remuneración fija M$ 4.524.561y remuneración variable M$ 10.217.075) y M$ 5.431.093 (remuneración fija M$3.503.075 y remuneración variable M$1.928.018), distribuidos en 14 ejecutivos para 2024 y 13 ejecutivos en 2023. El plan de compensación no considera pagos basados en opciones sobre acciones de la Compañía.

Por otra parte, la Compañía mantiene un seguro complementario de salud, vida y dental para los ejecutivos principales y sus respectivos grupos familiares.

4.5 ESTRUCTURA ACCIONARIA

Al 31 de diciembre de 2024, la propiedad de SMU está compuesta por 5.763.205.697 acciones suscritas y pagadas, de una única serie, y 178 accionistas, cuya distribución por tipo de accionista es como sigue:

Estructura Accionaria SMU S.A.



Acciones SMU S.A.

Serie	N° de Acciones Autorizadas	N° de Acciones Suscritas	N° de Acciones Pagadas	N° de Acciones con Derecho a Voto
Única	5.763.205.697	5.763.205.697	5.763.205.697	5.763.205.697

Durante el año 2024, el accionista controlador redujo su porcentaje de participación de un 45,8% a un 45,2%, manteniendo el control de la Sociedad. Por otra parte, los fondos de pensiones aumentaron su participación desde aproximadamente un 9% hasta un 14,8%.

Con fecha 21 de abril de 2022, se celebró la Junta Extraordinaria de Accionistas de SMU S.A. en la que se aprobó el programa de recompra o adquisición de acciones de propia emisión, de acuerdo con lo establecido en los artículos 27 A al 27 C de la Ley sobre Sociedades Anónimas. El programa considera que el monto máximo a adquirir sea hasta por el monto de las utilidades retenidas de SMU S.A., no pudiendo mantener en cartera acciones de su propia emisión representativas de un monto superior al 5% de sus acciones suscritas y pagadas. El plazo de duración del programa es de cinco años contados desde la fecha de la Junta. La Compañía realizó compras de 9.371.159 acciones propias durante el año 2022. No hubo cambios durante el año 2023. Con fecha 15 de julio de 2024, mediante escritura pública y según lo estipulado en la ley, se llevó a cabo la disminución de capital correspondiente a las 9.371.159 acciones propias que se mantenían en cartera, las cuales cumplieron el plazo establecido en la ley desde su adquisición.

4.5.1
SITUACIÓN DE CONTROL

Al 31 de diciembre de 2024, la familia Saieh Guzmán compuesta por don Álvaro Saieh Bendeck, su cónyuge e hijos (en adelante, la “Familia Saieh Guzmán” y/o el “Grupo Controlador”), controlan el 45,20% de las acciones de SMU S.A., a través de las sociedades Inversiones SAMS SpA, Inversiones SMU Matriz Limitada, Fondo de Inversión Privado Epsilon, CorpGroup Inversiones Limitada, CorpGroup Holding Inversiones Limitada, Retail Holding S.A. y Retail Holding II SpA. A través de dichas sociedades, la Familia Saieh Guzmán indirectamente posee una participación de 40,10% de las acciones de SMU S.A. La Familia Saieh Guzmán controla el 100% de la sociedad CorpGroup Holding Inversiones Limitada, y ésta, a su vez, controla directa e indirectamente a las sociedades antes mencionadas que son accionistas directos de SMU S.A. Los miembros del Grupo Controlador tienen un acuerdo de actuación conjunta que no se encuentra formalizado.

Identificación del Grupo Controlador

Accionista	RUT	Porcentaje de Participación
Álvaro José Saieh Bendeck	5.911.895-1	0,02%
Jorge Andrés Saieh Guzmán	8.311.093-7	13,36%
María Catalina Saieh Guzmán	15.385.612-5	13,36%
María Francisca Saieh Guzmán	13.829.073-5	13,36%
Total Grupo Controlador		**40,10%**

4.5.2
OTROS ACCIONISTAS MAYORITARIOS[5]

SMU ha sido informada que al 31 de diciembre de 2024, Southern Cross Latin America Private Equity Fund III, L.P. y Cyprus SCG Co-Investments, L.P., ambas sociedades relacionadas a Southern Cross Group Management, L.P., controlan, indirectamente, el 11,25% de la propiedad de SMU S.A. a través de su participación en las siguientes sociedades: (i) Gestora Omega Limitada Holding y Compañía en Comandita por Acciones, RUT N° 76.025.301-4, (ii) Gestora Omega Limitada BG Uno y Compañía en Comandita por Acciones, RUT N° 76.204.906-6, (iii) Gestora Omega BG Cuarenta y Uno Limitada y Compañía en Comandita por Acciones RUT N° 76.204.917-1, (iv) Gestora Omega Limitada BG Dos y Compañía en Comandita por Acciones, RUT N° 76.204.923-6; (v) Inversiones Eland SpA, RUT N° 76.616.441-2; y (vi) SCG SpA, RUT N° 77.125.447-0.

4.5.3
POLÍTICA DE DIVIDENDOS

A diciembre de 2024, se mantiene como política de dividendos que, en la medida que la situación de los negocios sociales así lo permita y siempre teniendo en consideración los proyectos y planes de desarrollo de la Sociedad, se contemplará distribuir como dividendo a los accionistas hasta el 75% de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Sujeto a la aprobación del Directorio y, en su caso, de la Junta de Accionistas, se procurará que la referida distribución de utilidades de cada ejercicio se lleve a cabo mediante el reparto de tres dividendos provisorios, sobre la base de los resultados de los estados financieros del primer, segundo y tercer trimestre, más el dividendo definitivo a repartir en la Junta Ordinaria de cada año.

[5] De acuerdo a lo requerido por la Norma de Carácter General N°30 de la Comisión para el Mercado Financiero, se deja constancia de que no existen comentarios o proposiciones efectuadas por accionistas que representen el 10% o más de las acciones con derecho a voto y que cumplan con lo prescrito en el inciso tercero del artículo 74 de la Ley N°18.046.

4.5.4
DISTRIBUCIÓN DE DIVIDENDOS

Durante los últimos tres años, la Compañía ha repartido los siguientes dividendos:

Dividendos Pagados

Dividendo	Tipo	Fecha	Dividendo por Acción ($)	Dividendo Total ($)	Correspondiente al Ejercicio
N°9	Provisorio	06-06-2022	6,47041	37.350.939.015	2022
N°10	Provisorio	06-09-2022	2,82270	16.267.800.721	2022
N°11	Provisorio	07-12-2022	3,81874	22.008.184.123	2022
N°12	Definitivo	28-04-2023	4,06695	23.438.669.409	2022
N°13	Provisorio	05-06-2023	2,89043	16.658.142.643	2023
N°14	Provisorio	07-09-2023	2,44451	14.088.213.958	2023
N°15	Provisorio	05-12-2023	1,46218	8.426.844106	2023
N°16	Definitivo	08-05-2024	4,75686	27.414.762.652	2023
N°17	Provisorio	05-06-2024	2,48724	14.334.475.738	2024
N°18	Provisorio	05-09-2024	0,86011	4.956.990.852	2024
N°19	Provisorio	04-12-2024	0,97184	5.600.913.825	2024

4.5.5
INFORMACIÓN ESTADÍSTICA: TRANSACCIONES EN BOLSAS

Las acciones de SMU S.A. se cotizan en la Bolsa de Comercio de Santiago y en la Bolsa Electrónica de Chile, bajo el código nemotécnico SMU. A continuación se presenta un resumen de las transacciones durante el año 2024:

Transacciones en Bolsas

Período	Precio Promedio ($)	N° Acciones Transadas	Volumen Transado ($)	Presencia Bursátil (% al cierre período)
Trimestre I	157,5	460.287.353	72.501.229.587	100,00
Trimestre II	174,5	528.520.160	92.241.335.721	100,00
Trimestre III	152,1	550.041.064	83.659.186.338	100,00
Trimestre IV	152,2	587.566.494	89.428.399.931	99,44
Año 2024	158,9	2.126.415.071	337.830.151.577	99,44

4.5.6
OTROS VALORES

Además de las acciones que transan en la Bolsa de Comercio de Santiago y la Bolsa Electrónica, al 31 de diciembre de 2024, SMU cuenta con los valores de renta fija que se describen a continuación.

Con fecha 26 de mayo de 2011, fue inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros bajo el registro N°667, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 7.000.000 y bajo el registro N 668 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 30 años por UF 7.000.000. No obstante lo anterior, el Emisor sólo podrá colocar bonos por un valor nominal total que no exceda de UF 7.000.000, considerando el total de los bonos que se emitan con cargo a las líneas 667 y 668.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dichas líneas, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2024 y 2023:

- Con fecha 09 de junio de 2011 se colocaron bonos por UF 3.000.000 con cargo a la línea N°668, serie BCSMU-B, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,80%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 01 de diciembre de 2021 hasta el 01 de junio de 2032.

Producto de la fusión por incorporación de Supermercados del Sur S.A., en septiembre de 2011, SMU adquirió las obligaciones con terceros de dicha sociedad. Esto incluye las series de bonos con cargo a las líneas inscritas por Supermercados del Sur S.A.

Con fecha 20 de diciembre de 2010, fue inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros bajo el registro N°649, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 5.500.000 y bajo el registro N°650 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 30 años por UF 5.500.000. No obstante lo anterior, el Emisor sólo podrá colocar bonos, en su primera emisión, por un valor nominal total que no exceda de UF 5.500.000, considerando el total de los bonos que se emitan con cargo a las líneas 649 y 650.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dichas líneas, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2024 y 31 de diciembre de 2023:

- Con fecha 20 de enero de 2011, se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°650, serie BSDSU-D, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,70%, y amortización de capital al vencimiento el 10 de noviembre de 2028.
- Con fecha 05 de abril de 2018, se colocaron bonos por UF 2.500.000 con cargo a la línea N°650, serie BCSMU-T, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,00%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 15 de septiembre de 2022 hasta el 15 de marzo de 2025.
- Con fecha 14 de junio de 2018, se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°650, serie BCSMU-T, que devengará intereses en forma semestral a una tasa

fija anual de 3,00%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 15 de septiembre de 2022 hasta el 15 de marzo de 2025.
- Con fecha 20 de junio de 2019, se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°650, serie BCSMU-W, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 2,50%, y amortización de capital al vencimiento el 01 de junio de 2040.
- Con fecha 19 de junio de 2020, se colocaron bonos por UF 3.000.000 con cargo a la línea N°649, serie BCSMU-AK, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,00%, y amortización de capital al vencimiento el 30 de abril de 2025.

Con fecha 13 de septiembre de 2019, fue inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero bajo el registro N°964, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 3.000.000 y bajo el registro N°965 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 30 años por UF 3.000.000. No obstante lo anterior, el Emisor sólo podrá colocar bonos por un valor nominal total que no exceda de UF 3.000.000, considerando el total de los bonos que se emitan con cargo a las líneas 964 y 965.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dichas líneas, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2024 y 31 de diciembre de 2023:

- Con fecha 23 de diciembre de 2020 se colocaron bonos por UF 3.000.000 con cargo a la línea N°964, serie BCSMU-AL, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,25%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 30 de mayo de 2022 hasta el 30 de noviembre de 2024. Al 31 de diciembre de 2024 esta serie se encuentra pagada.
- Con fecha 14 de septiembre de 2023 se colocaron bonos por UF 1.500.000 con cargo a la línea N°964, serie BCSMU-AP, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,50%, y amortización del capital al vencimiento el 01 de septiembre de 2033.

Con fecha 07 de marzo de 2022, fue inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero bajo el registro N°1.098, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 5 años por UF 2.000.000.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dichas línea, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2024 y 31 de diciembre de 2023:

- Con fecha 15 de marzo de 2022 se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°1.098 serie BCSMU-AO, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 6,30% y amortización de capital al vencimiento el 01 de marzo de 2027.
- Con fecha 21 de noviembre de 2024 se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°1.098 serie BCSMU-AW, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,60% y amortización de capital al vencimiento el 01 de noviembre de 2031.

Con fecha 29 de febrero de 2024, fue inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero bajo el registro N°1.171 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 3.000.000.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dicha línea, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2024:

- Con fecha 21 de marzo de 2024 se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°1.171 serie BCSMU-AR, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,20% y amortización de capital al vencimiento el 28 de febrero de 2034.
- Con fecha 04 de abril de 2024 se colocaron bonos por UF 1.500.000 con cargo a la línea N°1.171 serie BCSMU-AQ, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,20% y amortización de capital al vencimiento el 15 de marzo de 2029.

Con fecha 21 de junio de 2024, fue inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero bajo el registro N°1.179 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 3.000.000.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dicha línea, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2024:

- Con fecha 10 de julio de 2024 se colocaron bonos por UF 2.000.000 con cargo a la línea N°1.179 serie BCSMU-AS, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,40% y amortización de capital al vencimiento el 30 de mayo de 2030.

4.6 GESTIÓN DE RIESGOS

Consciente de que una adecuada gestión de riesgos es un elemento fundamental para la sostenibilidad de su negocio y el cumplimiento de sus objetivos estratégicos, SMU se ha preocupado por fortalecer esta función dentro de su gobierno corporativo. El desarrollo e implementación de un modelo sistemático de gestión de riesgos le permite identificar y evaluar riesgos de diversas naturalezas—incluyendo riesgos operacionales, financieros, sociales (incluyendo laborales y de derechos humanos), ambientales (incluyendo de cambio climático) y legales—y con diversos horizontes de tiempo, incluyendo riesgos con probabilidad de ocurrencia en la actualidad y riesgos emergentes que pueden tener un mayor impacto en el futuro. De esta forma, y en paralelo con la identificación de las oportunidades estratégicas, la Compañía puede adaptar su estrategia de corto, mediano y largo plazo, mejorando la efectividad de sus iniciativas y mitigando potenciales riesgos que pueden afectar el cumplimiento de sus objetivos.

4.6.1 GOBERNANZA DE RIESGOS

SMU cuenta con una Política de Gestión de Riesgos, en base a la norma ISO 31.000, y una Política de Control Interno, en base a COSO (*Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*). Asimismo, aplica otras mejores prácticas, como las recomendaciones del TCFD (*Task Force on Climate-Related Financial Disclosures*) para los riesgos de cambio climático.

El Directorio de SMU tiene como principal función en esta materia velar por un adecuado funcionamiento de la gestión de riesgos, ejerciendo la supervisión a través del Comité de Auditoría y Riesgos conformado por directores. Para más información, ver sección 4.2.3.2 Comité de Auditoría y Riesgos.

El Comité de Auditoría y Riesgos ejerce su rol de supervisión a través del Comité de Riesgos de la Administración, el que se reúne en forma trimestral y supervisa el modelo de gestión de riesgos y el estado del control interno de la Compañía, reportando al Comité de Auditoría y Riesgos al menos trimestralmente.

El Comité de Riesgos de la Administración busca asegurar y mejorar la calidad, la eficacia del diseño, la implementación y los resultados del proceso de gestión de riesgos. Este trabajo se realiza en conjunto con todas las gerencias de SMU, las cuales realizan un relevamiento y/o actualización, al menos anualmente, de los principales riesgos a los que está expuesta la Compañía, con el fin de analizarlos y valorarlos en términos de su probabilidad de ocurrencia y potencial impacto, para luego establecer las correspondientes medidas para abordar cada riesgo según sea necesario.

La Gerencia de Control Interno está encargada de acompañar metodológicamente a quienes gestionan riesgos dentro de la Compañía, utilizando como base el modelo definido y

aprobado en las distintas instancias responsables, abordando las mejores prácticas en la detección, cuantificación, monitoreo y comunicación de riesgos.

Tal como define la Política de Gestión de Riesgos, el equipo de auditoría interna, que reporta directamente al Directorio, evalúa el modelo de gestión de riesgos de manera periódica e independiente, proponiendo cambios cuando lo estime necesario. Asimismo, el equipo de auditoría interna, en base a un plan anual de auditoría aprobado por el Directorio, realiza auditorías a los principales procesos y situaciones que se perciben como riesgosas. Este equipo además revisa la eficacia de los mecanismos de control y riesgos asociados al proceso de evaluación de riesgos de la Compañía.

La comunicación y la capacitación forman parte central de la gestión de riesgos en SMU. Las políticas y procedimientos de la Compañía están disponibles para todos los colaboradores en el sitio de intranet, y se difunden a través de correos electrónicos, exhibición en pantallas y otros medios, de acuerdo con cada caso.

La gestión de riesgos es una consideración importante al momento de definir el programa de capacitación, el que aborda, entre otras materias, los principales riesgos de negocio de SMU, tales como delitos económicos, libre competencia, protección a consumidores, protección de datos y seguridad de la información, permitiendo reforzar el conocimiento y cumplimiento de las políticas y procedimientos de la Compañía.

4.6.2
MODELO DE GESTIÓN DEL RIESGO DE SMU

La Compañía ha implementado el modelo de las tres líneas de defensa propuesto por el Instituto de Auditores Internos, para mejorar la comprensión de la gestión de riesgos y control. Cada una de las tres líneas tiene una función distinta dentro del marco general de gobierno de la organización:

- **Primera línea de defensa**: Está compuesta por los dueños y administradores de riesgos, quienes lo confrontan y gestionan aplicando las medidas de control, durante las actividades del día a día. Dicho grupo se conforma por personas y equipos en roles operacionales (por ejemplo, la Gerencia de Operaciones y Ventas) y por personas responsables de ejecutar tareas administrativas o de back-office (por ejemplo, la Gerencia Corporativa de Personas y Sostenibilidad).
- **Segunda línea de defensa**: Quienes supervisan y apoyan que los controles y procesos de gestión de riesgo implementados por la primera línea de defensa estén diseñados correctamente y funcionando de la forma esperada (ej. área de calidad) y de esta forma aportando en la mejora de la gestión del riesgo en la Compañía.
- **Tercera línea de defensa**: Quienes proporcionan aseguramiento independiente en relación con la eficacia de la gestión del riesgo y del control (área de auditoría interna).

Bajo este modelo, la función de **auditoría externa** complementa las tres líneas de defensa, realizando una evaluación del ambiente de control interno para diseñar su plan de auditoría y levantando potenciales deficiencias y debilidades. El modelo contempla, además, el rol de **entidades supervisoras**, tales como la Dirección del Trabajo y la Comisión para el Mercado Financiero, entre otras, quienes supervisan y fiscalizan a la Compañía.

Cuando cada una cumple con su rol asignado de forma eficaz, se aumenta la probabilidad que la organización tenga éxito en su tarea de alcanzar sus objetivos generales.

Modelo de Gestión del Riesgo de SMU

La etapa de identificación de riesgos se aborda principalmente utilizando las directrices de la norma internacional ISO 31.000, la que tiene por objetivo encontrar, reconocer y describir las incertidumbres que pueden ayudar o impedir el logro de los objetivos planteados por la Compañía. Adicionalmente, se tienen en consideración las mejores prácticas respecto a otros estándares de gestión. Por otra parte, los cambios en la regulación existente tienen un proceso de seguimiento permanente desde el momento en que están en su etapa inicial (proyecto de ley). Este considera un análisis respecto de los posibles impactos que implicaría su aprobación y una priorización según dichos resultados.

Para la identificación de riesgos, se aplican las técnicas más apropiadas según corresponda (reuniones con personal clave, encuestas, eventos materializados, contexto, etc.). La importancia de los riesgos se determina según criterios estandarizados y parametrizados en el software de gestión utilizado por la Compañía. Los criterios utilizados son las posibles consecuencias (impacto de la materialización de los riesgos en distintos ámbitos: financiero, legal, medio ambiente, personas y su calidad de vida, derechos humanos, salud y seguridad.) y la probabilidad de ocurrencia. De esta forma se genera una matriz de riesgos inherentes.

En paralelo, se determinó el apetito de riesgo de la Compañía—es decir, la cantidad y tipo de riesgo que está dispuesta a aceptar para alcanzar sus objetivos—a través de un levantamiento que se llevó a cabo con directores y altos ejecutivos. A partir del apetito establecido, se clasificaron los riesgos inherentes en los niveles bajo, medio, medio-alto y alto, y se identificaron los controles o medidas de mitigación existentes para cada riesgo. El resultado de este proceso es una matriz de riesgos residuales, la cual consolida todos los riesgos de la Compañía.

Mejora Continua

Durante el año 2024 se implementó el software de gestión que permite agilizar y desarrollar de mejor manera el proceso, mejorando así la disponibilidad de la información para la toma de decisiones y la iteración en el desarrollo de las distintas etapas del modelo. Adicionalmente, se capacitó y entregó acceso al software a los gestores de riesgos y a quienes supervisan los resultados del proceso.

Para avanzar en la madurez del modelo de gestión del riesgo, en 2025 se iniciará la integración al software de gestión de las auditorías de proceso y cumplimiento, lo que permitirá integrar las distintas líneas de defensa en el modelo de gestión.

4.6.3
FACTORES DE RIESGO

A continuación se indica una breve descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía.

Riesgos de mercado

El principal riesgo de mercado al que está expuesta la industria del retail corresponde a los períodos de contracción de la economía y que están asociados a un menor consumo. Los ingresos de operaciones en Chile de SMU representaron el 98,8% y 98,9% respectivamente, de sus ingresos consolidados para los años terminados al 31 de diciembre de 2024 y 2023.

Por consiguiente, los resultados de operaciones y condición financiera de la Compañía dependen en gran medida del nivel de actividad económica en Chile. La economía chilena puede ser afectada por diversos factores, incluyendo entre otros las condiciones económicas y políticas en otros países de mercados emergentes y en América Latina, y las condiciones económicas y políticas en otros países a los que Chile exporta una gran cantidad de productos.

Un bajo crecimiento de la economía chilena, y otros hechos que afecten la economía chilena en el futuro, podrían generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de SMU.

Sin embargo, este riesgo está mitigado por los siguientes factores:

- La Sociedad y sus filiales comercializan productos que en gran parte corresponden a bienes de primera necesidad (alimentos), los que por su naturaleza tienen una demanda relativamente estable, a pesar de cambios que se puedan dar en la situación económica.

- La Sociedad y sus filiales poseen un proceso de abastecimiento amplio comercializando una gran variedad de productos, lo que le permite no depender particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos.

- La Sociedad y sus filiales comercializan sus productos a través de distintos formatos que apuntan a clientes de los distintos segmentos socioeconómicos distribuidos a lo largo del territorio nacional. De esta forma; cambios en la economía que pudieran afectar a algún formato, pudieran ser compensados por algún otro.

Riesgo de cumplimiento legal y regulatorio

Los diversos cambios en la legislación laboral, tributaria y comercial, entre otros que se han visto en los últimos tiempos, sumado a los nuevos cambios propuestos, podrían imponer nuevas obligaciones a la Compañía y a la vez restricciones y limitaciones operativas que finalmente impactan los costos. Asimismo, se genera un riesgo de cumplimiento legal en relación con las nuevas regulaciones. Para mitigar este riesgo, la Sociedad cuenta con una política de cumplimiento, a cargo de un Gerente de Cumplimiento, quien vela por la permanente capacitación de los colaboradores y el monitoreo de las diferentes áreas sujetas a algún tipo de regulación, particularmente libre competencia, prevención de delitos, seguridad de datos de terceros y protección al consumidor. Igualmente, a partir del mes de septiembre de 2020, la compañía a través de sus Estatutos Sociales constituyó un Comité de Cumplimiento de Libre Competencia integrado por Directores; comité encargado, entre otras funciones, del monitoreo y seguimiento del plan de cumplimiento de libre competencia de la compañía. Este plan de cumplimiento está a cargo del Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, cargo que fue designado por el Directorio durante el mismo mes de septiembre de 2020, y que comenzó en sus funciones en el mes de octubre de 2020. A contar del mes de septiembre de 2023, se comenzó una revisión del modelo de prevención del delito considerando la Ley 21.595, cuya vigencia comenzó el 1 de septiembre de 2024 y que tiene impactos en la Ley 20.393.

Riesgo logístico

Dada la cobertura geográfica de las tiendas de SMU, que están presentes en todas las regiones de Chile, existe el riesgo de no atender bien a todos los clientes por desabastecimiento y/o paralizaciones operativas, sean estas internas o de servicios tercerizados, en alguno de sus centros de distribución, debido a por ejemplo factores climáticos, desastres naturales, incendios, conmoción interna u otros. Para mitigar este riesgo, la Compañía cuenta con varios centros de distribución a lo largo del país, en conjunto con una política de compras flexible que se hace cargo de eventuales contingencias realizando un monitoreo constante sobre indicadores claves en las tiendas, como es el caso del “instock” y “nivel de servicio en góndola” entre otros. Lo anterior se refuerza por el hecho de contar con un sistema logístico diversificado y una amplia matriz de proveedores locales e

internacionales, para asegurarnos que todas las tiendas están debidamente abastecidas y dispuestas para satisfacer las necesidades de los clientes en forma oportuna.

Riesgo de seguridad de la información

El negocio de SMU es altamente transaccional, por lo tanto, es dependiente de contar con sistemas informáticos y de comunicaciones eficientes y seguros. Los sistemas informáticos de la Compañía están sujetos a daños o interrupciones debido a cortes de energía, fallas computacionales o de telecomunicaciones, eventos catastróficos, errores humanos, virus computacionales o violaciones de seguridad, incluyendo los de sistemas de procesamiento de transacciones u otros sistemas que podrían comprometer los datos. Si los sistemas informáticos de la Compañía sufren daños o interrupciones, se podría generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de la Compañía. Para ayudar a mitigar este riesgo, la Compañía cuenta con sistemas de respaldo y de recuperación de datos, que podrían ser utilizados en el caso de una contingencia o falla en los sistemas primarios de la Compañía.

Adicionalmente, el procesamiento y recopilación de datos requieren que SMU reciba y almacene ciertos datos personales junto con el historial de compra de sus clientes que se identifican como miembro de sus clubes de lealtad. Estos datos podrían estar afectos a robo, uso malicioso por parte de terceros o a fallas en la seguridad de los sistemas de la Compañía, lo que podría generar un impacto adverso en el negocio de SMU, sus relaciones con clientes y su reputación.

Para mitigar este riesgo, la Compañía cuenta con una filial dedicada al resguardo y tratamiento de datos; ésta consolida los datos en un repositorio único de almacenamiento de altos estándares de seguridad y donde los datos son transformados en códigos internos de trabajo; cuenta con un Oficial de Seguridad de Información con dedicación exclusiva para temas de protección de datos; y cuenta con un Comité de Seguridad de la Información integrado por representantes de las áreas legal, compliance y tecnología, junto con asesores externos y áreas de negocio para abordar este tema de manera integral y en línea con la legislación vigente.

Riesgo de eventos de fuerza mayor

Condiciones climáticas severas y otros desastres naturales en áreas en las que SMU tiene tiendas o centros de distribución, o desde las cuales la Compañía obtiene productos, pueden afectar los resultados operacionales de la Compañía de manera adversa. Chile es un país sísmico que ha sido afectado adversamente por terremotos y tsunamis en años recientes, lo cual podría repetirse en el futuro, produciendo daños significativos a la infraestructura general en Chile, como carreteras, caminos, vías férreas y accesos a fuentes productivas de bienes y, por consiguiente, podrían tener un impacto importante en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de la Compañía. Adicionalmente, producto de eventos catastróficos o conmoción interna, la Compañía podría sufrir interrupciones severas en su negocio, generando disminuciones significativas en sus ingresos o costos adicionales significativos. No obstante, estos riesgos se mitigan en el caso de SMU ya que, por un lado, cuenta con pólizas de seguros para reducir los impactos financieros que pudieran derivarse de dichos siniestros, y, por otro lado, la extensa cobertura logística a nivel nacional permite

mantener en operación buena parte de la red. Sin embargo, las pólizas de seguros normalmente contemplan tanto un monto deducible como un monto de cobertura máximo por siniestro.

Riesgo de competencia

En Chile y Perú, SMU enfrenta fuerte competencia de operadores internacionales y nacionales de supermercados, tiendas mayoristas, e-grocers y tiendas de conveniencia, y es posible que en el futuro, otros operadores internacionales o locales relevantes ingresen en los mercados en los que compite la Compañía, ya sea a través de negocios conjuntos o en forma directa.

Una mayor competencia puede llevar a SMU o sus competidores a tomar acciones que podrían tener un impacto material adverso sobre las ventas, margen bruto o gastos de la Compañía.

Riesgo de cambio climático

El cambio climático podría generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de la Compañía, tanto producto de los riesgos de transición a una economía baja en emisiones de carbono, así como también de los riesgos físicos derivados del cambio climático. Los riesgos de transición incluyen, entre otros, modificaciones en procesos o tecnologías; cambios en el comportamiento de los clientes; y restricciones en la venta de determinados productos. Asimismo, los riesgos físicos incluyen cambios en los regímenes de precipitación, vientos e inundaciones y mayor variabilidad en los patrones climáticos. Se incluyen aquí los riesgos de interrupción en el suministro de electricidad y agua potable. Los riesgos antes mencionados podrían afectar la disponibilidad y los costos de las mercaderías que comercializa la Compañía; los otros costos operacionales; y la demanda de los clientes, entre otros. Para intentar mitigar estos riesgos, SMU cuenta con diversas iniciativas enfocadas en entender las necesidades y preferencias de sus clientes, para ajustar su surtido de productos de acuerdo a los cambios que percibe. Otro factor mitigador es el hecho de que la Compañía cuenta con una gran diversidad de proveedores, no dependiendo particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos. Adicionalmente, ha comenzado un levantamiento de las certificaciones con las que cuentan sus proveedores de mercadería para tener mayor visibilidad acerca de la sostenibilidad de su cadena de abastecimiento en el tiempo.

Riesgo de proveedores

SMU depende de varios proveedores para el suministro y entrega de sus inventarios de productos en forma permanente. La pérdida de sus proveedores, y la incapacidad de conseguir nuevos proveedores a costos comparables, podrían tener un impacto negativo en la disponibilidad de los productos que vende en sus tiendas, lo que podría generar un impacto adverso en las ventas de la Compañía. Un factor que puede ayudar a mitigar este riesgo es el hecho de que la Compañía no depende particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos, lo que se ve ratificado en las nuevas relaciones con proveedores de marcas propias, los cuales han aumentado de manera importante.

Riesgo de condiciones comerciales.

Los proveedores de SMU habitualmente le otorgan incentivos promocionales por una variedad de razones relacionadas con la venta de sus productos en las tiendas de la Compañía. Dado que gran parte de estos incentivos promocionales forman parte de las estrategias de marketing de los proveedores, SMU no puede asegurar que podrá obtener un nivel similar de dichos incentivos en el futuro. En el caso de que alguno de sus principales proveedores reduzca o elimine estos acuerdos, el margen de los productos afectados se podría ver impactado, lo que a su vez, podría generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados de la Compañía. Un factor que puede ayudar a mitigar este riesgo, es el hecho de que la Compañía no depende particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos.

Riesgos laborales

Al 31 de diciembre de 2024, SMU tenía un total de 24.247 empleados, de los cuales el 96,85% estaban en Chile y el 3,15% en Perú. Aproximadamente el 73,6% de los empleados están representados por más de 131 organizaciones sindicales, cada una de las cuales, al menos, mantiene un instrumento colectivo vigente. Dichos acuerdos tienen una duración de aproximadamente dos a tres años, venciendo en diferentes fechas, lo que lleva a la Compañía a estar en un constante proceso de negociación. Estos procesos podrían eventualmente terminar en un proceso de huelga, lo cual podría tener un efecto adverso en la condición financiera y resultados operacionales de SMU. Para mitigar estos riesgos, la Compañía cuenta con una Gerencia de Relaciones Laborales que desarrolla un trabajo conjunto permanente con cada una de las organizaciones sindicales.

Riesgo de litigios

SMU está sujeta a procedimientos de arbitraje y litigios que podrían tener un impacto adverso en el negocio, posición financiera y resultados operacionales de la Compañía en el caso de un fallo adverso. Los litigios están sujetos a incertidumbres inherentes, y es posible que ocurran fallos adversos.

Riesgo de cobertura de seguros

Las pólizas de seguros de SMU normalmente excluyen ciertos riesgos y están sujetas a ciertos umbrales y límites. SMU no puede asegurar que sus propiedades, muebles, equipos, propiedades de inversión e inventarios no sufrirán daños debido a eventos imprevistos o que las coberturas disponibles de sus pólizas de seguros serán siempre suficientes para proteger a la Compañía de todas las posibles pérdidas o daños que resulten de tales siniestros.

Asimismo, el costo de dicha cobertura puede aumentar a tal nivel que la Compañía podría tomar la decisión de reducir las coberturas de las pólizas o de aceptar ciertas exclusiones de las mismas.

Riesgos Financieros

En el curso normal de sus negocios y actividades de financiamiento, la Sociedad está expuesta a diversos riesgos financieros que pueden afectar de manera significativa el valor económico de sus flujos y activos y, en consecuencia, sus resultados. Las políticas de administración de riesgo son aprobadas y revisadas periódicamente por la alta administración de SMU.

La Administración es la responsable de la obtención de financiamiento de la Sociedad, y de la administración de los riesgos de tipo de cambio, tasa de interés, liquidez, riesgo de inflación, riesgo de mercado y riesgo de crédito. Esta función opera de acuerdo con un marco de políticas y procedimientos que es revisado regularmente para cumplir con el objetivo de administrar el riesgo financiero proveniente de las necesidades del negocio.

De acuerdo con las políticas de administración de riesgos financieros, se utilizan instrumentos derivados con el propósito de cubrir exposiciones a los riesgos de tipo de cambio y tasas de interés provenientes de las operaciones de la Sociedad y sus fuentes de financiamiento. La Sociedad no adquiere instrumentos derivados con propósitos especulativos.

A continuación, se presenta una definición de los riesgos financieros que enfrenta la Sociedad, una caracterización y cuantificación de éstos, así como una descripción de las medidas de mitigación actualmente en uso por parte de ésta:

(i) Riesgo de crédito

Clientes de supermercados

SMU cuenta con mecanismos preventivos y correctivos para administrar el riesgo de incobrabilidad de deudores por venta de supermercados. Las ventas con cheque son verificadas y garantizadas por terceros, mientras que las ventas a crédito en el formato mayorista cuentan en su mayor parte con seguros de crédito, por lo cual los clientes son evaluados y la cartera de clientes es permanentemente monitoreada. En caso de siniestro, el valor impago se encuentra cubierto hasta un 90%. Junto con lo anterior, se realizan evaluaciones y gestiones internas que son apoyadas con servicios externos de scoring, informes comerciales y cobranza externa.

El riesgo de deterioro de los deudores por venta de supermercados se establece considerando la pérdida esperada evaluada en función del incremento significativo del riesgo (roll over). Para ello, la Sociedad mantiene una política vigente de riesgo de su cartera de clientes y determina de forma periódica las provisiones necesarias para registrar e informar en sus estados financieros consolidados los efectos de este deterioro cumpliendo así con la normativa vigente.

La provisión de deterioro se compone por deudores por venta a crédito, deudores comerciales y deudores por venta con cheque.

La provisión de deterioro se basa en una estimación prudencial de la pérdida esperada de las cuentas por cobrar que probablemente no serán recuperadas. Este modelo está construido en base a antecedentes de conocimiento público, comportamiento histórico interno y análisis individual de cada cliente.

Las matrices de factores consideran las siguientes variables como determinantes de los segmentos de riesgos: formato, tipo de deuda (factura crédito, otros deudores, rebate, inmobiliaria; cheque protestado o cobranza judicial); antigüedad de la deuda (en tramos mensuales de 0 a 12); si opera como acreedor para el caso de rebate si realiza operaciones factoring; y seguro de crédito (con o sin seguro).

Para el segmento supermercados, los porcentajes aplicados al modelo de provisiones están calculados con técnica de roll over, agrupando la historia en función de los tramos de mora y cierres de cada mes, determinando mediante una tasa de traspaso los porcentajes de provisiones.

El deterioro es reconocido en cada cierre contable considerando la totalidad de la deuda expuesta (EAD) realizando la evaluación de riesgos definidos como alto y bajo para aplicar luego la Probabilidad de Default (PD) y Lost Given Default (LGD) de acuerdo con los tramos de antigüedad de la deuda. Las tablas que contienen las últimas tasas mencionadas son las siguientes:

Cartera: Clientes Crédito					
Tramos	Antigüedad	Riesgo alto		Riesgo bajo	
		PD	LGD	PD	LGD
0	No vencido	0,21%	32,20%	0,05%	7,26%
1	1 a 30 Días	0,13%	32,20%	0,22%	7,26%
2	31 a 60 Días	3,10%	32,20%	2,21%	7,26%
3	61 a 90 Días	41,81%	32,20%	14,13%	7,26%
4	91 a 120 Días	71,94%	32,20%	24,20%	7,26%
5	121 a 150 Días	79,54%	32,20%	28,84%	7,26%
6	151 a 180 Días	79,54%	32,20%	38,36%	7,26%
7	Más de 180 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Cartera: Rebate					
Tramos	Antigüedad	Riesgo alto		Riesgo bajo	
		PD	LGD	PD	LGD
0	No vencido	0,59%	100,00%	0,30%	100,00%
1	1 a 30 Días	0,59%	100,00%	0,30%	100,00%
2	31 a 60 Días	6,61%	100,00%	5,37%	100,00%
3	61 a 90 Días	16,54%	100,00%	11,38%	100,00%
4	91 a 120 Días	28,85%	100,00%	23,13%	100,00%
5	121 a 150 Días	49,07%	100,00%	44,80%	100,00%
6	151 a 180 Días	74,60%	100,00%	53,47%	100,00%
7	181 a 210 Días	82,90%	100,00%	63,83%	100,00%
8	211 a 240 Días	94,74%	100,00%	67,64%	100,00%
9	241 a 270 Días	98,67%	100,00%	77,02%	100,00%
10	Más de 271 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Cartera: Otros Deudores			
Tramos	Antigüedad	PD	LGD
0	No vencido	0,71%	100,00%
1	1 a 30 Días	0,71%	100,00%
2	31 a 60 Días	13,95%	100,00%
3	61 a 90 Días	28,93%	100,00%
4	91 a 120 Días	40,67%	100,00%
5	121 a 150 Días	52,96%	100,00%
6	151 a 180 Días	64,44%	100,00%
7	181 a 210 Días	72,09%	100,00%
8	211 a 240 Días	85,58%	100,00%
9	241 a 270 Días	94,57%	100,00%
10	Más de 270 Días	100,00%	100,00%

Cartera: Inmobiliaria					
Tramos	Antigüedad	Riesgo alto		Riesgo bajo	
		PD	LGD	PD	LGD
0	No vencido	8,96%	100,00%	0,75%	100,00%
1	1 a 30 Días	8,96%	100,00%	0,75%	100,00%
2	31 a 60 Días	25,88%	100,00%	1,63%	100,00%
3	61 a 90 Días	62,95%	100,00%	1,63%	100,00%
4	91 a 120 Días	83,21%	100,00%	2,17%	100,00%
5	121 a 150 Días	100,00%	100,00%	2,60%	100,00%
6	151 a 180 Días	100,00%	100,00%	6,07%	100,00%
7	181 a 210 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
8	Más de 210 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Cartera: Cheques			
Tramos	Antigüedad	PD	LGD
0	No vencido	7,15%	32,20%
1	1 a 30 Días	10,54%	32,20%
2	31 a 60 Días	16,67%	32,20%
3	61 a 90 Días	25,27%	32,20%
4	91 a 120 Días	58,61%	32,20%
5	121 a 150 Días	67,99%	32,20%
6	151 a 180 Días	80,10%	32,20%
7	181 a 210 Días	81,29%	32,20%
8	Más de 210 Días	100,00%	100,00%

Adicionalmente, para el caso de deudores crédito, que cuentan con línea de crédito autorizada, se considera como expuesto a deterioro una tasa igual a 24,65% sobre el disponible de línea de crédito, esto constituye base de cálculo para deterioro por concepto contingente.

Clientes de Servicios Financieros:

La provisión de deterioro se compone de los deudores comerciales aplicando el modelo de provisión de deterioro, el cual se basa en una estimación prudencial de las pérdidas esperadas de cuentas por cobrar que no serán recuperadas. Este modelo está construido en base a comportamiento interno y análisis individual de cada cliente, de acuerdo con las normas contables señaladas en NIIF 9.

Los modelos de evaluación, criterios, y procedimientos para evaluar integralmente el riesgo de crédito y determinar el monto de las provisiones, se encuentran aprobados por el Directorio y están definidos en la Política de Créditos.

Los procesos y cumplimiento de la política son evaluados y supervisados de acuerdo con los procedimientos de control interno, a fin de asegurar su cumplimiento y la mantención de un nivel de provisiones adecuadas que sustenten las pérdidas atribuibles a deterioros esperados.
Las provisiones se denominan “grupales” cuando corresponden a un alto número de operaciones con características homogéneas cuyos montos individuales son bajos y se trata de personas naturales o de empresas de tamaño pequeño. Las provisiones se clasifican en:

- Provisiones grupales sobre cartera normal
- Provisiones grupales sobre cartera en incumplimiento

Provisiones Grupales

Las evaluaciones grupales requieren de la conformación de grupos de créditos con características homogéneas en cuanto al tipo de deudores y condiciones pactadas, a fin de establecer, tanto el comportamiento de pago del grupo de que se trata como de las recuperaciones de sus créditos incumplidos.

La metodología de constitución de provisiones se basa en la experiencia recogida que explica el comportamiento de pago para cada grupo homogéneo de deudores y de recuperación de garantías y acciones de cobranza, para estimar directamente un porcentaje de pérdidas esperadas que se aplica al monto de los créditos del grupo respectivo.

Dentro de los créditos evaluados grupalmente, se distinguen dos estados: normal y en incumplimiento. La cartera en incumplimiento comprende las operaciones de crédito efectivas asociadas a los deudores que presentan atraso igual o superior a 90 días en el pago de sus obligaciones.

Los factores de provisión para la cartera normal y renegociada de clientes servicios financieros, incluyendo las tasas de pérdida promedio por tramos de mora, aplicada sobre la cartera de M$18.454.267 al 31 de diciembre de 2024, es la siguiente:

	31.12.2024		
	Cartera normal	**Cartera renegociada**	**Total cartera bruta**
Clientes al día	9,47%	30,09%	11,24%
Menor a 30 dias	44,63%	52,90%	46,63%
Entre 31 y 60 días	46,87%	56,90%	50,51%
Entre 61 y 90 días	50,92%	61,04%	54,40%
Entre 91 y 120 días	77,81%	77,54%	77,70%
Entre 121 y 150 días	83,14%	83,14%	83,14%
Entre 151 y 180 días	87,80%	87,80%	87,80%
Totales	14,93%	42,92%	18,21%

Obligaciones de contrapartes en derivados

Corresponde al valor de mercado a favor de la Sociedad de contratos derivados vigentes con instituciones financieras. Como mitigante a este riesgo, la Sociedad tiene una política de administración de productos derivados que específica parámetros de calidad crediticia que deben cumplir las instituciones financieras para poder ser consideradas elegibles como contrapartes.

(ii) Riesgo de liquidez

Este riesgo está asociado a la capacidad de la Compañía para: (i) amortizar o refinanciar a precios de mercado razonables los compromisos financieros adquiridos y ejecutar sus planes de negocios con fuentes de financiamiento estables.

La Administración realiza un seguimiento diario de su posición de caja y continuamente efectúa proyecciones de ésta, con el objeto de pagar, prepagar, refinanciar y/u obtener nuevos créditos, de acuerdo con la capacidad de generación de flujos con que cuenta actualmente.

El detalle de la deuda, incluyendo los intereses devengados, con instituciones financieras, obligaciones con el público, las obligaciones por arrendamientos que califican como pasivos financieros 31 de diciembre de 2024 es el siguiente:

	Hasta 90 días M$	Más de 90 días hasta 1 año M$	Más de 1 año hasta 2 años M$	Más de 2 años hasta 3 años M$	Más de 3 años hasta 4 años M$	Más de 4 años hasta 5 años M$	Más de 5 años M$	Total M$
Deuda bancaria	15.902.693	1.000.000	-	-	-	-	-	16.902.693
Obligaciones con el Público	25.562.838	126.902.964	10.240.586	48.522.865	48.648.581	67.486.036	277.422.103	604.785.973
Obligaciones por derechos de uso con opción de compra (*)	1.078.563	2.724.614	3.566.308	3.297.896	3.468.765	3.600.347	27.654.302	45.390.795
Obligaciones por derechos de uso (*)	15.121.169	45.408.477	62.109.729	56.398.342	48.853.652	41.339.279	293.616.910	562.847.558
Totales	57.665.263	176.036.055	75.916.623	108.219.103	100.970.998	112.425.662	598.693.315	1.229.927.019
Intereses devengados (**)	3.364.722	1.686.309	-	-	-	-	-	5.051.031

(*) Se realiza la apertura de las obligaciones por derechos de uso con y sin opción de compra, con el objetivo de entregar información para el cálculo de uno de los covenants de endeudamiento por emisión de bonos.

(**) Los intereses devengados están incluidos en los totales informados.

La Compañía estima que la generación de flujos para hacer frente a las obligaciones financieras es suficiente y con el fin de minimizar el riesgo de liquidez, mantiene dentro de su estructura de financiamiento una mezcla de deuda de corto y largo plazo, diversificada por tipo de acreedor y mercado.

La Compañía cuenta con Líneas de Crédito de corto plazo que le permiten cubrir eventuales déficit de caja, como resultado de las necesidades estacionales derivadas del negocio.

Efectivo y equivalentes al efectivo

Corresponde a los saldos de efectivo y equivalente de efectivo, depósitos a plazo, fondos mutuos y pactos en general. La capacidad de SMU S.A. de recuperar estos fondos a su vencimiento depende de la solvencia de la contraparte en el que se encuentren depositados.

Como mitigante a este riesgo, el Grupo SMU tiene una política financiera que especifica parámetros de calidad crediticia que deben cumplir las instituciones financieras para poder ser consideradas elegibles como depositaria de los productos señalados anteriormente, así como límites máximos de concentración por institución. Estos activos financieros están expuestos a un bajo riesgo.

(iii) Riesgo de tasa de interés

La estructura de financiamiento de SMU, en general, considera una mezcla de fuentes de fondos afectos a tasa fija y variable.

La deuda financiera consolidada y las obligaciones por arrendamientos que califican como obligaciones por derechos de uso al 31 de diciembre de 2024 se resumen en el siguiente cuadro, desglosada entre deuda a tasa fija y deuda a tasa variable, que incluyen los intereses devengados:

	Tasa fija M$	Tasa variable M$	Total M$
Deuda bancaria	14.895.015	2.007.678	16.902.693
Obligaciones con el Público	604.785.973	-	604.785.973
Obligaciones por derechos de usos con opción de compra	45.390.795	-	45.390.795
Obligaciones por derechos de uso	562.847.558	-	562.847.558
Totales	1.227.919.341	2.007.678	1.229.927.019

Análisis de sensibilidad de tasa variable

Para los pasivos con tasa variable, el riesgo de la variación en la tasa de interés de un 1%, significaría un efecto en el resultado anual de:

	Interes (M$)	
	Gasto Anual	Diferencias
Tasa Actual	52	-
+ 1%	60	8
-1%	45	(8)

(iv) Riesgo de Tipo de Cambio (CLP / USD; CLP/EURO)

El peso chileno está sujeto a variaciones con respecto al dólar de los Estados Unidos de América y otras monedas internacionales. Parte de los productos ofrecidos para la venta en nuestras tiendas son adquiridas en países extranjeros, por lo tanto, durante el período en que tales operaciones de importaciones están pendientes de ser canceladas, existe una exposición a la fluctuación cambiaria.

La política de la Sociedad es, en lo posible, cubrir el riesgo originado por las variaciones de tipo de cambio sobre la posición de pasivos exigibles netos, mediante instrumentos de mercado diseñados para dichos efectos.

Al 31 de diciembre de 2024, la Sociedad posee una deuda financiera por un total de USD 75.363 y deuda por las obligaciones por arrendamientos que califican como financieros por un total de USD 3.549.907.

Por cada peso que sube el dólar el efecto neto es una pérdida por tipo de cambio de M$ 75.

(v) Riesgo de Inflación

El riesgo de inflación proviene principalmente de las fuentes de financiamiento de la Sociedad, que están expresadas en Unidades de fomento (UF).

Al 31 de diciembre de 2024, la Sociedad posee una deuda financiera por un total de UF 17.304.146 y deuda por las obligaciones por arrendamientos que califican como financieros por un total de UF 14.153.305.

Por cada peso que sube la UF el efecto neto es una pérdida por unidades de reajustes de M$ 17.304.

La composición de la deuda financiera, según moneda de origen es:

Moneda Origen	Deuda en moneda de origen	Deuda en pesos M$	Composición de la deuda	Impacto en resultado por el aumento en $1 M$
Unidades de pesos (CLP)	3.486.209.000	3.486.209	0,28%	-
Unidades de fomento (UF)	31.457.451	1.208.491.141	98,26%	17.304
Unidades de dólares (USD)	3.625.270	3.612.437	0,29%	75
Unidades de Soles (PEN)	54.196.840	14.337.232	1,17%	-
Totales		**1.229.927.019**	**100,00%**	

4.6.4
RIESGOS EMERGENTES

SMU desarrolla sus operaciones en una industria que presenta un sin número de incertidumbres apalancadas en el contexto nacional y global. Con el objetivo de prevenir o mitigar impactos negativos y de adaptar su estrategia frente a eventos que pueden modificar el contexto en el que opera la Compañía, su modelo de gestión de riesgos contempla los riesgos emergentes. Para efectos del análisis, se consideran aquellos riesgos de corto, mediano y largo plazo que: surgen de un cambio en los objetivos de negocio o de un cambio en el contexto, por ejemplo, en el ámbito empresarial que puede no haber aplicado previamente a la entidad; o que no se identificaron previamente o se identificaron, pero desde entonces han sido alterados debido a cambios comerciales o de apetito al riesgo, entre otros.

Riesgos Emergentes

Riesgo Emergente	Descripción del Riesgo	Potenciales Impactos en el Negocio	Acciones de Mitigación
Medio ambiente: **Pérdida de biodiversidad y colapso de ecosistemas**	El cambio climático puede provocar consecuencias irreversibles para el medio ambiente, la humanidad y la actividad económica, y una destrucción permanente del capital natural. En el contexto del negocio de SMU, se genera un riesgo para la cadena de abastecimiento y disponibilidad de productos que comercializa en sus tiendas, por ejemplo, ciertos cultivos agrícolas y productos de origen animal, cuya producción depende de condiciones climáticas, incluyendo la disponibilidad del agua, entre otras variables que pueden ser afectadas por el cambio climático.	El negocio de SMU depende de contar con una oferta atractiva de productos que satisfacen las necesidades de sus clientes. Cambios en las condiciones climáticas que afectan la producción de las mercaderías comercializadas por la Compañía implicaría una oferta menos completa y atractiva y menores ingresos por ventas. Adicionalmente, los proveedores pueden enfrentar alzas en sus costos de producción, lo que podría ser traspasado a la Compañía, afectando la rentabilidad de su negocio. Asimismo, una menor disponibilidad en el universo de productos disminuiría la factibilidad de optimizar la actividad promocional, elemento central en su estrategia comercial.	SMU ha desarrollado una diversificada matriz de proveedores y de distintos orígenes, para no depender particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos. Además de buscar potenciales proveedores nuevos en forma permanente, la Compañía se relaciona con sus proveedores existentes para entender los riesgos que enfrentan, por ejemplo, en materia de escasez hídrica para anticipar impactos futuros.

Riesgo Emergente	Descripción del Riesgo	Potenciales Impactos en el Negocio	Acciones de Mitigación
Tecnología: **Resultados adversos de los avances tecnológicos**	Avances tecnológicos, como por ejemplo en los ámbitos de inteligencia artificial, biotecnología, geoingeniería, computación cuántica, entre otros, podría generar efectos negativos, por una parte, si la Compañía no logra una adecuada y oportuna adaptación e implementación, y por otra parte, si las tecnologías implementadas no funcionan adecuadamente. También existe el riesgo de incumplimientos de nuevas normativas relacionadas con avances tecnológicos.	La tecnología es un elemento crítico en el negocio de SMU, siendo necesario contar con sistemas que soportan las transacciones físicas y online, los programas de fidelización, la analítica avanzada, la planificación de la demanda, y otros procesos del negocio. Las innovaciones tecnológicas se aceleran, poniendo en riesgo la obsolescencia de tecnologías existentes y/o menor competitividad en relación con competidores que logran implementar los últimos avances, afectando los ingresos y la rentabilidad. Asimismo, un mal funcionamiento en las tecnologías implementadas puede generar interrupciones operacionales, impactos negativos en la experiencia de clientes y/o problemas reputacionales. Adicionalmente, si la Compañía no se adapta a cambios normativos relacionados con avances tecnológicos, puede tener que pagar multas y/o enfrentar problemas reputacionales.	La evaluación e implementación de nuevas herramientas tecnológicas forma parte del plan estratégico de SMU, y la innovación se incluye en sus planes de inversión. Los modelos de gestión y cumplimiento se han modificado de acuerdo a mejoras prácticas, y la Compañía ha contratado certificaciones y auditorías externas para medir la efectividad e identificar oportunidades de mejora.

Riesgo Emergente	Descripción del Riesgo	Potenciales Impactos en el Negocio	Acciones de Mitigación
Geopolítica: **Conflicto entre estados**	Conflicto beligerante bilateral o multilateral entre estados con consecuencias globales: ataques biológicos, químicos, cibernéticos y/o físicos, intervenciones militares, guerras de poder, etc.	La materialización de ese escenario podría provocar un alza de los costos de compra de mercadería y materiales para el desarrollo de proyectos inmobiliarios. Lo anterior, asociado a (i) la detención de operaciones en las regiones productoras; (2) las dificultades logísticas tanto nacionales como en las importaciones; o (3) dificultades en las negociaciones comerciales entre proveedores provenientes de potencias rivales. Otro efecto posible es la ocurrencia de movimientos migratorios que afecten la demanda de mercadería y la disponibilidad de stock.	SMU ha desarrollado una diversificada matriz de proveedores y de distintos orígenes, para no depender particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos. Además de buscar potenciales proveedores nuevos en forma permanente, la Compañía se relaciona con sus proveedores existentes para entender los riesgos que enfrentan.

4.6.5
CAMBIO CLIMÁTICO

El Modelo Corporativo de Sostenibilidad de SMU tiene como eje la preocupación por el medio ambiente, y a su vez, el plan estratégico de la Compañía para el período 2023-2025 contempla proyectos de cuidado del medio ambiente, incluyendo la gestión de residuos y la eficiencia energética, permitiendo gestionar y reducir la huella de carbono que genera. (Más información en capítulo 10: Nos Preocupamos por el Medio Ambiente.) La Compañía busca evaluar los riesgos, oportunidades e impactos con el cambio climático de acuerdo a las recomendaciones del TCFD (*Task Force on Climate-Related Financial Disclosures*).

Tal como se señala en la sección Gobernanza en Riesgos, la supervisión de riesgos en SMU, incluyendo riesgos de clima, considera la existencia de un Comité de Riesgos de la Administración, y un Comité de Auditoría y Riesgo, formado por directores.

SMU cuenta además con un Comité de Personas y Sostenibilidad integrado por directores y ejecutivos de la Compañía, cuyas tareas consideran el seguimiento de iniciativas y proyectos y KPIs asociados con el medio ambiente y en específico con cambio climático. Este Comité además expone un resumen de los principales temas abordados, en cada sesión, al Directorio de la Compañía.

Asimismo, existe una Gerencia de Sostenibilidad que monitorea a nivel transversal las materias relacionadas con el clima en relación a los proyectos que se gestionan, informando a su vez en las sesiones del Comité de Personas y Sostenibilidad.

4.6.5.1
RIESGOS DE TRANSICIÓN Y RIESGOS FÍSICOS

Bajo el marco del TCFD[6], los riesgos relacionados con el clima se dividen en dos categorías principales: riesgos de transición y riesgos físicos. Los riesgos de transición consideran que la transición a una economía baja en emisiones de carbono puede conllevar grandes cambios políticos, jurídicos, tecnológicos y en el mercado para abordar los requisitos de mitigación y adaptación relacionados con el cambio climático, y que estos cambios pueden significar riesgos para las organizaciones. En tanto, los riesgos físicos pueden provocar eventos (agudos) o cambios a largo plazo (crónicos) en los patrones climáticos, pudiendo afectar el desempeño de las organizaciones debido a impactos en la cadena de producción, infraestructura, transporte y disponibilidad de agua, entre otros.

Para identificar y evaluar los posibles riesgos relacionados con el clima, la Compañía tomó en consideración las recomendaciones expuestas por TCFD y la metodología de gestión de riesgos de SMU, considerando dentro de esto un proceso de levantamiento de información secundaria, de tal forma de conocer el contexto de la organización y la industria (considerando la revisión de leyes y proyectos de ley en discusión), e incluyendo un análisis

[6] https://assets.bbhub.io/company/sites/60/2020/10/TCFD-2017-Final-Report-Spanish-Translation.pdf

upstream y *downstream*, de tal forma de visualizar los impactos en su cadena de abastecimiento y productos. Luego de esto efectuó un proceso de análisis con las áreas responsables de la gestión ambiental, de tal forma de llegar al listado definitivo.

Bajo esta mirada, SMU ha identificado los siguientes posibles riesgos de transición y riesgos físicos.

Riesgos de Transición

Naturaleza	Descripción	Posibles Impactos
Políticos y jurídicos	• Cambios regulatorios (ej. modificaciones de procesos claves del negocio; mayor carga tributaria asociada a procesos vigentes; mayores exigencias de reporte). • Restricciones sobre contratación de determinados servicios o venta de determinados productos. • Litigio con grupo de interés por contribución a los efectos del cambio climático.	• Aumento de costos operacionales. • Amortización, deterioro de activos y retiro anticipado de activos existentes. • Reducción de la demanda de productos y servicios.
Tecnológicos	• Invertir en tecnologías emergentes de pronta obsolescencia. • Transición obligada a tecnología de bajas emisiones.	• Amortización y retirada temprana de los activos existentes. • Demanda reducida de productos. • Costos para implementar/utilizar nuevas prácticas y procesos.
De mercado	• Cambios en comportamiento de clientes. • Aumentos en costos de mercadería y materiales.	• Reducción en demanda por productos y servicios. • Aumento de costos directos e indirectos (ej. energía, agua, tratamiento de residuos). • Cambios en precios de activos (ej. valor de terrenos o permisos)
Reputacionales	• Cambios en preferencias de clientes. • Aumento en exigencias de grupos de interés.	• Reducción en demanda por productos y servicios. • Dificultades para atraer y retener talento. • Reducción en disponibilidad de capital.

Riesgos Físicos

Naturaleza	Descripción	Posibles Impactos
Agudos	• Aumento de fenómenos meteorológicos extremos.	• Mayores costos de mercadería (ej. disminución de la oferta, costos de importación). • Reducción en demanda por productos y servicios. • Mayor ausentismo por efectos en salud y seguridad de colaboradores. • Daños a activos en ubicaciones de alto riesgo. • Aumento de costos de operación (ej. refrigeración de mercadería). • Aumento de primas de seguros y posible reducción de cobertura/disponibilidad de seguros para activos en ubicaciones de “alto riesgo”. • Posibles racionamientos de agua y energía que afecten el funcionamiento de tiendas y centros de distribución.
Crónicos	• Cambios en regímenes de precipitación. • Variabilidad extrema en patrones climáticos.	

4.6.5.2 OPORTUNIDADES Y RESILIENCIA

El análisis de los riesgos asociados al cambio climático permite también evaluar la resiliencia de la estrategia de las organizaciones y cómo puede mitigar estos riesgos. Por otra parte, los esfuerzos realizados para mitigar y adaptarse al cambio climático también pueden crear oportunidades para las organizaciones. A continuación, se describen algunas posibles oportunidades identificadas por SMU:

Oportunidades

Naturaleza	Descripción	Posibles Impactos
Eficiencia de recursos	• Edificios corporativos, centros de distribución y salas de venta estructuralmente más eficientes. • Métodos más eficientes de operación (compra, logística, distribución y venta). • Uso de reciclaje. • Reducción de uso y consumo de recursos (agua, luz, combustible, otros).	• Reducción de costos operacionales. • Aumento en capacidad de distribución y venta de mercadería, por mejor disponibilidad de productos, lo que se traduce en un aumento de ingresos. • Aumento del valor de activos fijos.
Fuentes de energía	• Uso de fuentes energéticas de baja emisión. • Uso de incentivos políticos de apoyo. • Uso de nuevas tecnologías. • Participación en el mercado del carbón. • Cambio hacia la generación de energía distribuida.	• Reducción de costos operacionales. • Reducción de incertidumbre en precio de combustibles fósiles. • Menor exposición a cambios en costos del carbón por reducción de emisiones de GEI. • Rentabilidad de inversión en tecnología de bajas emisiones. • Aumento de disponibilidad de capital por preferencia de inversionistas. • Beneficios reputacionales en el aumento de demanda.
Productos y servicios	• Desarrollo y expansión de servicios de bajas emisiones. • Cambios en preferencias de clientes.	• Mayor rentabilidad por demanda de servicios o mercadería de bajas emisiones. • Mejor posición competitiva y aumento de ventas por incorporar cambios en preferencias de clientes.

4.6.5.3
MEDIDAS ADOPTADAS POR LA COMPAÑÍA ASOCIADAS A LOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES DETECTADAS EN MATERIA DE CAMBIO CLIMÁTICO

En SMU existe la convicción de promover acciones en materia de cuidado y gestión ambiental, y la necesidad de ejecutar proyectos enfocados al cambio climático, considerando tanto medidas de mitigación como de adaptación.

La Compañía ha definido una cartera de proyectos medioambientales, que responden a las principales materias asociadas a cambio climático vinculadas al negocio, siendo éstos coherentes con los riesgos y oportunidades detectados, permitiendo anticiparse a los efectos adversos del cambio climático. Estos proyectos incluyen:

- **Cuantificación y Reducción de la Huella Hídrica:** Con el objetivo de abordar la escasez de este recurso en el contexto de su actividad supermercadista y su adaptación al nuevo escenario, SMU ha avanzado en la cuantificación y reducción de su huella hídrica en el Centro de Distribución Lo Aguirre, implementando una mejora tecnológica en el sistema de enfriamiento que permitió reducir en 6.314 m^3 el consumo de agua extraída[7] y en 613 m^3 el agua consumida[8] , en 2024 con respecto al año anterior, avanzando hacia una mayor eficiencia y circularidad en el uso de este recurso. Para más información, ver 10.4 Gestión de la Huella Hídrica.
- **No Desperdicio de Alimentos:** El programa de no desperdicio de alimentos de SMU tiene como objetivo reducir las emisiones generadas por la sobreproducción de alimentos que no se consumirán, respondiendo así a uno de los problemas de sostenibilidad relevantes para la industria. El proyecto incluye acciones orientadas a disminuir los residuos en origen, además de evitar las emisiones provenientes del transporte de residuos y, finalmente, las emisiones de GEI en la etapa de disposición final. Para más información, ver 10.1.1 No Desperdicio de Alimentos.
- **Envases Reciclables:** La Compañía entiende que tiene un rol importante en promover y facilitar el reciclaje de los empaques de los productos de marcas propias que comercializa. Al cierre de 2024, el 29% del surtido de marcas propias de SMU contaba con envases ecoamigables, un avance con respecto al 19% al cierre de 2023. Para más información, ver 10.1.2 Comprometidos con el Reciclaje.
- **Sistema de Gestión de Energía:** Como parte del Programa de Energía de SMU, a principios de 2024 se obtuvo la certificación ISO 50.001:2018 por el aumento de alcance del Sistema de Gestión de Energía efectuado en 2023, y que permitió llegar a 382 instalaciones operadas por SMU Chile. Para más información, ver 10.3 Eficiencia Energética.
- **Electromovilidad:** Para minimizar los impactos causados por las emisiones en el ámbito de la operación logística, y específicamente vehículos de transporte, SMU busca utilizar alternativas de energías limpias con fin de sustituir los motores convencionales. La Compañía tiene la meta de utilizar camiones eléctricos para el 10% de los despachos realizados entre sus centros de distribución y sus tiendas en Chile al año 2025. Durante 2024, la Compañía alcanzó un 4%, duplicando la cifra del año anterior. Para más información, ver 10.3 Eficiencia Energética.

[7] El agua extraída es toda el agua que se saca de una fuente para ser utilizada en una actividad, no importando si esta se devuelve luego al medio ambiente o no.
[8] El agua consumida es aquella que después de ser utilizada no vuelve a su fuente original porque se evapora, se incorpora en los procesos o se contamina de tal forma que no puede utilizarse.

4.6.5.4
MÉTRICAS Y OBJETIVOS

La Compañía ha definido indicadores ESG, dentro de los cuales se encuentran aquellas métricas asociadas a cambio climático, que son fundamentales para gestionar los riesgos y oportunidades en materia de cambio climático.

Siguiendo los lineamientos de la Guía de TCFD sobre Métricas, Objetivos y Planes de Transición, en SMU se monitorea la huella de carbono, así como el consumo de electricidad y el reciclaje de residuos.

En el marco del Plan Estratégico, SMU se ha fijado la meta cuantitativa de reducir año a año las emisiones de gases efecto invernadero por M2 de alcance 1 y 2, generadas por la Compañía. Así mismo, en 2022 se comprometió con avanzar hacia la carbono neutralidad al año 2050 como parte de su compromiso con cinco criterios de sostenibilidad promovidos por el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible. Junto a esto, la empresa se ha propuesto la meta al año 2025 de tener contratado el suministro eléctrico a través de fuentes renovables para locales que representan el 40% del consumo de energía eléctrica de SMU Chile.

Métricas de Cambio Climático

Métrica	Unidad de Medida	Resultado 2024	Para más información
Huella de Carbono Alcance 1 Alcance 2 Alcance 3	Ton CO2e.	220.037 50.954 87.252	10.2 Huella de Carbono
Consumo de energía eléctrica a partir de fuentes renovables	MWh	36.421	10.3 Eficiencia Energética 10.5 Indicadores Ambientales
Residuos reciclados como porcentaje del total de residuos	%	21,9%	10.1.2 Comprometidos con el Reciclaje 10.5 Indicadores Ambientales

CULTURA DE LA INTEGRIDAD **Y LA GESTIÓN ÉTICA**

En SMU existe un fuerte compromiso con la ética, formando parte de su cultura e identidad, y reflejando cómo logra sus metas de forma sostenible. La Compañía permanentemente está en la búsqueda de mejorar sus prácticas, de capacitar a todos sus colaboradores en materias éticas y de conducta, así como de protección al consumidor, responsabilidad penal de las personas jurídicas, diversidad e inclusión, derechos humanos en la empresa, protección de datos, y comunidad, entre otros.

TEMAS	AVANCES 2024	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Gestión ética Libre competencia Protección al consumidor Privacidad de datos	Capacitación en prevención de acoso laboral y sexual a 91% de colaboradores	 Contribuye a metas: 5.1 5.2 16.5 16.10

SMU desarrolla su negocio basado en principios éticos con un actuar respetuoso y honesto, donde las decisiones y acciones se toman dentro de su marco valórico, con pleno apego a la normativa vigente y guiándose por los más exigentes estándares nacionales e internacionales. La Compañía cuenta con un Código de Ética y Conducta de Negocios que define los principios y lineamientos que deben guiar a su personal propio y a todos con quienes se relaciona, lo que incluye al Directorio, la Administración, colaboradores, y terceros como contratistas, asesores y otros proveedores.

Para fortalecer la ética corporativa en su cultura organizacional, SMU ha implementado políticas, procedimientos, capacitaciones, charlas, talleres, difusión de materiales comunicacionales y otras acciones. También se destaca su trabajo con la debida diligencia en derechos humanos en los últimos años.

5.1 GESTIÓN DE LA ÉTICA

SMU cuenta con un **Comité de Ética y Conducta de Negocios**, conformado por los gerentes corporativos y la Oficial de Cumplimiento y Prevención de Delitos. Este comité sesiona trimestralmente y cada vez que sea necesario por temas propios de su ámbito de competencia. El objetivo del comité es velar por el cumplimiento de las disposiciones del Código de Ética y Conducta de Negocios a través de una adecuada difusión y capacitación de éste. Las principales funciones del comité incluyen, entre otras, revisar y actualizar periódicamente el Código de Ética y Conducta de Negocios y definir el plan de divulgación de éste; asegurar la existencia de canales de denuncia y consultas apropiados, reservado y confidencial; conocer y analizar las denuncias y consultas recibidas, como asimismo recomendar medidas correctivas; evaluar controversias que constituyan o puedan constituir incumplimiento del Código de Ética y Conducta de Negocios; y conocer y analizar los resultados de los controles asociados a los programas de cumplimiento de SMU. Este comité reporta al Directorio trimestralmente a través del **Comité de Auditoría y Riesgos**.

Por su parte, los colaboradores, los directores y quienes prestan servicios en SMU asumen el compromiso de cumplir con el Código de Ética y Conducta de Negocios, así como con las distintas materias de que trata, dentro de las que se encuentran Prevención del Delito, libre competencia, conflicto de intereses, privacidad de datos, protección al consumidor y respeto a los derechos humanos, entre otros. Esta obligación de cumplimiento se ve reflejada en los contratos laborales, contratos de prestación de servicios y Normas Generales de Aprovisionamiento de Mercaderías, entre otros documentos con terceros, desde el momento en que se inicia su relación con la Compañía. Este compromiso que es reforzado de forma permanente a través de comunicados, reuniones, cursos normativos, charlas operacionales y otras instancias de difusión y formación.

Conflictos de Intereses

SMU cuenta con una Política de Declaración de Conflicto de Intereses para identificar potenciales conflictos de intereses y/o situaciones o conductas que podrían ser contrarias a sus valores éticos. La política establece las pautas generales y específicas de actuación que permiten la resolución de éstos respecto de colaboradores o directores generados dentro de la Compañía o con terceros en cuanto a su relación con ella.

En caso de que se identifiquen situaciones que pueden constituir conflictos de intereses, son analizadas y revisadas en distintas instancias como son el Comité de Ética y Conducta de Negocios, Comité de Directores o Comité de Auditoría y Riesgos, según sea el caso.

Los ejecutivos, gerentes y directores de SMU realizan su declaración de conflicto de intereses al momento de ingresar a la Compañía y la actualizan en forma anual, además de estar obligados a informar todo conflicto sobreviniente. La declaración se realiza en una plataforma digital, proveída por un tercero, que permite hacer seguimiento y tomar medidas en caso de ser necesario.

En cuanto a los proveedores de la Compañía, estos realizan su declaración de conflicto de intereses cada vez que se inicie un proceso de licitación, cotización, negociación o renovación del contrato, la que se renueva cada dos años, de continuar el servicio, sin perjuicio de la obligación de declarar todo eventual conflicto de intereses sobreviniente.

Barómetro de Valores y Ética Empresarial

Durante los últimos años, SMU ha aplicado la medición de Barómetro de Valores y Ética Empresarial de Fundación Generación Empresarial (FGE), instrumento de percepción que mide la cultura de integridad y cumplimiento en las empresas y organizaciones. Los resultados de la medición complementan la gestión de la integridad corporativa, entregando un diagnóstico—en el que participan los propios colaboradores—de la percepción del comportamiento ético y cumplimiento normativo y legal al interior de la Compañía.

Los aspectos medidos incluyen la definición y comunicación de valores; tono desde la cima; formación; y herramientas y sistemas de prevención, entre otros. En el caso de SMU, las personas encuestadas destacaron las capacitaciones en mecanismos de denuncia sobre comportamientos antiéticos y prevención ante acoso sexual y laboral. De esta forma, en 2024 la Compañía mejoró sus indicadores en siete puntos con respecto al año anterior, nuevamente posicionándose dentro de las empresas con más alta puntuación. Adicionalmente, por quinto año consecutivo, la Compañía fue reconocida por el Compromiso con la Integridad al elevar sus estándares éticos, resaltando su trabajo permanente con las buenas prácticas.

5.1.1
CAPACITACIÓN Y EVALUACIÓN

La formación, educación y evaluación en buenas práctica y cumplimiento son parte esencial de la gestión de la ética, por lo que SMU anualmente capacita a su personal sobre situaciones de riesgo, generando conciencia y una cultura de la prevención. El plan de capacitación permite reforzar el cumplimiento de la normativa y procedimiento, incluyendo la aplicación del Código de Ética y Conducta de Negocios. Las actividades de formación incluyen dilemas éticos, charlas y cursos, entre otras.

Durante el año 2024, se ejecutaron más de 2,3 millones de horas de capacitación, de las cuales 248 mil corresponden a materias relacionadas con el cumplimiento y la ética.

Capacitación Cumplimiento y Ética 2024

Tema Curso	Horas	Personas
CERCA 2024	**16.032**	**4.008**
Clientes 2024	**48.096**	**4.008**
Código de Ética y Conducta de Negocio 2024	**8.016**	**4.008**
Derechos Fundamentales y Nueva Ley Karin	**46.096**	**19.338**
Ley de Protección al Consumidor 2024	**8.016**	**4.008**
Libre Competencia 2024	**8.016**	**4.008**
Prevención de Delitos 2024	**48.096**	**4.008**
Prevención de Riesgos 2024	**32.064**	**4.008**
Protección de Datos 2024	**8.016**	**4.008**
Seguridad de la Información 2024	**8.016**	**4.008**
Sostenibilidad 2024	**16.032**	**4.008**
Normativa Perú	**1.840**	**629**
Total General	**248.336**	**19.967**

SMU ha definido que aquellas personas que ejercen funciones con mayor riesgo en materias de cumplimiento y conducta deben capacitarse en estos contenidos de manera regular. Este grupo objetivo incluye a más de 4.000 colaboradores, apuntando especialmente a roles de liderazgo. La tasa de realización de este programa por parte de este grupo alcanzó un 99% en 2024. Con respecto a colaboradores de tiendas y centros de distribución, se realizan periódicamente y de acuerdo a un calendario, charlas de inicio de turno que incluyen refuerzo en materias de ética y normativa. También existen capacitaciones para contratistas que prestan servicios en las instalaciones de la Compañía. Más información en sección 8.1.1.4.

Adicionalmente, los sistemas de evaluación de desempeño de la Compañía incorporan los lineamientos del Código de Ética y Conducta de Negocios. Los criterios de evaluación de desempeño se basan en los valores corporativos: Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad, y la evaluación de la dimensión del Respeto incorpora competencias directamente relacionadas con la ética. Por ejemplo, se evalúa si el colaborador “Trabaja con honestidad, cumple sus compromisos y asume responsabilidad por errores propios y del entorno, aprendiendo de ellos y toma medidas para evitar que se repitan” y si “Vela por la sostenibilidad del negocio, reforzando el cumplimiento de los procedimientos y políticas internas, como el código de ética”.

5.1.2
CANAL DE DENUNCIAS Y CONSULTAS

Desde hace años SMU ha puesto a disposición de sus clientes, proveedores, asesores, colaboradores, accionistas, vecinos, comunidad y el público en general en Chile y Perú un Canal de Denuncias y Consultas provisto por un tercero independiente a la empresa. El objetivo del Canal es que quien tenga inquietudes sobre temas de ética o de otra índole pueda consultar o quienes sean víctima o estén en conocimiento de alguna actividad que pudiese implicar transgresión a ley o normativa, al Código de Ética y Conducta de Negocios, y/o a políticas y procedimientos internos de la Compañía, puedan informarlo sin temor a represalias, de forma confidencial, transparente, con facilidad de acceso y anónimamente, de considerarlo necesario, además permitiendo al denunciante conocer el estado de su denuncia y comunicarse directamente con la Compañía en caso de ser necesario.

La Compañía promueve el uso del Canal de Denuncias y Consultas en distintas instancias como son los contratos de trabajo, contratos con proveedores, charlas operacionales, capacitaciones y campañas comunicacionales, entre otras.

Al Canal de Denuncias y Consultas se puede acceder desde la página web de la Compañía y durante el 2024 se recibieron 63 consultas y 1.523 denuncias. Al cierre de año, se encontraba terminada la investigación de un 91%, y se aplicó sanciones en un 18% de los casos, al constatarse algún tipo de infracción, de acuerdo con la normativa vigente. A continuación, se proporciona un desglose del número de denuncias y consultas recibidas durante el año.

Denuncias y Consultas 2024 por Grupo de Interés

Grupo	Número de Denuncias y Consultas	Principales Materias
Clientes[9]	420	Mercaderías, atención.
Colaboradores	957	Distintas materias de acoso, discriminación, infracciones normativas.
Proveedores	27	Infracción a procedimientos y/o Código de Ética y Conducta de Negocios.
Vecinos	125	Cambios en horarios de descargas, ajustes en maquinaria por ruido.
Otro	57	
Total	**1.586**	

[9] Las denuncias y consultas recibidas de clientes que corresponden a reclamos son derivadas al área de Servicio a Clientes, donde se le da respuesta en tiempo y forma, registrándose la gestión y medidas tomadas. Las denuncias y consultas recibidas de clientes pero que no corresponden a reclamos son investigadas y gestionadas de la misma forma que las denuncias y consultas recibidas de otros grupos de interés.

Denuncias y Consultas 2024 y 2023 por Materia

Materia	2024	2023[10]
Acoso laboral y maltrato/violencia en el trabajo	369	382
Acoso sexual	39	37
Brecha, fraude, falsificación o alteración de información y/o registros	23	33
Cohecho y soborno	1	1
Conflicto de intereses	3	-
Consulta	63	80
Delitos de corrupción	1	2
Falta en la igualdad de oportunidades o discriminación	25	61
Libre competencia	3	1
Otras denuncias	196	39
Otros delitos	1	1
Otras materias de recursos humanos	404	306
Reclamo cliente	391	348
Represalias	5	13
Robo/malversación	32	23
Seguridad en el trabajo y cuidado con el medio ambiente	23	31
Uso de información privilegiada y confidencial	-	1
Uso incorrecto espacios comunes, bienes y/o imagen corporativa de la empresa	7	-
Total	**1.586**	**1.359**

El objetivo de SMU es dar solución a los reclamos planteados, y asimismo identificar oportunidades de mejora en las materias, locales o áreas que requieren un refuerzo adicional, a través de capacitaciones, visitas, medidas de resguardo, entre otras medidas que buscan erradicar todas aquellas conductas que se aparten de su sello CERCA.

[10] Algunas denuncias recibidas en 2023 han sido reclasificadas entre tipos de materia con respecto a lo informado en la Memoria Integrada 2023.

Por su parte, las infracciones constatadas se sancionan de forma oportuna, teniendo un plazo definido de investigación, según cada materia. Dentro de las sanciones aplicadas están: amonestación verbal, amonestación escrita, descuento del 25% de la remuneración diaria y terminación del contrato de trabajo. Adicionalmente, se toman medidas de resguardo inicial de la persona denunciante, como el cambio de lugar de trabajo, y medidas adicionales al término de la investigación, como son la capacitación, cursos, charlas, entre otras. Además de las sanciones internas que se puedan aplicar, SMU colabora con mecanismos judiciales y no judiciales cuando corresponde.

Materias Sancionadas Internamente 2024

Materia	Amonestación escrita	Amonestación verbal	Multa	Terminación de contrato	Total
Acoso laboral y maltrato/violencia en el trabajo	71	22	13	11	117
Acoso sexual	7	1	1	5	14
Brecha, fraude, falsificación o alteración de información y/o registros	7	1	1	6	15
Falta en la igualdad de oportunidades o discriminación	1	1	-	8	10
Otras denuncias	1	-	1	-	2
Otros delitos	1	-	-	-	1
Otras materias de recursos humanos	27	25	7	11	70
Reclamo cliente	6	29	-	7	42
Represalias	1	-	-	-	1
Robo/Malversación	1	1	-	6	8
Seguridad en el trabajo y cuidado con el medio ambiente	1	-	1	-	2
Uso incorrecto espacios comunes, bienes y/o imagen corporativa de la empresa	1	-	1	1	3
Total	**125**	**80**	**25**	**55**	**285**

5.1.3
COMPROMISO Y GESTIÓN DE DERECHOS HUMANOS

La Declaración de Derechos Humanos en la Empresa de SMU establece el compromiso de la Compañía en esta materia, lo cual además es consistente con los valores y principios que orientan su actuar, expresamente reconocidos en su sello CERCA, su Código de Ética y Conducta de Negocios y su Modelo de Sostenibilidad. La Compañía se compromete a respetar, promover y proteger los derechos humanos en sus distintas acciones y en la cadena de valor. En caso de infracción, ha establecido mecanismos de reclamo y sanción cuya finalidad es la de mitigar y reparar su afectación.

Toda infracción a los derechos humanos puede ser reclamada en el Canal de Denuncias y Consultas, descrito en la sección 5.1.2.

5.1.3.1
DEBIDA DILIGENCIA EN DERECHOS HUMANOS

SMU está comprometida con el respeto a los Derechos Humanos, tal como establece su *"Declaración de Derechos Humanos en la Empresa, una cultura de integridad"*, y para asegurar una adecuada gestión integral de sus riesgos e impactos en esta materia, a partir del año 2022, comenzó el proceso de debida diligencia en derechos humanos, implementándose en oficina central, Unimarc y División Logística. Luego en 2023, culminó el proceso de debida diligencia para el resto de las operaciones en Chile, considerando aquí los formatos Alvi, M10 y S10.

En el caso de las operaciones en Perú, durante 2023 se avanzó en la identificación de los riesgos con potencial impacto en derechos humanos, mientras que el proceso de evaluación se hará coincidir con la revisión de la metodología de gestión de riesgos de esas operaciones.

En 2024, SMU mejoró su puntaje en el Diagnóstico sobre Empresas y DDHH, llegando a 17,5 puntos y manteniendo el cuarto lugar en el ranking[11]

El objetivo de este proceso, que tiene un enfoque preventivo, es identificar riesgos, reales y potenciales, que pudiesen impactar negativamente a las personas, sociedad y medio ambiente, y así poder prevenir y mitigar y/o reparar, en caso de materialización. Se llevó a cabo junto a asesores externos, basándose en estándares y normas internacionales, tales como Los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas, Guía de la OCDE de Debida Diligencia para una Conducta Empresarial Responsable, OIT, entre otros.

[11] Diagnóstico realizado por el Programa de Sostenibilidad Corporativa de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Chile en colaboración con la World Benchmarking Alliance y el Proyecto CERALC.

El proceso de debida diligencia incluye: a) evaluar el impacto de las actividades de la empresa sobre los derechos humanos; b) integrar los análisis y las conclusiones obtenidas; c) actuar tomando las acciones necesarias para prevenir y mitigar los impactos; d) hacer seguimiento de las acciones; y e) comunicar de manera efectiva la forma en que se hace frente a las consecuencias negativas.

Grupos de interés

El proceso de debida diligencia considera los posibles impactos en los derechos humanos de diferentes grupos de interés de SMU, incluyendo colaboradores internos, colaboradores externos (contratistas), otros proveedores, clientes y miembros de la comunidad. Algunos de los grupos de interés considerados en el análisis incluyen mujeres, migrantes y/o niños y niñas.

Derechos humanos considerados

El proceso de debida diligencia consideró los posibles impactos en los siguientes derechos humanos:

- Derecho al trabajo.
- Derecho a la vida.
- Derecho a disfrutar de condiciones justas y favorables de trabajo (incluyendo la igualdad de remuneración).
- Derecho a no ser sometido a torturas o tratos crueles, inhumanos o degradantes.
- Derecho a fundar y afiliarse a los sindicatos y derecho a la huelga.
- Derecho a la libertad y seguridad personal.
- Derecho a la seguridad social.
- Derecho a no ser sometido a esclavitud, servidumbre ni trabajos forzados.
- Derecho a la vida familiar.
- Derecho a un nivel de vida adecuado.
- Derecho a la salud.
- Derecho a la libertad de expresión.
- Derecho a la privacidad.
- Derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva.
- Derechos de protección del niño.
- Derechos de protección de la familia.
- Derecho a la igualdad ante la ley, sin discriminación.
- Derecho a vivir en un medio ambiente seguro, limpio, saludable y sostenible.

Proceso de identificación

El proceso de debida diligencia comenzó con un análisis del contexto sectorial y geográfico que permitió identificar factores críticos en derechos humanos, considerando los siguientes elementos:

- Marcos regulatorios, tratados internacionales, contexto político, gobernanza institucional, contexto social y ambiental
- Benchmark de empresas líderes en la gestión de DDHH.
- Revisión de estándares y exigencias sectoriales pertinentes: (1) Principios Rectores sobre Empresas y DDHH - ONU, (2) Guías Chile - Fundación Casa La Paz, (3) Las empresas y los Derechos Humanos - Business & HR, (4) Plan de acción Nacional de DDHH y Empresas, (5) Guía de la OCDE de Debida Diligencia, (6) Herramienta empresarial en DDHH - Pacto Global, (7) Guía CEO DDHH – WBCSD.
- Revisión y análisis de información secundaria: políticas / procedimientos.
- Entrevistas a diferentes áreas de la Compañía con el objetivo de identificar: operación y comprensión concepto DDHH. Áreas entrevistadas: Gerencias Corporativas; Operaciones, Supply Chain & Logística, Personas y Sostenibilidad, Auditoría, Marcas propias, Desarrollo, Relaciones Laborales, Comercial, Conocimiento y Experiencia de Clientes y Prevención de Riesgos.
- Entrevistas a grupos de interés, entre los cuales se encuentran: representante de trabajadores; empresas de transporte; empresas de aseo, empresas de servicios de seguridad; y comunidad.

Los riesgos detectados se clasificaron en un total de14 categorías: “operación y desarrollo”, “colaboradores”, “diversidad, inclusión y no discriminación”, “salud y seguridad en el trabajo”, “proveedores/ contratistas”, “servicios de guardias de seguridad”, “relacionamiento con clientes”, “comunidad”, “condiciones en espacios subarrendados”, “privacidad de la información”, “acceso al canal de denuncias y consultas”, “comunicación de derechos humanos en SMU”, “manejo de la información” y “transportistas”.

Proceso de evaluación

De acuerdo con la metodología de gestión de riesgos de SMU, una vez identificados los riesgos que pueden impactar en los derechos humanos, se identifican controles y se priorizan los riesgos. El análisis se realiza desde los equipos responsables para la gestión de los riesgos respectivos, incluyendo los equipos de desarrollo organizacional, relaciones laborales, calidad, sostenibilidad, comercial, desarrollo inmobiliario, prevención de riesgos, operaciones y logística, entre otros.

El año 2024, se realizó un cruce entre los riesgos de derechos humanos y los riesgos documentados en la matriz de riesgos de la Compañía. Como resultado de este proceso iterativo de revisión y ajustes, al cierre del 2024 los riesgos de derechos humanos contenidos en esta matriz son 46, y están clasificados de acuerdo a la metodología de gestión de riesgos de la Compañía: 16 riesgos en nivel “medio”, 30 riesgos en nivel “bajo”, y cero riesgos en los niveles “alto” y “medio-alto”.

Mitigación y remedio

Si llegase a ocurrir que un riesgo se materializa, a pesar de la existencia de controles y planes de acción, SMU se compromete a establecer las medidas de reparación necesarias, según la situación y/o circunstancia lo amerite. Además, para conocer eventos de este tipo, la Compañía ha establecido mecanismos de reclamación disponibles para las personas potencialmente afectadas a través del Canal de Denuncias y Consultas al que pueden acceder directamente en la página web de la empresa.

Este canal es de acceso a cualquier grupo de interés, con un procedimiento claro, concreto, transparente y sin represalias, con comunicaciones directas con la persona afectada, manteniendo el carácter de reserva y confidencial. Se entiende que se ha hecho reparación, en aquellos casos ingresados por el canal de denuncias y que han dado lugar a una resolución, mediante la cual se ha mitigado o cesado el daño o afectación. Para más información, ver 5.1.2 Canal de Denuncias y Consultas.

Monitoreo de actividades de control de impactos en DDHH

La debida diligencia en Derechos Humanos es un proceso continuo, por lo que los riesgos identificados y sus respectivos controles se monitorean anualmente. Paralelamente a la actualización de la matriz de riesgos, durante el año 2024, se realizó el monitoreo de las actividades de control de los potenciales impactos en derechos humanos. El monitoreo consideró:

- Reunión con los responsables de los riesgos para revisar los controles, además de identificar la potencial existencia de nuevos controles o medidas de mitigación.
- Revisión de evidencias que respalden la existencia de las medidas de control y de su cumplimiento.
- Presentación de resultados a los responsables de cada riesgo.
- Elaboración de planes de acción para aquellos riesgos altos.

5.1.4
DONACIONES[12]

La estrategia de ciudadanía corporativa de SMU tiene como foco el apoyo a instituciones en el ámbito de la discapacidad cognitiva y física, así como del desarrollo de MIPYMES regionales.

Para asegurar que las solicitudes de donaciones se gestionen de manera correcta, y que las donaciones se realicen conforme a la normativa interna y externa vigente, la Compañía cuenta con una Política Corporativa de Donaciones que fija los lineamientos y criterios para realizar donaciones a terceros, garantizando que éstas se ejecuten conforme a la normativa interna y externa vigente. Asimismo, cuenta con un Procedimiento de Gestión de Donaciones, que establece cómo debe canalizarse y resolverse una solicitud de donación recibida por la Compañía, y un Comité de Donaciones, responsable de la aprobación—ya sea total o parcial—o rechazo de donaciones solicitadas por terceros. El comité está conformado por el Gerente General, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, Gerenta Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, Gerenta de Cumplimiento, Gerenta Corporativa de Personas y Sostenibilidad, y Gerenta de Sostenibilidad. Para sesionar, requiere de la participación del Gerente General y al menos tres integrantes adicionales. La periodicidad de sus reuniones es ad hoc, siempre que existan solicitudes que deban ser aprobadas. SMU no realiza donaciones a causas políticas.

Las donaciones que realiza la Compañía pueden ser en la forma de Gift Cards que se pueden utilizar para realizar compras en sus tiendas; productos; o dinero. Durante el año 2024, el monto total de las donaciones alcanzó $151 millones[13], correspondientes a causas relacionadas con la discapacidad cognitiva y física y con el hambre cero.

Cabe señalar que, como parte de su estrategia de ciudadanía corporativa, SMU también realiza auspicios sociales, los cuales no tienen el carácter de donación, pero están enfocados en las mismas áreas prioritarias y también son revisados por el Comité de Donaciones. El monto de los auspicios sociales en 2024 ascendió a los $909 millones.

[12] Cabe señalar que en esta sección no están comprendidas las donaciones de alimentos efectuadas en el marco del programa No Desperdicio de Alimentos. Dichas donaciones no son revisadas por el Comité de Donaciones, por ser donaciones de otra naturaleza, pero las organizaciones beneficiarias que reciben las donaciones son previamente revisadas para verificar que no tengan antecedentes de corrupción.

[13] Montos entregados durante el año calendario 2024. Incluye montos aprobados en 2023 y entregados en 2024. No incluye montos aprobados en 2024 que serán entregados en 2025.

5.2 CUMPLIMIENTO

SMU está sujeta a leyes y normas que la rigen sobre una amplia gama de materias que afectan las diferentes áreas del negocio, por lo que se ha establecido el cumplimiento como un elemento estratégico de su quehacer. Para ello, cuenta con una gerencia de cumplimiento y prevención del delito, con dependencia directa del Directorio, cuyo objetivo es que la Compañía opere de manera íntegra, alineada con las leyes, regulaciones y estándares éticos aplicables al negocio. Para ello, busca identificar, evaluar, mitigar y supervisar riesgos de cumplimiento, tales como corrupción, lavado de activos, conflictos de intereses, delitos económicos y delitos medioambientales, entre otros.

5.2.1 PREVENCIÓN DE DELITOS

SMU cuenta con modelos de prevención de delitos para sus operaciones en Chile y Perú, con el objetivo de identificar los riesgos de delitos económicos y medioambientales y de evitar su materialización.

Durante el año 2024, SMU actualizó su modelo para Chile, designando al encargado de prevención, persona con autonomía, recursos y acceso directo al Directorio para supervisar e implementar el modelo. Además, se han identificado y evaluado los riesgos—y los respectivos controles internos—en las distintas áreas y actividades en donde pudieran ocurrir delitos principalmente de los tipificados en la Ley N° 20.393, incluyendo fraudes corporativos, delitos de corrupción privados o públicos, negociaciones incompatibles y/o uso indebido de información privilegiada, delitos ambientales y delitos financieros, entre otros relacionados con la gestión empresarial.

Lo anterior se suma al Código de Ética y Conducta de Negocios de la Compañía, los protocolos específicos para prevenir la comisión de delitos y el Canal de Denuncias y Consultas que permite reportar irregularidades sin temor a represalias. Asimismo, se realizan programas de formación y comunicación continua a todos los colaboradores a fin de que estos comprendan los riesgos y las medidas preventivas implementadas.

Semestralmente el modelo es auditado internamente, y los controles de los riesgos más relevantes y propios del negocio son monitoreados en forma permanente, con la finalidad de evaluar y actualizar, de ser necesario. Por otra parte, a finales del 2024, se comenzó la revisión por un tercero independiente de los ajustes efectuados al modelo de prevención del delito, esperando contar con el respectivo informe de resultados el primer trimestre de 2025.

En el caso de Perú, el modelo busca dar cumplimiento a lo establecido en la Ley N° 30.424, que regula sobre la Responsabilidad Administrativa de las Personas Jurídicas y considera la identificación y mitigación de los riesgos de delito en el ámbito corporativo, fomenta una cultura ética y de integridad además de considerar aquellas medidas adoptadas razonablemente para prevenir la comisión de ilícitos.

Los modelos de prevención de delitos son vinculantes tanto para personal interno como externo, directores, ejecutivos principales, proveedores y prestadores de servicios que se relacionen con la Empresa. Se sancionan conductas que infringen la normativa contenida en el modelo. Como parte de la gestión, periódicamente se realiza la debida diligencia en el conocimiento de terceros interesados en iniciar o mantener una relación comercial con la Compañía. Para ello se utiliza la declaración de conflictos de intereses, junto con la contratación de servicios que verifican si han sido o no vinculados de alguna manera a los delitos contenidos en la Ley N° 20.393.

A la fecha SMU no ha sido sancionada por delitos de la Ley N° 20.393.

5.2.1.1
RELACIONAMIENTO CON AUTORIDADES

SMU cuenta con una Política Corporativa de Relacionamiento con Autoridades y Funcionarios Públicos, cuyo objeto es asegurar que el relacionamiento de colaboradores de la Compañía cumpla con las normativas externas e internas aplicables, a fin de garantizar la transparencia y probidad en reuniones o audiencias que se realicen en representación de los intereses de la Compañía. Esta política es más exigente que la legislación vigente en Chile (Ley N° 20.730 que regula el lobby), dado que el alcance de la ley son las reuniones que cumplan con los requisitos de una audiencia de lobby, mientras que la política de SMU aplica a toda instancia de relacionamiento de los representantes de la Compañía (“gestores de interés”) con autoridades o funcionarios públicos indistintamente si tienen o no la categoría de “sujeto pasivo”. Las instancias de relacionamiento pueden ser de distinta naturaleza, tales como audiencia, reunión solicitada por la autoridad, mesa de trabajo, actividad pública, entre otras.

La Gerencia de Asuntos Públicos de SMU autoriza las solicitudes de audiencia o reunión y lleva un registro de todas las instancias de relacionamiento con la autoridad con su respectiva minuta. Asimismo, el cumplimiento de la normativa y de la política es controlado internamente, de manera semestral, por el área de Cumplimiento de la Compañía y además es auditado por el área de Contraloría.

Las principales gestiones responden a los siguientes fines: 1. Relacionamiento con ministerios y organismos relevantes para la Compañía (ej. Ministerio de Economía, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Salud, SERNAC, Dirección del Trabajo); 2. Temas propios de negocio (ej. tramitaciones de permisos y patentes); 3. Contingencias; y 4. Legislativos.

5.2.2
PROMOCIÓN DE LA LIBRE COMPETENCIA

La libre competencia es un aspecto central del negocio de SMU. La Compañía cuenta con una Política de Cumplimiento de Libre Competencia que se enmarca en el programa de cumplimiento de libre competencia, el que involucra a todos sus colaboradores y todas sus áreas. El programa señalado reúne los requisitos establecidos en la "Guía de Programas de

Cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia" elaborada por la Fiscalía Nacional Económica (FNE), de junio de 2012.

A ello se suman diversas iniciativas que permiten fomentar una cultura de cumplimiento y conocimiento de libre competencia, entre las que destacan las capacitaciones y comunicaciones que reciben los colaboradores y colaboradoras de forma periódica. Adicionalmente, se encuentran las demás disposiciones contendidas en la Sentencia N 167/2019 del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, cuyo cumplimiento es oportunamente reportado a la FNE y dentro de las cuales destacan contar con un Comité de Cumplimiento, conformado por tres directores, y una Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, quien reporta al Directorio. Asimismo, se provee una capacitación anual de Libre Competencia realizada por un abogado o economista externo experto en libre competencia y otras capacitaciones (Para más información, ver sección 5.1.1 Capacitación y Evaluación).

Durante el año 2024, la Compañía no fue sancionada en esta materia.

5.2.3
PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Los clientes están en el centro del quehacer diario de SMU y de su propósito corporativo: *“Con cercanía hacemos la vida más fácil a nuestros clientes”*. Para un adecuado cuidado y gestión en esta materia, la Compañía cuenta con una Política Corporativa de Cumplimiento de Protección al Consumidor y un Programa de Cumplimiento, considerando: (i) las características propias de su giro; (ii) las necesidades y expectativas de las partes interesadas; y (iii) la evaluación de riesgos.

El programa fue aprobado por el Directorio y es revisado anualmente, además de la reportería semestral de su gestión realizada por la Oficial de Cumplimiento y Prevención de Delitos. Sus principales objetivos son:

1. Entregar a los clientes la información relevante de los productos que se ofrecen en locales y plataformas digitales, en forma clara, completa, verdadera y oportuna, todo con apego a la ley.
2. Cumplir con los compromisos que se asumen con los clientes.
3. Entregar un servicio profesional, basado en el respeto a la dignidad de las personas, en el cuidado de su integridad física y psíquica, y a una atención oportuna, cordial y efectiva, fundada en altos estándares de calidad.

SMU cuenta con un área de Servicio al Cliente, que es la principal encargada de responder ante preguntas, preocupaciones y reclamos de parte de los clientes. Para más información de esta área, ver sección 7.1.5 Comunicación Responsable. Por otra parte, la protección de los datos de sus clientes es un aspecto central de su gestión en esta materia. Para más información, ver sección 5.2.4 Privacidad de Datos.

A continuación, se proporciona un detalle de las sanciones cursadas por las autoridades competentes en materia de derechos de clientes durante el año 2024. Los casos tienen relación con derecho a seguridad en el consumo referidos a accidente de clientes en tiendas; robos y daños en estacionamientos; trato inadecuado de guardias de seguridad; y garantía legal. Para evitar nuevos incidentes, dependiendo de éste, el área respectiva de la Compañía, como Prevención de Riesgos, Mantenimiento, Servicio de Atención al Cliente, busca permanentemente reforzar las mejores prácticas a través de las medidas que puedan ser necesarias.

Sanciones Derechos de Clientes

	2024
Número de sanciones ejecutoriadas	**16**
Monto de sanciones (MM$)	**19,9**

5.2.4 PRIVACIDAD DE DATOS

SMU está comprometida con la protección de datos personales de sus trabajadores, clientes, proveedores y, en general, de cualquier persona natural que se relacione con ella. Por ello cuenta con una Política Corporativa de Protección de Datos Personales que define las directrices generales aplicables a las actividades de tratamiento de datos personales que realiza, así como normas de conducta para que su personal interno, proveedores y socios comerciales cumplan con la regulación de privacidad aplicable a sus actividades en relación con la Compañía.

Asimismo, SMU cuenta con un modelo de cumplimiento de privacidad de datos basado en la ISO 31.000. Durante el año 2024, la Compañía continuó trabajando en la profundización del mismo, respetando los principios de licitud, finalidad, calidad, transparencia e información, seguridad, confidencialidad, minimización y proporcionalidad. Para lo anterior, ha actualizado, creado o ajustado políticas, procedimientos y planes de acción. SMU cuenta con un Comité de Seguridad de la Información y Privacidad de Datos integrado por representantes de las áreas legal, cumplimiento, tecnología, riesgos y áreas de negocio, entre otras, a fin de abordar integralmente estas materias. Adicionalmente cuenta con una filial dedicada al resguardo y tratamiento de datos de clientes que los consolida en un repositorio anonimizado de almacenamiento con altos estándares de seguridad donde los datos son transformados en códigos internos de trabajo, así como también, un Oficial de Seguridad de Información con dedicación exclusiva para temas de protección de datos de clientes.

Todo tratamiento de datos personales realizado por la Compañía está amparado en una base de licitud, esto es, por una hipótesis legal que autorice realizar el tratamiento de datos

personales: la autorización legal o el consentimiento del titular o lo que la ley disponga en su momento.

La Compañía informa a sus clientes sobre el tratamiento de sus datos personales, a través de los términos y condiciones y política de privacidad actualmente vigentes y publicadas en sus distintas páginas web, en cuanto a: a) quien es el responsable de los datos; b) la naturaleza de la información capturada; c) el uso de la información recopilada; d) ejercicio de derechos ARCO (Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición (bloqueo y revocación del consentimiento)) para el titular de datos personales; e) protección de los datos; y f) tiempo durante el cual se conservan los datos personales. En lo relativo a los clubes de fidelización, además, se incluye la finalidad del tratamiento de los datos con ocasión del programa, así como, también, las categorías de afiliados o niveles de socios, entre otros beneficios. Es importante señalar, además, que la Compañía no utiliza los datos personales de clientes que han solicitado la cancelación o bloqueo del uso de estos.

Dada la importancia de la protección de datos para SMU, la Compañía refuerza los estándares de seguridad a través de capacitaciones y campañas de comunicación interna. En 2024, más de 4 mil colaboradores fueron capacitados en privacidad de datos y en seguridad de la información.

El 2024, la Compañía no fue sancionada por infracciones en esta materia. Cabe constatar que tampoco recibió reclamos por pérdida de datos de clientes. Es importante indicar que toda infracción a la Política Corporativa de Protección de Datos Personales y a los procedimientos o normas que deriven de ella, por parte de un trabajador de la Compañía, podrá dar lugar a medidas disciplinarias en contra del infractor de acuerdo con lo establecido en su Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad.

5.2.5
PROTECCIÓN A DERECHOS DE COLABORADORES

Tal como lo establece su Modelo Corporativo de Sostenibilidad, SMU es una compañía de personas, y el respeto y cuidado de los derechos y el bienestar de sus colaboradores es un elemento clave de los valores y cultura de la Compañía. Para lo anterior, cuenta con diversas políticas, procedimientos y herramientas, buscando que todos sus trabajadores cuenten con información completa y transparente acerca de sus derechos y de cómo denunciar y/o consultar sobre situaciones que los puedan vulnerar.

Entre ellos está el reglamento interno de orden, higiene y seguridad, que incluye el Código de Ética y Conducta de Negocios, y define las normas en diversos ámbitos de la relación laboral, incluyendo la jornada de trabajo, el feriado legal, las obligaciones y prohibiciones de los trabajadores, procedimientos por vulneración de derechos fundamentales y denuncia de acoso laboral, e igualdad de oportunidades e inclusión social de personas con discapacidad, entre otros.

Quienes estén en conocimiento de alguna actividad que pudiese implicar transgresión a ley o normativa, al Código de Ética y Conducta de Negocios, y/o a políticas y procedimientos

internos de la Compañía, puedan informarlo de forma confidencial, transparente, con facilidad de acceso y anónimamente, de considerarlo necesario, a través del Canal de Denuncias y Consultas.

Otro ejemplo es el Procedimiento de Registro Confidencial y Tratamiento de Reclamos Relativos a Situaciones No Equitativas o Discriminatorias tiene como objetivo establecer la metodología, responsabilidades y acciones a seguir cuando se reciba un reclamo de parte de un trabajador por alguna situación que considere discriminatoria.

A continuación, se proporciona un detalle de las sanciones ejecutoriadas en materia de derechos de colaboradores durante el año 2024.

Sanciones Derechos de Colaboradores

	2024
Número de sanciones ejecutoriadas*	**281**
Monto de sanciones (MM$)	**362**

*Número contempla sentencias ejecutoriadas y multas laborales ejecutoriadas cursadas por la Dirección del Trabajo el año 2024.

Durante el año 2024, se presentaron 44 acciones en materia de Tutela Laboral[14]. A la fecha, la Compañía no ha sido condenada por este tipo de materias. Para evitar nuevos incidentes, la Compañía busca evitar las conductas asociadas a través de comunicaciones, capacitaciones y charlas, entre otras acciones.

5.2.5.1
PREVENCIÓN DEL ACOSO LABORAL, ACOSO SEXUAL Y VIOLENCIA EN EL TRABAJO

SMU promueve un buen clima laboral, buscando que la relación entre sus colaboradores sea respetuosa, honesta y colaborativa. La Compañía no acepta el acoso laboral, acoso sexual o la violencia en el trabajo, implementando acciones concretas para prevenir estas conductas, a través de políticas, procedimientos, capacitaciones, campañas comunicacionales y otras acciones. Asimismo, aplica sanciones a los casos de acoso y violencia comprobados, de acuerdo con la ley vigente y el Código de Ética y Conducta de Negocios. El Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación (SGIGC) de la Compañía describe los mecanismos y responsabilidades para prevenir, detectar, denunciar, investigar, y sancionar las conductas de acoso laboral y sexual.

[14] Numero de juicios laborales por tutela laboral ingresados en 2024.

La capacitación es una herramienta importante para prevenir el acoso laboral, acoso sexual y la violencia en el trabajo, permitiendo informar a los colaboradores sobre la prevención, detección y corrección de estas conductas, así como los canales a través de los cuales denunciar infracciones. La capacitación en esta materia forma parte de la malla obligatoria de capacitación para todos los colaboradores, siendo las únicas excepciones de cobertura, aquellas personas con licencias médicas prolongadas, finiquitadas al cierre de diciembre o ingresos del último mes del año que están en proceso de realizar su curso.

Capacitación para Prevenir Acoso Laboral y Sexual y Violencia en el Trabajo, Año 2024

	N° Personas Capacitadas	% Dotación Capacitada
Capacitación para prevenir acoso laboral y sexual y violencia en el trabajo	**21.994**	**91%**

Denuncias por Acoso Laboral, Año 2024

	Denuncias Presentadas por Mujeres	Denuncias Presentadas por Hombres	Total Denuncias
Denuncias presentadas ante la Compañía	**33**	**19**	**52**
Denuncias presentadas ante la Dirección del Trabajo (o entidad equivalente)	**39**	**10**	**49**
Total denuncias por acoso laboral	**72**	**29**	**101**

Denuncias por Acoso Sexual, Año 2024

	Denuncias Presentadas por Mujeres	Denuncias Presentadas por Hombres	Total Denuncias
Denuncias presentadas ante la Compañía	**15**	**2**	**17**
Denuncias presentadas ante la Dirección del Trabajo (o entidad equivalente)	**1**	**-**	**1**
Total denuncias por acoso sexual	**16**	**2**	**18**

Denuncias por Violencia en el Trabajo, Año 2024

	Denuncias Presentadas por Mujeres	Denuncias Presentadas por Hombres	Total Denuncias
Denuncias presentadas ante la Compañía	3	3	6
Denuncias presentadas ante la Dirección del Trabajo (o entidad equivalente)	6	-	6
Total denuncias por violencia en el trabajo	9	3	12

Cabe señalar que, durante el año 2024, hubo un cambio en la legislación vigente, obligando a la Compañía a cambiar su forma de registrar las denuncias en estas materias. Previo a la entrada en vigencia de la Ley N°21.643 (“Ley Karin”) el 1 de agosto de 2024, SMU recibía denuncias de acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo con denunciante anónimo y/o sin identificar una persona concretamente afectada (“denuncia colectiva”). Por lo tanto, para las denuncias recibidas durante ese período, no fue factible identificar el género de quien denunció. Incluyendo las denuncias recibidas entre el 1 de enero y 31 de julio de 2024 y aquellas recibidas entre el 1 de agosto y el 31 de diciembre, SMU recibió un total de 369 denuncias por acoso laboral y maltrato o violencia en el trabajo y 39 denuncias por acoso sexual. Asimismo, en 2024 se aplicó una sanción laboral en los términos indicados en el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad en 131 de los casos denunciados. Para más información sobre sanciones, ver sección 5.1.2 Canal de Denuncias.

5.2.6 PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE

El cuidado del medio ambiente es uno de los ocho ejes del Modelo Corporativo de Sostenibilidad de SMU, y su gestiona se enmarca en la Política Corporativa de Gestión Ambiental, además de procedimientos específicos relacionados con temas como gestión de residuos y medición de ruidos, entre otros. La Compañía busca prevenir, controlar y mitigar los impactos ambientales que pueden ocasionar las actividades propias de la operación, logrando cada vez una mejor relación con su entorno y un desarrollo positivo del negocio.

Durante el año 2024, no hubo programas de cumplimiento ni planes de reparación por daño ambiental necesarios de presentar ni ejecutar. SMU cuenta con una Resolución de Calificación Ambiental (RCA) asociada al centro de distribución Lo Aguirre, la que establece compromisos ambientales. La Compañía realiza seguimiento periódico y una auditoría interna anual, con el objetivo de verificar y procurar el cumplimiento de todos los compromisos ambientales asociados a la RCA, dentro de los que se puede mencionar Monitoreos de Riles mensuales, seguimiento al Plan de Reforestación ejecutado, permisos sectoriales, entre otros. Cabe destacar que dichos compromisos ambientales se encuentran en cumplimiento.

Durante el año 2024, la Compañía no fue sancionada en esta materia.

5.3 MARCO REGULATORIO

SMU se encuentra sujeta a las leyes, normas, regulaciones y fiscalizaciones que generalmente aplican a las sociedades que operan en Chile y Perú, incluyendo leyes laborales, previsionales, de salud pública, de protección al consumidor, de protección al medio ambiente, de valores y de libre competencia. Dichas leyes incluyen normas para asegurar las condiciones sanitarias y de seguridad en las instalaciones en que la Compañía vende y distribuye alimentos. Asimismo, incluye los requerimientos para obtener la aprobación de los permisos de obras y sus recepciones finales para las instalaciones de la Compañía, ante la Municipalidad que corresponda.

5.3.1 CHILE

Ley de Protección al Consumidor y SERNAC

SMU y todos sus formatos que operan en Chile están sujetas a la Ley N°19.496 Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, cuyo cumplimiento, respecto de consumidores finales, es fiscalizado por el Servicio Nacional del Consumidor (“SERNAC”).

El SERNAC tiene facultades para fiscalizar, mediar y sancionar a los proveedores que infrinjan los derechos de los consumidores finales. Además, puede interponer denuncias ante los Juzgados de Policía Local, iniciar procedimientos voluntarios colectivos, e interponer demandas colectivas cuando los intereses colectivos o difusos de un grupo de consumidores se vean afectados.

En los últimos años, se ha fortalecido la protección de los consumidores con la entrada en vigor de la Ley N° 21.081 y la Ley N° 21.398 (“Ley Pro Consumidor”), que han introducido modificaciones a la Ley Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, estableciendo, entre otras, medidas para incentivar la protección de los derechos de los consumidores, incremento de las multas para proveedores que infrinjan dichos derechos, nuevas facultades fiscalizadoras del SERNAC, permitiéndole exigir información y realizar investigaciones de oficio. Adicionalmente, se ha establecido un procedimiento de mediación voluntaria entre proveedores y consumidores y fortalecimiento de los derechos de los consumidores en materia de comercio electrónico, publicidad engañosa y contratos de adhesión.

Libre Competencia

SMU y todas sus filiales que operan en Chile están sujetas a la normativa de libre competencia establecida en el Decreto con Fuerza de Ley N°1 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción del año 2004, que fija el Texto Refundido, Coordinado y

Sistematizado del Decreto Ley N° 211 de 1973, que tiene por objeto promover y resguardar la libre competencia en los mercados.

En este contexto, la libre competencia es un pilar fundamental para el adecuado funcionamiento de la economía, ya que fomenta la innovación, mejora la calidad de los productos y servicios, y favorece precios más justos para los consumidores

La supervisión y aplicación de esta normativa corresponde a la Fiscalía Nacional Económica ("FNE"), al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) y a la Corte Suprema, entidades encargadas de velar por el cumplimiento de las disposiciones en esta materia.

Secretarías Regionales Ministeriales del Ministerio de Salud

Los supermercados de SMU en Chile están sujetos a fiscalización por parte de las Secretarías Regionales Ministeriales del Ministerio de Salud, que inspeccionan los locales en forma regular y toman muestras para ser analizadas, además de velar por el estricto cumplimiento del Reglamento Sanitario de Alimentos y del Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, junto a todas las medidas que sean indicadas por la autoridad, incluyendo la implementación de protocolos cuando sea necesario. La Compañía cuenta con un equipo de profesionales que verifica el cumplimiento de la normativa, mediante pautas de adhesión a procesos. Por otra parte, trabaja de la mano con los proveedores para verificación de análisis de contramuestras y de ser requerido puede contratar servicios de análisis de laboratorio para asegurar que dicha normativa se cumple.

Adicionalmente, los supermercados de SMU en Chile están sujetos a fiscalizaciones por parte del Servicio Agrícola y Ganadero.

5.3.2 PERÚ

Las filiales de SMU que operan en Perú están sujetas al Decreto Legislativo N° 1034 que aprueba la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, la que regula, prohíbe y sanciona las prácticas anticompetitivas, y a la Ley N° 29.751 Código de Protección y Defensa del Consumidor. El cumplimiento de dichas leyes es fiscalizado por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual ("INDECOPI"). Del mismo modo, las adquisiciones de sociedades y cualquier otra operación de concentración empresarial se encuentran sujeta a control previo por parte de INDECOPI de conformidad con la Ley N.° 31112 – Ley de Control Previo de Operaciones de Concentración Empresarial, vigente desde junio de 2021, que establece que las operaciones de concentración empresarial que superen los umbrales establecidos en la normativa deberán ser evaluadas y autorizadas previamente por la autoridad de competencia.

Otro aspecto importante que regula las operaciones de las filiales de SMU en Perú, está constituido por el marco normativo de Protección de Datos Personales, el cual tiene por objeto que se brinde tratamiento adecuado de los datos personales, para lo cual se requiere la inscripción del Banco de Datos Personales, la obtención del consentimiento informado de

los titulares de los datos personales, entre otros. La norma general está contenida en la Ley N° 29.733 – Ley de Protección de Datos Personales y su Reglamento aprobado por D.S. N° 003-2013-JUS. Dicho Reglamento estará vigente hasta el 29 de marzo de 2025, pues el 30 de marzo de 2025, entra en vigencia el Reglamento aprobado por D.S. N.° 016-2024-JUS. En materia de videovigilancia, se encuentra vigente la Directiva N° 01-2020-JUS/DGTA-PD, en la que se establecen disposiciones para el tratamiento de datos personales captados a través de sistemas de video vigilancia con fines de seguridad, control laboral y otros. Dicha norma entró en vigencia el 6 de abril de 2020. El cumplimiento de este marco normativo se encuentra a cargo de la Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales.

No se requieren licencias o permisos especiales gubernamentales para la venta y distribución de alimentos u otros productos comercializados en las tiendas de SMU en Perú, con la excepción de las licencias gubernamentales requeridas para la venta de bebidas alcohólicas, productos horneados, fármacos, mariscos y verduras, y de las licencias de negocios habitualmente requeridas por las autoridades, como por ejemplo el Ministerio de Agricultura o el Ministerio de Salud. Las tiendas de SMU en Perú están sujetas a fiscalizaciones por parte de la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (“DIGESA”), un órgano técnico normativo del Ministerio de Salud que verifica, entre otras cosas, la inocuidad alimentaria de los alimentos destinados al consumo humano elaborados industrialmente. Las municipalidades locales son responsables de las inspecciones sanitarias de las tiendas.

6

SOMOS UNA EMPRESA **DE PERSONAS**

La cultura organizacional de SMU **es la base sobre la cual se asienta la gestión de personas.** En este marco, la estrategia busca desarrollar equipos ágiles y de excelencia, orientados al cliente, colaborativos entre sí y comprometidos con su trabajo diario, en un ambiente de respeto que promueve la diversidad e inclusión.

TEMAS	AVANCES 2024	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Inclusión & diversidad Desarrollo de personas Relaciones laborales Gestión de personas	Certificación del Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal bajo los estándares de la Norma Chilena NCh:3262 para Alvi. Un 22% más de participantes del programa de personas cuidadoras el año 2024 vs. 2023. Indicador de satisfacción general de encuesta compromiso 2024: 74,3%, el mejor resultado desde el año 2020.	 Contribuye a metas: 1.2 8.8 5.1 10.2 5.5 16.7 8.5

6.1 CULTURA ORGANIZACIONAL

El compromiso con la cultura de una organización es un pilar fundamental para la implementación de la estrategia, ya que permite guiar el trabajo y entregar sentido mediante una mirada común. El sello cultural de SMU, CERCA, describe los valores centrales que caracterizan a la Compañía y sus colaboradores: Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad.

SMU busca visibilizar y potenciar estos valores en la vida y gestión diaria, enfatizando el vínculo con el negocio y el alineamiento con el propósito y la estrategia de la Compañía, y reforzando con los procesos de gestión del desempeño, compromiso y capacitación.

6.1.1 COMPROMISO

En el mes de noviembre 2024, SMU realizó una nueva aplicación de la Encuesta de Compromiso, la cual se lleva a cabo cada dos años. Esta versión permite comparar la serie histórica de preguntas que se aplican desde 2018 y continúa potenciando el análisis complementario del "*Employee Net Promoter Score*", incorporado en 2022. Se incorporan además cinco nuevas preguntas dirigidas al monitoreo del ambiente laboral y de situaciones de acoso en el trabajo.

El indicador de satisfacción de la encuesta de este año se mantiene en rangos considerados buenos, es decir, sobre un 70%. El resultado de 74,3% considera Chile y Perú, donde las preguntas con mayores alzas fueron aquellas relacionadas a la recomendación positiva de la empresa y a la claridad respecto a dónde y cómo denunciar faltas al Código de Ética y Conducta de Negocios. Por otro lado, las preguntas a trabajar están contenidas en las dimensiones de *Colaboración* y *Oportunidades de Desarrollo*. Al igual que en años anteriores, los resultados se presentan a los equipos a través de sus jefaturas, con el propósito de trabajar en conjunto los planes de mejora, los que incluyen planes centralizados para aquellas unidades con menores resultados, con mayor concentración de personas y/o con disminuciones significativas respecto a la aplicación anterior.

Resultados Encuesta Compromiso (*)

	2024	2022
% Respuestas	**93%**	**96%**
Encuesta Compromiso	**74,3%**	**73,8%**
Meta Encuesta Compromiso 2024	**70,0%**	**70,0%**

* La Encuesta de Compromiso estuvo disponible vía online para todas las personas con al menos un mes de antigüedad en la empresa.

Resultados Encuesta Compromiso por Género

	2024	2022
Mujeres	**73,6%**	**73,3%**
Hombres	**75,5%**	**74,9%**

Resultados Encuesta Compromiso por Grupo Etario

	2024	2022
18-25 años	**75,5%**	**74,7%**
26-36 años	**70,9%**	**70,8%**
37-49 años	**73,7%**	**74,5%**
50 y más años	**77,3%**	**76,1%**

6.2 DESARROLLO DE PERSONAS

En SMU las personas son el pilar fundamental para alcanzar los objetivos trazados y el propósito de negocio. Por tanto, la atracción y retención del talento son factores clave para el desarrollo y, con esto, para la sostenibilidad de la Compañía, la que cuenta con programas de capacitación y desarrollo; un sistema de evaluación de desempeño; y con una estructura de incentivos competitiva que cautela además la equidad.

Anualmente la Compañía dispone de un plan formativo que recoge la nivelación de conocimientos requeridos por el negocio, pero también la habilitación y preparación de nuevas necesidades de capacitación y/u obtención de talento que el entorno o las actualizaciones del negocio y sus proyectos exijan.

Asimismo, en busca de impulsar la diversidad de capacidades, conocimientos, condiciones, experiencias y visiones dentro de las personas que desempeñan funciones en los distintos niveles de la organización, continuamente se impulsan programas de contratación y desarrollo para jóvenes, personas con condiciones de discapacidad, adultos mayores y mujeres.

6.2.1 SELECCIÓN

Para contar con un equipo de personas que permitan a SMU cumplir su propósito corporativo y alcanzar sus objetivos estratégicos, la Compañía cuenta con procesos de selección y reclutamiento para potenciar talento interno y atraer talento externo.

Dichos procesos se rigen por el Procedimiento de Reclutamiento y Selección de Personal, cuyo objetivo es establecer criterios para el reclutamiento, selección y contratación de posiciones vacantes, de manera que estos sean conducidos de forma transparente, objetiva, trazables y libres de sesgos, que permitan a SMU asegurar la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, sin distinción de etnia, religión, orientación sexual u otros que pudieran significar un desmedro en las oportunidades de las personas en el acceso a un cargo de la empresa.

Anualmente se realiza la evaluación de desempeño a todos los trabajadores de la Compañía. En virtud de este resultado, SMU genera programas de perfeccionamiento para personas con desempeños destacados en todos los niveles de la organización, quienes ante oportunidades de crecimiento tienen prioridad. Asimismo, las oportunidades internas se difunden de manera abierta a todos los trabajadores, buscando priorizar crecimiento interno antes de resolver por búsqueda externa. Cada proceso, además de considerar los datos de desempeño, considera la evaluación laboral específica por parte del área de Reclutamiento y Selección.

Movilidad Interna

	2024	2023
Vacantes llenadas internamente (%) (*)	**48%**	**54%**

*Considera aquellas posiciones que no corresponden a cargos base, que por definición no pueden ser llenadas internamente.

Los procesos de contratación de SMU y sus filiales consolidan un sistema integrado que contempla las etapas desde el reclutamiento y la selección, hasta la emisión electrónica de documentación, asignando además la ejecución del proceso de inducción operativa y su seguimiento. La postulación preferente se realiza a través de los portales “Trabaja con Nosotros” de cada formato de negocio, portales que integran la gestión de postulaciones y evaluaciones online.

Nuevas Contrataciones por Género

	2024	2023
Mujeres	3.796	4.032
Hombres	3.905	3.806
Total Nuevas Contrataciones	**7.701**	**7.838**

Nuevas Contrataciones por Grupo Etario

	2024	2023
Menor a 30 años	5.054	5.290
30-50 años	2.227	2.141
Sobre 50 años	420	407

Nuevas Contrataciones por Cargo

	2024	2023
Alta gerencia	2	-
Gerencia	34	11
Jefatura	92	78
Operario	2.661	2.750
Fuerza de venta	4.340	4.387
Administrativo	71	62
Otros profesionales	201	207
Otros técnicos	300	343

6.2.2 CAPACITACIÓN

La formación y capacitación en SMU y filiales están enfocados en la habilitación para el cargo actual y también para lograr el desarrollo de los colaboradores y, al mismo tiempo, apoyar el logro de los objetivos de la Compañía. La cultura organizacional CERCA es el engranaje que procura entregar las herramientas necesarias para que puedan adquirir conocimientos y desarrollar las competencias, alineadas con el plan estratégico de la Compañía.

La Política de Capacitación de SMU tiene como objetivo habilitar al personal en su cargo actual y desarrollar habilidades para eventuales cargos futuros, asegurando una alta cobertura y una experiencia de capacitación práctica y simple, alineada con los objetivos de negocio, la estrategia de la Compañía y su cultura CERCA.

Asimismo, el Procedimiento de Gestión de Capacitación de la Compañía tiene como objetivo asegurar una correcta y oportuna formación, alineada con los objetivos, estrategias del negocio y su cultura, promoviendo el desarrollo de todas las personas sin ningún tipo de discriminación o sesgo de género, edad, discapacidad o nacionalidad, asegurando el acceso equitativo entre géneros y considerando ciertas condiciones de los participantes para su acceso.

Durante 2024, el foco de capacitación en Chile estuvo en los siguientes programas:

Inducción Operacional Líderes Operacionales y Cargos Base: El modelo de inducción considera el detalle de los procedimientos operativos y un acompañamiento formal durante los primeros 30 días en su cargo en el caso de los lideres, mientras que para cargos base considera un entrenamiento en el puesto de trabajo realizado por los lideres de su centro de trabajo. En 2024 se logró llegar al 81% de cobertura de las nuevas contrataciones.

Aperturas de Locales y Nuevos Procesos en Tienda: El proceso de inducción y formación para la apertura de nuevos locales y/o nuevos procesos, es una actividad crítica para asegurar la buena atención a clientes y la adhesión a los procesos internos desde el primer día de funcionamiento. Durante 2024 se realizaron 14 aperturas de locales en Chile, en los cuales se implementó el programa de capacitación y acompañamiento en terreno, cubriendo a más de 300 colaboradores.

Certificación de Cargo, Lideres Operacionales, Especialidades y Cargos Base: Este es un programa de nivelación de conocimientos dirigido a todos los roles dentro de locales y centros de distribución, donde en 2024 se llevó a cabo un plan de reforzamiento de prácticas y procesos de trabajo en terreno, con la participación activa de líderes y cargos base, capacitando a 7.000 colaboradores.

Programa Liderazgo Operacional: Este programa se diseña e implementa en 2024, con el objetivo de desarrollar a líderes operacionales, de manera que sean capaces de conocer, identificar, analizar y gestionar los principales indicadores de negocio, focos operacionales del año y nuevos procesos, y al mismo tiempo aplicar el modelo de liderazgo CERCA para motivar e inspirar a sus equipos. De esta manera, los líderes junto a sus equipos ofrecen el mejor servicio a los clientes de los diferentes formatos, y además contribuyen al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Compañía. En este programa participaron más de 2.100 colaboradores, incluyendo administradores y jefaturas de tienda y, supervisores de los centros de distribución, con una cobertura de participación de un 76% de los cargos objetivo.

Programa Normativo: Esta iniciativa busca fortalecer el conocimiento y adhesión a materias fundamentales para el funcionamiento del negocio, incluyendo libre competencia, consumidores, personas, prevención y cultura.

Capacitación

	2024	2023
Total horas de capacitación	**2.243.930**	**2.565.457**
Número de personas capacitadas	**22.238**	**22.850**
Porcentaje de dotación capacitada	**92%**	**97%**

Capacitación por Cargo y Género (*)

	2024						2023					
	Mujeres		Hombres		Total		Mujeres		Hombres		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alta gerencia	5	0,02	8	0,03	13	0,1	4	0,02	8	0,03	12	0,1
Gerencia	77	0,3	166	0,7	243	1,0	68	0,3	150	0,6	218	0,9
Jefatura	299	1,2	516	2,1	815	3,4	277	1,2	500	2,1	777	3,3
Operario	6.280	25,9	3.586	14,8	9.866	40,7	6.656	28,3	3.784	16,1	10.440	44,3
Fuerza de venta	4.968	20,5	1.847	7,6	6.815	28,1	5.352	22,7	1.686	7,2	7.038	29,9
Administrativo	461	1,9	243	1,0	704	2,9	486	2,1	239	1,0	725	3,1
Otros profesionales	352	1,5	439	1,8	791	3,3	350	1,5	409	1,7	759	3,2
Otros técnicos	1.716	7,1	1.275	5,3	2.991	12,3	1.654	7,0	1.225	5,2	2.879	12,2
Total	14.158	58,4	8.080	33,3	22.238	91,7	14.849	63,1	8.001	34,0	22.850	97,0

*Porcentajes se calculan sobre la dotación total.

Horas de Capacitación Promedio por Cargo y Género

	2024		2023	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Alta gerencia	67	52	64	49
Gerencia	83	64	62	65
Jefatura	160	178	160	174
Operario	87	72	86	95
Fuerza de venta	85	95	88	120
Administrativo	66	87	122	97
Otros profesionales	77	98	80	80
Otros técnicos	126	133	213	203
Total	91	95	103	120

Horas de Capacitación Promedio por Grupo Etario

	2024	2023
Menor a 30 años	**93**	**57**
30-50 años	**91**	**241**
Sobre 50 años	**95**	**91**
Total	**93**	**109**

Horas de Capacitación por Materia

	2024	2023
Habilidades rol actual	**1.925.580**	**2.169.119**
Desarrollo para roles futuros	**70.014**	**141.532**
Cursos normativos	**248.336**	**254.806**

Inversión en Capacitación

	2024	2023
Tiempo de capacitación total (horas)	**2.243.930**	**2.565.457**
Tiempo de capacitación promedio por colaborador (horas)	**93**	**109**
Monto destinado a capacitación (MMCLP)	**2.450**	**2.282**
Monto destinado a capacitación (% ingresos)	**0,1%**	**0,1%**
Monto destinado a capacitación por colaborador (CLP)	**101.057**	**96.900**

Durante el año 2024, el plan de capacitación puso especial foco en la actualización de conocimientos de cada cargo, además del refuerzo y apoyo de habilidades de liderazgo para jefaturas.

6.2.3
EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

El modelo completo de Gestión del Desempeño entrega la posibilidad, al 100% de los colaboradores, de contar con una evaluación y al menos una conversación de retroalimentación anual con su jefatura.

Este modelo consta de dos procesos diferentes de evaluación: el proceso de Ciclo de Desempeño, que se aplica a los colaboradores de áreas de soporte y cargos de liderazgo en la operación con más de tres meses de antigüedad en la organización, y el proceso de Apreciación de Desempeño para aquellas personas con más de un mes de antigüedad que trabajan en locales y centros de distribución en Chile y Perú.

Con el objetivo de complementar el modelo, se ha incorporado al proceso de Ciclo de Desempeño la fijación, seguimiento y evaluación de objetivos individuales, los cuales buscan medir el avance de los resultados y el desarrollo individual. Esta etapa permite que las jefaturas y sus equipos alineen el trabajo del año y trabajen en base a objetivos claros y medibles, los que en el caso de cargos base se concreta en planes de acción orientados a las oportunidades identificadas.

Para facilitar la comprensión de las herramientas de evaluación y apreciación de desempeño, se realizaron campañas comunicacionales, capacitaciones y seguimientos a equipos zonales de recursos humanos, administradores y jefaturas operacionales.

La alta cobertura en este proceso permite que, una vez finalizado, se puedan realizar los análisis comparativos por nivel de cumplimiento, oportunidades de desarrollo y potencial dando la posibilidad a que las personas de desempeño destacado accedan a los programas de desarrollo y crear planes de acción para aquellas que requieran un mayor acompañamiento para mejorar su desempeño de cara al siguiente ciclo de trabajo.

Evaluación de Desempeño: Cobertura Grupo Objetivo (*)

	2024	2023
Colaboradores evaluados – Total	**96%**	**98%**

*Porcentaje de la dotación del grupo objetivo evaluada. El ciclo de evaluación de desempeño de cada año finaliza durante el primer trimestre del año siguiente, por lo que las cifras de 2024 son preliminares.

6.2.4
PROGRAMAS DE DESARROLLO Y ATRACCIÓN DE TALENTO

El desarrollo de personas, entendiéndolo como un ciclo continuo, considera la evaluación de desempeño como una etapa central, pues tiene una estrecha relación con los programas de desarrollo y reconocimiento, permitiendo identificar oportunidades para la mejora continua en las operaciones de SMU. Asimismo, la Compañía cuenta con programas enfocados en la atracción de talento para satisfacer las necesidades actuales y futuras del negocio.

En el marco de esta mirada, durante el año 2024 en SMU se han impulsado diferentes iniciativas dentro del programa “Gestión Diferenciada de Desarrollo” que tiene como base el proceso de evaluación de desempeño, **buscando preparar a las personas de desempeño destacado para asumir el siguiente nivel de desarrollo dentro de la organización**. Por otra parte, en 2024 SMU participa nuevamente en el estudio Merco Talento ubicando por segunda vez a la organización dentro de las 100 mejores empresas para atraer y retener talento, avanzando del puesto 100 al 51.

DTC
DESARROLLA TU CARRERA

Con foco en cargos operacionales y de liderazgo, el programa **Desarrolla Tu Carrera** busca habilitar a colaboradores de desempeño destacado para asumir nuevas responsabilidades y desafíos de carrera dentro de la Compañía.

Dado el fuerte crecimiento orgánico que forma parte de la estrategia de SMU, es **imprescindible contar con trabajadores entrenados para asumir labores de mayor especialidad en las tiendas nuevas**, además de cubrir necesidades de reposición regular. Asimismo, al fomentar la contratación de candidatos internos, el programa permite a la Compañía **optimizar los tiempos de contratación** y de formación de estos roles de mayor especialización, además de **ahorro en costos de contratación**.

Este programa se desarrolla en conjunto con el reconocido Instituto Profesional AIEP, ofreciendo diferentes mallas formativas, tales como *Administración Tiendas*, *Nuevas Jefaturas*, *Gestión de Operaciones Logísticas*, *Tesorería* y *Perecibles*, entre otras, combinando temas transversales y específicos como inventario, gestión de personas, clientes, comunicación, contabilidad, etc.

Impacto:

- Durante 2024, **735 colaboradores** participaron en el programa.
- El **36%** de los graduados de los últimos tres años experimentaron un **crecimiento o movilidad profesional** a través de un cambio de cargo dentro de la Compañía, y en el año 2024 este indicador alcanzó **52%**.

Liderazo Operacional es un programa que busca desarrollar a líderes operacionales, para que ellos—junto a sus equipos—puedan **ofrecer el mejor servicio a los clientes** de los diferentes formatos de SMU, contribuyendo así al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Compañía.

La construcción de los contenidos claves del programa está **directamente alineada con los indicadores claves del negocio**, tales como venta, brecha, NPS, disponibilidad de productos y otros. El programa refuerza el análisis y gestión de estos indicadores, revisándolos y ayudando a los líderes a entender los resultados, identificar palancas a movilizar y desarrollar planes de acción que permitan mejorar desviaciones para el cumplimiento de las metas de su unidad de negocio. Adicionalmente, se llevan a cabo sesiones prácticas de liderazgo en terreno con las jefaturas.

Impacto:

- Durante 2024, **2.418 administradores, jefaturas y supervisores** participaron en el programa, alcanzando una participación del **76% de los cargos objetivo**.
- Mejora significativa en el **NPS en 2024, aumentando 6,8 puntos vs. 2023**.
- Encuesta compromiso: **mejor resultado histórico (74% percepción positiva)** en la dimensión de liderazgo, donde la pregunta "*Mi jefatura me entrega comentarios y me dice en forma clara y oportuna sobre como realizo mi trabajo, me dice qué hago bien y qué debo mejorar"* **mejoró 7,2 puntos** respecto a 2023.

Banca de Líderes: Continúa la realización del programa "Banca de Líderes", el cual desde el año 2019 busca crear un sistema que asegure la continua incorporación y capacitación de personas con potencial en cargos claves de la operación, asegurando la disponibilidad de talento para el negocio, completando el 2024 más de 100 ingresos por esta vía a los distintos formatos de negocio, incluyendo la contratación de jefaturas de segunda línea en tiendas y Administradores Trainee que puedan al cabo de seis meses de formación tomar el liderazgo de tiendas en los distintos formatos de negocio.

Operadoras Logística: Programa orientado a fomentar la incorporación de mujeres en las operaciones logísticas con un plan de formación teórica y práctica en los procesos logísticos. En 2024, se incorporaron 10 nuevas operadoras al Centro de Distribución Lo Aguirre.

Programa de prácticas y memorias: Programa de seguimiento a estudiantes con potencial que necesiten realizar una experiencia práctica o memoria como requisito de su carrera. El objetivo de este programa es acompañar a los estudiantes en su experiencia y atraer a aquellos que quieran incorporarse a la organización.

6.2.5
ESTRUCTURA DE COMPENSACIONES

La gestión de compensaciones es una parte fundamental de la estrategia de gestión de personas en SMU, ayudando a atraer y retener talentos en la organización. La Compañía cuenta con un fuerte compromiso con la equidad y la igualdad en la administración de las compensaciones, por lo que, desde hace más de 10 años, utiliza el sistema de valorización de cargos GGS (*global grading system*) y su respectiva plataforma proporcionada por WTW (Willis Towers Watson).

Este sistema se basa en los principios de equidad interna y competitividad externa y se aplica de manera imparcial y sin distinción para determinar las rentas de cada uno de los cargos de la Compañía, evitando que se incorporen componentes que puedan generar distorsiones y/o discriminaciones arbitrarias basadas en género, edad o nacionalidad, entre otros.

La Política de Remuneraciones y Compensaciones de SMU establece que para cada nivel del GGS se define una banda de renta a nivel de la compensación total (remuneraciones fijas y variables, además de beneficios cuantificables), y a la vez, cada cargo se asocia a una de estas bandas de acuerdo con la evaluación realizada en la herramienta. De esta manera, se garantiza que las compensaciones de los trabajadores sean justas y se basen en su contribución y desempeño en la organización.

Como parte de sus medidas de resguardo, la Política de Remuneraciones y Compensaciones, así como también, el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, contemplan un procedimiento de denuncia para que cualquier trabajador que considere que el derecho a la igualdad de remuneraciones hubiese sido vulnerado o no haya sido respetado pueda presentar un reclamo por escrito a través de una descripción de los hechos que constituyan desigualdad de remuneraciones, adjuntando los antecedentes, que considere necesarios (evaluación de conocimientos y habilidades, competencias técnicas, experiencia y otros que aporten a fundar su reclamo). De esta forma todos los trabajadores de la Compañía tienen la oportunidad también de velar por el cumplimiento de la equidad remuneracional.

Como parte del compromiso de SMU con la no discriminación, la política define que una serie de medidas de remuneración no sexista:

- Semestralmente se genera un estudio de brecha salarial y participación de género con la finalidad de detectar, por tipo de cargo y nivel de cargo, diferencias respecto a la remuneración percibida entre hombres y mujeres, y la participación de estos en los diferentes cargos y niveles de la Compañía.
- Se realiza calibración de cargos cuando es pertinente con independencia de si son ocupados mayoritariamente por hombres o por mujeres.
- Se asegura igualdad en el acceso a los incentivos variables para hombres y mujeres, pues se evalúan cargos y no personas.

- Se identifica si los puestos ocupados mayoritariamente por hombres no reúnen un mayor número de factores asociados a beneficios que los ocupados mayoritariamente por mujeres, y no existe una ponderación discriminatoria en los valores que se dan a dichos factores.
- Para evitar y eliminar cualquier brecha de remuneración al ingreso luego del proceso de búsqueda interno, externo o mixto, la remuneración de búsqueda se entrega al área de Selección (previa a iniciar la búsqueda), luego la renta de ingreso final nunca puede ser menor a lo establecido en la política, es decir, al menor en el punto de entrada de la banda remuneracional respectiva.
- Se hace seguimiento a ciertos parámetros establecidos para asegurar el correcto funcionamiento de las medidas de no discriminación, incluyendo la evolución de la brecha salarial y de la proporción de trabajadores que han recibido incremento de su compensación por mérito o por cambio de cargo o funciones en el año.

Equiparidad salarial (*)

	Equiparidad Salarial (Media)	Equiparidad Salarial (Mediana)
Alta Gerencia	**99%**	**94%**
Gerencia	**80%**	**91%**
Jefatura	**94%**	**91%**
Operario	**102%**	**103%**
Fuerza de Venta	**112%**	**108%**
Administrativo	**108%**	**104%**
Otros Profesionales	**89%**	**88%**
Otros Técnicos	**92%**	**96%**

*La equiparidad salarial se mide de la siguiente forma: sueldo bruto mensual por hora (haberes fijos y variables) medio/mediano de todas las colaboradoras de una determinada familia de cargo, dividido por el sueldo bruto mensual por hora (haberes fijos y variables) medio/mediano de todos los colaboradores de la misma familia de cargo. En el grupo de Alta Gerencia, se excluye al gerente general para mantener consistencia de los datos en este segmento.

Incentivos

El modelo de compensación variable de SMU está definido para que los colaboradores trabajen de manera más eficiente y se enfoquen en lograr los objetivos de la Compañía. Además, la inclusión de objetivos de desempeño por gerencia y/o área en la estructura de compensación variable permite reconocer y recompensar el trabajo bien hecho en todos los niveles de la Compañía.

Se alinean los incentivos de los colaboradores con los objetivos estratégicos de la organización, para de esta forma lograr también mejorar la retención de talentos y fomentar un ambiente laboral más colaborativo y orientado a los resultados. Estos objetivos son propuestos por la Administración y finalmente fijados y aprobados año a año por el Directorio de la Compañía.

La estructura de compensación variable motiva a los colaboradores a trabajar juntos en la consecución de objetivos comunes, en lugar de enfocarse exclusivamente en sus propios intereses. Es importante destacar que la Compañía busca definir incentivos fijados justos y transparentes, y estén basados en objetivos claros, medibles y conocidos por todos. De esta manera, el modelo de compensación variable cobra relevancia al ser una herramienta valiosa para motivar y retener a los colaboradores más talentosos y comprometidos.

6.3 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

El compromiso con contribuir a una sociedad diversa e inclusiva forma parte esencial de la identidad corporativa de SMU desde sus inicios, y se ha profundizado en concordancia con el sello CERCA, y el valor del Respeto. Los principios de diversidad e inclusión se refuerzan también en su Código de Ética y Conducta de Negocios; Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad; y Política de Diversidad e Inclusión. Para ampliar su impacto, la Compañía promueve los principios de diversidad e inclusión junto a sus colaboradores, sus familias, clientes, empresas proveedoras y la comunidad en la cual está inserta.

Para lograr estos objetivos, SMU tiene un Modelo de Diversidad e Inclusión, que enmarca su gestión en los principios base de no discriminación y respeto, enfocándose en el trabajo de cuatro grupos de interés: género, migrantes, generaciones y discapacidad.

SMU mantiene dos programas de difusión y cambio cultural en el contexto de este modelo: el programa #QueNoSeaTema entrega herramientas y guías prácticas, y el programa Derribando Mitos se enfoca de manera directa en ir develando los sesgos inconscientes en torno a los diferentes grupos de interés.

Modelo de Diversidad e Inclusión de SMU

6.3.1
GÉNERO

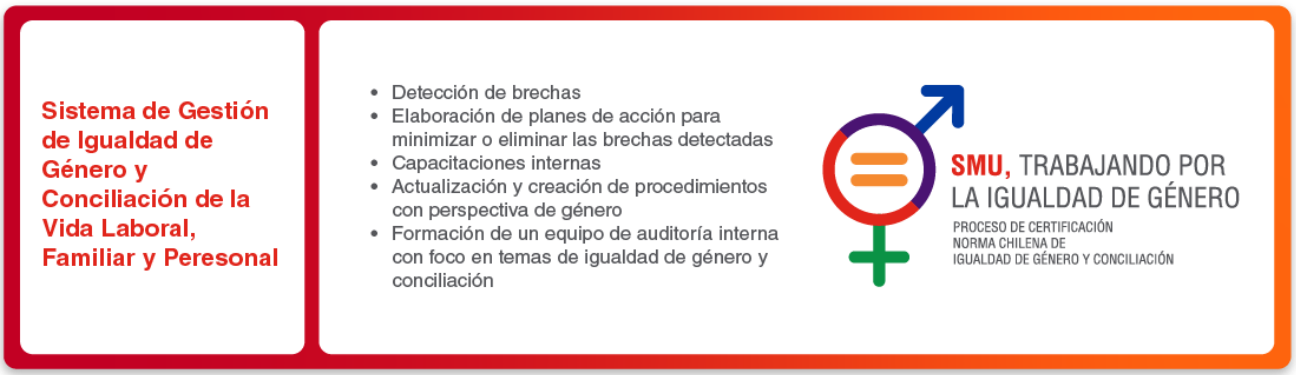
En SMU se reconoce la importancia de avanzar en la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, tanto en el acceso al empleo, capacitación y desarrollo profesional, así como también en las condiciones de trabajo, entre otros aspectos. La Compañía cuenta con diversas iniciativas en el marco de su Modelo de Diversidad e Inclusión, y además participa en diferentes rankings y evaluaciones que permiten medir su desempeño, identificar brechas y desarrollar planes de acción.

El compromiso y la gestión en materia de igualdad y equidad de género se ve reflejado en las cifras de participación femenina en cargos de liderazgo de SMU. Al nivel del Directorio, la Compañía cuenta con dos directoras de un total de nueve directores, siendo los cargos de Presidenta y Vicepresidenta ocupados por mujeres. Con respecto a la alta gerencia, un 36% son mujeres; en cargos gerenciales, un 32%; y en cargos de jefaturas, un 37%. De esta forma, el total de participación femenina en posiciones de liderazgo de la empresa alcanzó un 36% en 2024. Considerando toda la dotación de SMU, hay una gran participación de mujeres, alcanzando el 64,5% de representación.

Norma Chilena 3262:2021

Durante 2024, SMU continuó avanzando con su Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal en sus diferentes formatos, con el fin de expandir su certificación bajo la Norma Chilena 3262:2021. En el caso de Alvi, se logró el proceso de instalación del sistema de gestión, elaborando procedimientos y poniendo en marcha los distintos planes de acción que permitieron la evaluación de la implementación del Sistema, obteniendo la certificación. Unimarc, por su parte, avanzó en un diagnóstico de factibilidad de implementación del sistema de gestión.

Tanto el Sistema de Gestión de SMU S.A. como el de Servicios Logísticos Santiago han obtenido el Sello Iguala Conciliación otorgado por el Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género, y Alvi se encuentra en proceso de postulación del mismo sello.



Igualdad de género: Metas 2024 - 2025

Con el fin de seguir avanzando en materia de igualdad de género, SMU ha definido una serie de metas específicas:

- Avanzar en la implementación de los sistemas de Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal, bajo la **Norma Chilena 3262:2021** en el resto de los formatos**,** como así también, lograr las recertificaciones que se contemplan en este proceso para así alcanzar el 100% de las operaciones en Chile certificadas bajo este modelo.
- Potenciar la incorporación de mujeres a labores que tradicionalmente han sido masculinizadas, por ejemplo, a través del programa de formación de mujeres operarias logísticas, creciendo en promedio un 1% entre 2024 y 2025.
- Incluir más mujeres en ámbito de los campos STEM como Tecnologías de la Información, Sistemas, Innovación, Transformación Digital y Comercio Electrónico, entre otros, creciendo un promedio un 5% el número de mujeres en estos cargos entre 2024 y 2025.

Estas metas cuentan con el compromiso y los lineamientos del Directorio, y los avances se comunican periódicamente al Directorio y a la Administración.

Colaboración para fomentar la equidad de género

Durante 2024, SMU ha mantenido y desarrollado vínculos de colaboración en materia de género con las siguientes organizaciones:

- **ONU Mujeres**: SMU Chile forma parte de la comunidad WEPs Global ONU Mujeres, comprometida con los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (“WEPs”), promoviendo la equidad de género y el desarrollo de sus colaboradoras en línea con este compromiso.
- **Red Activa**: Desde 2020 SMU es miembro de esta red que busca promover la equidad de género y políticas más inclusivas.
- **Acción Empresas**: SMU forma parte activa de la Mesa de Personas de Acción Empresas, impulsando iniciativas de promoción de la diversidad. Durante 2024, SMU formó parte del comité temático de personas y trabajo, abordando temas de Corresponsabilidad y Calidad de Vida, entre otras iniciativas.
- **Pacto Global:** SMU a fines del 2021 firmó su Carta de Compromiso al Pacto Global de las Naciones Unidas, impulsando dentro de las iniciativas el aporte al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de cara al 2030.
- **SernamEG:** El Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género proporciona asistencia técnica para el desarrollo de material, además de apoyar en iniciativas específicas que contribuyen a la equidad de género.

6.3.2
MIGRANTES

En un mundo global, la incorporación de las personas migrantes en los equipos de trabajo representa una gran oportunidad de atracción de talento y de valoración de la diversidad. Por eso, SMU lleva a cabo diversas acciones que promueven la incorporación de personas de otras nacionalidades y construyan ambientes de trabajo con igualdad de trato y sin discriminación de ningún tipo.

En el marco del programa #QueNoSeaTema, la Guía de Acogida a Personas Migrantes es una herramienta que ofrece SMU para dar orientación a las personas migrantes que se incorporan a la Compañía, dando a conocer canales de ayuda internas y sociales de carácter públicos para la realización de trámites, además de recomendaciones para la acogida al interior de los equipos laborales. Esta guía forma parte del programa de inducción corporativo de las personas migrantes, buscando reforzar su permanencia en la Compañía.

SMU también trabaja en colaboración con diversas organizaciones enfocadas en promover y proteger la dignidad y los derechos de las personas migrantes, incluyendo la Organización Internacional para las Migraciones de la ONU (OIM) y la Red de Empresas Interculturales.

Entre las operaciones de Chile y Perú, a diciembre 2024 trabajan 708 personas migrantes en SMU, un 2,9% de la dotación total.

Personas migrantes en SMU al 31.12.2024

	SMU Chile		SMU Perú	
	Número	%	Número	%
Nacionalidad Local	**22.777**	**97,0%**	**762**	**99,7%**
Nacionalidad Extranjera	**706**	**3,0%**	**2**	**0,3%**

6.3.3
GENERACIONES

En SMU se tiene la convicción de que los equipos de trabajo se favorecen con la intergeneracionalidad, dando valor a la experiencia y participación de personas en las distintas etapas de su ciclo vital. En esta línea, durante 2024 la Compañía participó de una variedad de actividades e iniciativas, tales como:

- **Publicación de la guía "Derribando Mitos: Generaciones",** resaltando la importancia de cada generación que pertenece a la Compañía.

- **Jornadas de Aprendizaje Colectivo de Red de Empresas con Experiencia**, iniciativa impulsada por SeniorLab de la Pontificia Universidad Católica, buscando promover iniciativas multisectoriales que enfrentan el desafío de la vejez.
- **Voluntariado de Fundación Las Rosas,** realizando una serie de actividades con uno de los hogares de la Fundación.
- **Programa de formación SMU: Programadores Trainee** junto a Fundación Generation y AIEP.
- **Feria laboral "Conectando tu talento":** Iniciativa que busca acercar a las empresas a la comunidad estudiantil, para así brindar las mejores alternativas para su inserción en el mundo laboral.
- **Trabajando Pro!** Comunidad que se vincula con empresas comprometidas con la inclusión de personas mayores a 50, ofreciendo puestos de trabajo sin sesgos.

6.3.4 DISCAPACIDAD

La inclusión de personas en situación de discapacidad ha sido un foco de trabajo histórico en SMU, el que nació tempranamente gracias a su vinculación con las fundaciones Teletón y Descúbreme. La Compañía busca potenciar la verdadera inclusión laboral, apoyando a su vez la gestión del trabajo autovalente de las personas con discapacidad. A diciembre de 2024, la Compañía cuenta con un total de 316 personas en situación de discapacidad.

Para seguir fomentando la inclusión laboral, al año 2024 SMU cuenta con 19 colaboradores certificados, a través del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales de "Chile Valora", como Gestores de Inclusión Laboral, formalizando el compromiso con la inclusión laboral y propiciando ambientes laborales de respeto, diversidad e inclusión.

Programa Personas Cuidadoras

El programa Personas Cuidadoras se crea como apoyo a la compleja problemática de personas que tienen a su cargo de familiares que requieren un cuidado permanente debido a una enfermedad o situación de discapacidad que genera dependencia. Este programa busca facilitar la conciliación del trabajo y la corresponsabilidad con el cuidado del familiar. Para ello cuenta con un equipo de asistentes sociales que entrega la asesoría necesaria para acceder a beneficios sociales; proporciona apoyo en la gestión de atención de salud para sus familiares; realiza visitas domiciliarias; y confecciona informes sociales, entre otras. En 2024, la participación en el programa aumentó en un 22%, alcanzando 528 personas, siendo un 84% mujeres, mientras que del universo de personas que requieren cuidados, el 59% son niños, niñas y adolescentes, y el 41% corresponde a personas adultas.

Adicionalmente, se ha conformado la red de afinidad de personas cuidadoras, a través de la cual por tercer año se han realizado encuentros virtuales para abordar temáticas de apoyo y transferencia de herramientas que sean útiles para abordar el rol de personas cuidadoras.

Programa La Hora Silenciosa y TEAcompañamos

Durante 2024, en los formatos Unimarc y Mayorista 10 se desarrolló esta iniciativa en que se designa una hora al día para brindar una experiencia de compra positiva y agradable a personas con TEA (Trastornos del Espectro Autista) y otras neurodivergencias. Para ello, se bajan las luces de los locales, disminuye el volumen de la música y habilita una caja exclusiva. El programa también contempla la capacitación a colaboradores.

Colaboración para fomentar la inclusión laboral

Para seguir adoptando mejores prácticas, y para compartir sus experiencias, SMU trabaja colaborativamente con instituciones que promueven la inclusión laboral de personas en situación de discapacidad. Estas organizaciones incluyen Oficinas Municipales de Intermediación Laboral; Oficinas de Discapacidad, Bolsas de Empleo Universitarias, Centros de Rehabilitación de Salud Mental y Organismos Técnicos de Capacitación, entre otras.

Adicionalmente, SMU es parte de la Red de Empresas Inclusivas (REIN) participando activamente en diversas actividades, como Café con Tema, y el Comité de Inclusión Laboral (CIL) de la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA.)

6.3.5
PROMOCIÓN DE UNA CULTURA INCLUSIVA

El Modelo de Inclusión de SMU busca involucrar no solo a sus colaboradores, sino también a sus familias, clientes, empresas proveedoras y la comunidad en la cual está inserta.

Sensibilización a contratistas

Para apoyar la inclusión en las empresas contratistas, en el año 2024 se realizó por sexto año consecutivo la Jornada de Contratistas, contando con la participación de 132 personas representantes de 101 empresas contratistas. El foco estuvo en temáticas de inclusión laboral de personas con discapacidad, en el contexto de nuevos cambios de la ley de inclusión laboral de personas con discapacidad.

Adicionalmente, por quinto año se realizó el Catastro de Contratistas, que busca estar en permanente conocimiento de la realidad de estas empresas y cómo abordan la inclusión laboral. De las 67 empresas que participaron:

- El 24% señala contar con una política o compromiso formal en materia de D&I, mientras que el 49% está considerando iniciar el proceso.
- El 32% de las empresas señala tener una persona encargada en materia de D&I en su organización.
- El 16% correspondiente a 11 empresas, indica que sí cuentan en su dotación con personas con discapacidad en sus operaciones.

Trabajo colaborativo con fundaciones y organizaciones

SMU busca potenciar su contribución a una sociedad más diversa e inclusiva a través del trabajo colaborativo con fundaciones y organizaciones. Este trabajo, que tiene un vínculo estrecho con su Modelo de Diversidad e Inclusión, se describe en la sección 9.2 de esta memoria integrada.

6.3.6
PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2024

- **Certificación del Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal** bajo los estándares de la Norma Chilena NCh:3262 para Alvi.
- **Sello Iguala Conciliación**: otorgado por el Servicio Nacional de la Mujer como una empresa que promueve acciones en pro de la igualdad de género y la conciliación.
- **Ranking IMAD (Mujeres en Alta Dirección)**: SMU se situó entre las cinco primeras empresas en sector retail, logrando el puesto 5° de un total de 28 empresas del mismo sector.
- **Premio Impulsa "Mejores indicadores de diversidad de género"** otorgado por la Fundación ChileMujeres, PwC y LT Pulso. Por segundo año consecutivo, SMU se destaca como la mejor empresa en la categoría retail.
- **Herramienta Empresarial de Empoderamiento Femenino de ONU Mujeres**: SMU alcanzó un porcentaje de 84%, manteniendo el nivel de "Líder" en diversas políticas y prácticas en materia de igualdad de género.

6.4 BENEFICIOS Y BIENESTAR

Para impactar positivamente en la calidad de vida de los colaboradores y sus familias, SMU trabaja en una Propuesta de Valor 360° que le permite identificar qué viven y sienten en su relación con la Compañía, sus jefaturas y el ambiente de trabajo. En esta línea, el programa Bien Estar busca ser impulsor de orgullo, compromiso y pertenencia, con foco en la salud física y psicológica de los trabajadores y sus familias, promoviendo el autocuidado y respeto de todas las personas, y propiciando que sea un factor de atracción de nuevos talentos y retención de talento existente.

Dentro de este marco, la Compañía cuenta con diversas iniciativas orientadas a que las personas puedan compatibilizar su vida personal, familiar y trabajo de una manera más fácil, promoviendo valores en temas de sostenibilidad y preocupación por el medio ambiente, buscando ser reales agentes de inclusión y diversidad.

Finalmente, en el mismo sentido de atender las necesidades e intereses de las personas que trabajan en SMU, se gestionan y dan visibilidad de múltiples y diversos convenios con terceros que permiten a las personas acceder a servicios a precios o condiciones preferenciales, que van en directo apoyo a los presupuestos familiares y acorde a sus intereses particulares.

6.4.1
CONCILIACIÓN VIDA LABORAL, FAMILIAR Y PERSONAL

A través de su Sistema de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Personal y Familiar, SMU busca crear condiciones para el fomento de la corresponsabilidad y el equilibrio de las distintas dimensiones de la vida de sus colaboradores.

Flexibilidad y Adaptabilidad Laboral

SMU promueve la calidad de vida de sus colaboradores, implementando políticas y programas que faciliten la conciliación entre la vida profesional y personal. Dependiendo de la naturaleza de cada cargo, la Compañía ofrece diferentes alternativas de jornadas (parcial y completa) y horarios (diferentes opciones de horario de entrada y salida), además de la posibilidad de realizar teletrabajo en los cargos que sea compatible, bajo un sistema de trabajo hibrido, distribuyendo las labores entre días en las dependencias de la empresa y otros días en teletrabajo.

Adicionalmente, en respuesta a los nuevos requerimientos de la Ley de Conciliación Trabajo y Familia, la Compañía implementó un sistema para que los colaboradores puedan solicitar las medidas de adaptabilidad contempladas en dicha ley. Estas medidas incluyen, por ejemplo, modificaciones transitorias de turnos durante las vacaciones escolares y teletrabajo para personas con niños o niñas menores de 14 años o que tengan a su cargo el cuidado de una persona con discapacidad o en situación de dependencia severa o moderada, entre otras. El otorgamiento de la solicitud tiene como requerimiento que las funciones sean compatibles con el teletrabajo o trabajo a distancia.

SMU acompañó la implementación del sistema con una campaña comunicacional dirigida a colaboradores y sus jefaturas. Para las solicitudes acogidas, se otorgó la modalidad de trabajo híbrido, con asistencia presencial algunos días de la semana.

Colaboradores con pactos de adaptabilidad 2024 (*)

	N°	%
Mujeres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares y con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	**64**	**0,3%**
Hombres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares y con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	**33**	**0,1%**
Total	**97**	**0,4%**

* Las solicitudes recibidas y otorgadas corresponden solamente a personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años, no para trabajadores con otras responsabilidades familiares.

SMU también cuenta con el programa de Personas Cuidadoras, a través del cual, se otorgan permisos a colaboradores que tienen a su cargo a algún familiar que requiere de un cuidado permanente debido a una enfermedad o situación de discapacidad que genera dependencia. Más información en la sección 6.3.4.

Con respecto a la conciliación, en abril de 2023 se promulgó un cambio en la legislación laboral de Chile, con el objeto de reducir la jornada laboral en pro de mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias. La ley contempla una reducción de la jornada de trabajo legal de 45 a 40 horas, de manera paulatina a través de un período de cinco años e iniciando en abril 2024 con una reducción a 44 horas semanales.

Por su parte, SMU ya había tomado la definición de avanzar de manera acelerada con esta iniciativa, reduciendo la jornada laboral directamente a 40 horas semanales para aquellos locales que estén 100% adheridos al modelo operativo que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico. De esta forma, promueve una mejor calidad de vida para sus trabajadores y sus familias.

Dotación por tipo de jornada y género

	Jornada Completa				Jornada Parcial			
	2024		2023		2024		2023	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Mujeres	**10.920**	**45%**	**10.880**	**46%**	**4.719**	**19%**	**4.459**	**19%**
Hombres	**6.514**	**27%**	**6.506**	**28%**	**2.094**	**9%**	**1.705**	**7%**
Total	**17.434**	**72%**	**17.386**	**74%**	**6.813**	**28%**	**6.164**	**26%**

Colaboradores que se acogen a teletrabajo parcial (*)

	2024	2024	2023	2023
	N°	%	N°	%
Mujeres	**608**	**2,5%**	**585**	**2%**
Hombres	**723**	**3,0%**	**696**	**3%**
Total	**1.331**	**5,5%**	**1.281**	**5%**

* SMU cuenta con un sistema de teletrabajo hibrido, distribuyendo las labores entre días en las dependencias de la empresa y otros días desde el lugar que la persona prefiera, para los cargos compatibles. SMU no cuenta con colaboradores con teletrabajo completo.

Descanso Postnatal

En SMU, dentro del marco del sello CERCA y del Modelo de Diversidad e Inclusión, se desarrolla el programa #QueNoSeaTema, sensibilizando a colaboradores y contratistas en temas de corresponsabilidad, mostrando las estadísticas internas e invitándolos a informarse y hacer usos de los beneficios asociados a maternidad y paternidad. Esta guía aborda la corresponsabilidad en materia parental; la normativa legal chilena sobre esta materia; buenas prácticas y consejos asociados a estos beneficios; e iniciativas en pro de la corresponsabilidad, contribuyendo a la promoción de una mejor conciliación de la vida laboral, familiar y personal.

En Chile, la ley establece que la trabajadora embarazada tiene derecho a un descanso de maternidad retribuido con subsidio mensual estatal, permitiéndole ausentarse de su trabajo y considerando tres períodos de descanso:

- **Descanso prenatal**: seis semanas anteriores al parto
- **Descanso postnatal**: 12 semanas posteriores al parto
- **Postnatal parental**: 12 semanas adicionales después de finalizar el descanso postnatal. Este tiempo puede ser cedido en parte por la madre al padre del recién nacido.

Con respecto al padre, la ley establece que tendrá derecho a un permiso pagado de cinco días, el que podrá utilizar a su elección durante el primer mes desde la fecha del nacimiento.

A través de la guía de derechos y beneficios para padres y madres, SMU refuerza materias como:

- Cuidados preventivos a la persona gestante embarazada
- Descanso prenatal
- Fuero Maternal
- Descanso Post Natal y Post Natal Parental
- Permiso Paternal por Nacimiento
- Permiso de Alimentación a hijo(a) menos de 2 años
- Beneficio de Sala Cuna
- Entre otros

Cabe señalar que SMU y sus filiales en el marco a la promoción por la Igualdad de Género y Conciliación del a Vida Laboral, Familiar y Personal, han establecido en forma adicional a lo legal, un sistema de retorno flexible para la madre o persona gestante trabajadora durante el primer mes luego del permiso parental, esto con la finalidad de promover un retorno que le permita conciliar de mejor manera su vuelta al trabajo. Asimismo, el padre trabajador o persona no gestante tendrá derecho a cinco días de permiso adicionales a los cinco días legales los que podrá usar durante el primer año de vida de su hija o hijo.

Por otra parte, en la empresa se implementaron las Guías para Madres y Padres y su Guía de Acogida para Personas Migrantes, en las que se busca informar acerca de los derechos asociados a la maternidad y paternidad e incentivar su uso. Invita a los colaboradores a ser parte de las buenas prácticas de la corresponsabilidad, recordando que esto consiste en la participación equitativa y permanente de ambos progenitores en la crianza de sus hijos o hijas en beneficio de todo el grupo familiar.

En el caso de SMU Perú, se contemplan algunos beneficios por ley:

- **Licencia por maternidad:** Corresponde a una licencia con goce de remuneración emitida a toda colaboradora que cursa con un periodo de maternidad. Esta licencia se activa desde la fecha que estima el Médico tratante (prenatal) hasta cumplir en total 98 días calendario que incluye el periodo post natal. De tener un parto múltiple esta licencia se extiende a 128 días calendario.
- **Horario de lactancia:** Es un beneficio que se activa cuando se termina la licencia por maternidad y se regrese al trabajo. Las madres lactantes tienen derecho a una hora diaria de permiso para dar de lactar, en casa, hasta que el bebé tenga un año de edad. Este permiso podrá incrementarse a 1 hora más al día si el parto fue múltiple.
- **Licencia por paternidad:** Corresponde a una licencia con goce de remuneración emitida al colaborador que cursa con un periodo de paternidad y cubre 10 días calendario desde la fecha de nacimiento del bebé. En el caso de un parto múltiple corresponde a 20 días calendario. De tratarse de una enfermedad congénita del recién nacido o tener una enfermedad terminal o discapacidad severa esta licencia se amplía a 30 días calendario. De tener el caso de complicaciones de salud de la madre “graves” la licencia se amplía a 30 días calendario.

Uso Postnatal (Chile)

	2024			2023		
	Mujeres	**Hombres** (Permiso paternal 5 días)	**Hombres** (Permiso parental 6 semanas)	**Mujeres**	**Hombres** (Permiso paternal 5 días)	**Hombres** (Permiso parental 6 semanas)
Personas con derecho a usar permisos de postnatal	**486**	**123**	**123**	**569**	**165**	**165**
Personas que usaron permisos de postnatal	**486**	**106**	**1**	**569**	**129**	**0**

Porcentaje de personas que usaron postnatal	**100%**	**86,2%**	**0,8%**	**100%**	**78,2%**	**0%**

Uso Postnatal (Perú)

	2024		2023	
	Mujeres	**Hombres** (Permiso paternal 10 días)	**Mujeres**	**Hombres** (Permiso paternal 10 días)
Personas con derecho a usar permisos de postnatal	**19**	**5**	**16**	**16**
Personas que usaron permisos de postnatal	**19**	**5**	**16**	**16**
Porcentaje de personas que usaron postnatal	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Permiso postnatal: Promedio de días utilizados por cargo (Chile)

	Mujeres		**Hombres** (Postnatal paternal 5 días)		**Hombres** (Postnatal parental 6 semanas)	
	2024	**2023**	**2024**	**2023**	**2024**	**2023**
Alta gerencia	N/A	N/A	**8**	N/A	0	N/A
Gerencia	**123**	**168**	**8**	**7**	0	0
Jefatura	**141**	**133**	**9**	**6**	0	0
Operario	**121**	**140**	**6**	**5**	**42**	0
Fuerza de venta	**124**	**139**	**6**	**5**	0	0
Administrativo	**111**	**134**	**5**	**6**	0	0
Otros profesionales	**139**	**141**	**11**	**8**	0	0
Otros técnicos	**108**	**140**	**7**	**5**	0	0

Permiso postnatal: Promedio de días utilizados por cargo (Perú)

	Mujeres		Hombres (Postnatal paternal 10 días corridos)	
	2024	2023	2024	2023
Alta gerencia	N/A	N/A	N/A	N/A
Gerencia	N/A	**95**	N/A	N/A
Jefatura	**62**	**89**	**10**	**10**
Operario	N/A	N/A	N/A	**10**
Fuerza de venta	**69**	**61**	**10**	**10**
Administrativo	N/A	**33**	N/A	**10**
Otros profesionales	**41**	**42**	N/A	**10**
Otros técnicos	**41**	**46**	**10**	**7**

6.4.2
PROGRAMA BIEN ESTAR

En 2024, el programa Bien Estar continuó con suobjetivo de fomentar hábitos saludables, promoviendo el autocuidado y transfiriendo información relevante a las personas respecto de la prevención de enfermedades.

Este programa busca facilitar el acceso a información relacionada a dónde y cómo deben atenderse las personas, información sobre las coberturas AUGE, y atender también problemáticas emergentes en materia de salud, trabajando en tres ejes: Prevención en Salud Física, Dimensión Salud Mental y Dimensión cuidados personales y hábitos saludables. A través de charlas, conversatorios y convenios, en estos tres ejes se abordaron temas como la prevención del cáncer; el fomento de la actividad física; el manejo de la ansiedad; la salud emocional; la vida en pareja; el cuidado de la masa muscular; y la alimentación saludable, entre otros.

6.4.3
PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE VIOLENCIA INTRAFAMILIAR (VIF)

En SMU y filiales se ha desarrollado un Programa de Prevención de Violencia Intrafamiliar, que considera la realización de charlas que se han llevado a cabo en conjunto con el Servicio Nacional de la Mujer (SernamEG) y ONU Mujeres Chile.

Asimismo, se ha dispuesto un instrumento de autodiagnóstico para dar visibilidad del tema y entregar herramientas a las personas para que puedan identificar si se encuentran ellas o alguien de su círculo cercano en alguna situación que puede ser violenta.
En esta misma línea, el equipo de Asistentes Sociales ha sido formado en el manejo de casos de VIF, por lo que cuentan con herramientas pertinentes para acompañar estos casos y realizar la derivación respectiva.

6.4.4
BENEFICIOS

En SMU se promueve la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de la mano de nuestra guía de corresponsabilidad, donde las personas pueden acceder a información relevante en materia de beneficios para ellas y sus familias, asociados a temas de salud y vida saludable, beneficios de más tiempo para compartir en familia, actividades recreativas, beneficios económicos como descuentos en compras y pagos de bonos, sumados a los beneficios otorgados por las cajas de compensaciones vigentes (nacimiento, matrimonio, escolaridad, entre otros).

A nivel de filiales se establecen beneficios adicionales pactados a través de instrumentos colectivos suscritos con las organizaciones sindicales, donde se abordan materias de: Aguinaldos, Fiestas de fin de año, beneficios para hijos en edad escolar y otros bonos y beneficios particulares de cada organización.

Principales Beneficios SMU Chile

Beneficio[15]	Descripción
Seguros	Seguro complementario de salud, seguro dental, seguro catastrófico, seguro de vida y descuentos en farmacias y en centros dentales, pago de bono por defunción de cónyuge e hijos.
Aportes económicos	Giftcard de Fiestas Patrias y de Navidad, ayudas sociales.
Fiesta de Navidad	Fiesta de fin de año para los hijos de colaboradores de hasta 12 años de edad
Regalo de Navidad	Entrega un Regalo de Navidad a los hijos de los colaboradores y colaboradoras menores de hasta 12 años de edad
Sala cuna	Convenios con salas cuna en todo el país.
A través de la caja de compensación respectiva	Descuentos en centros educacionales, becas en efectivo para los colaboradores y para sus hijos, cuota por fallecimiento del cónyuge, conviviente o hijo; bono de nacimiento y bono de matrimonio o acuerdo de unión civil. acceso a centros vacacionales y recreativos
Convenios	Convenios en rubros de educación, salud, gimnasios, recreación, comercio, que permitan acceder a servicios y productos con condiciones preferentes y precios convenientes para colaborador y grupo familiar.
Medidas de conciliación de la vida laboral, personal y familiar	Retorno flexible de permiso postnatal para madres, postnatal adicional para padres, así como tiempo libre disponible para gestiones de índole personal como acompañamiento de progenitores a controles médicos, reuniones de apoderados, asistencia a veterinario de mascotas u otros.
Red de asistentes sociales	Acceso a asistentes sociales, cuyo rol es acompañar, apoyar y orientar a todos los colaboradores en sus requerimientos más específicos.

[15] Los beneficios detallados son incompatibles con otros beneficios de igual o similar naturaleza que entregue la Compañía al Trabajador, cualquiera que sea su origen.

Principales Beneficios SMU Perú

Beneficio	Descripción
Salud	Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) –
Seguro de Vida Ley	En Perú no es obligatorio por el giro del negocio, siendo un beneficio adicional que cubre accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, invalidez y muerte por accidentes o enfermedades laborales.
Aportes económicos	Aguinaldo de Navidad (vale de compras).

6.5 RELACIONES LABORALES

SMU cuenta con un enfoque integral en las relaciones laborales, con una gestión que aborda a sus colaboradores directos y, a la vez, a empresas contratistas, dentro un marco de capacitación y comunicación permanente, orientado al cumplimiento de las disposiciones legales, laborales y previsionales y con un apego irrestricto al Código de Ética y Conducta de Negocios de la Compañía, buscando asegurar el mantener relaciones permanentes en un marco de respeto, calidad y confianza, respetando su compromiso con los derechos humanos en la empresa. La Compañía procura compartir buenas prácticas con empresas contratistas con las que se relaciona y con sus colaboradores.

6.5.1 RELACIÓN CON SINDICATOS

El respeto por los derechos y garantías de todos los trabajadores y sus organizaciones es un valor fundamental en SMU. La Compañía cuenta con una política de puertas abiertas hacia las organizaciones sindicales, con prácticas que fomentan la comunicación transparente, el respeto y la confianza, propiciando generar ambientes de trabajo armónicos y saludables, lo que finalmente se traduce en mayor compromiso y colaboración.

En 2024, SMU Chile cuenta con más de 16 mil colaboradores sindicalizados, representados por más de 125 organizaciones sindicales, con una tasa de sindicalización que alcanza el 68,6% de la dotación. En este contexto, hubo 35 procesos de negociación colectiva, impactando a una dotación total de 7.687 trabajadores, logrando proceso de cierre con una vigencia promedio de 35,3 meses, donde el máximo legal es de 36 meses. Lo anterior se llevó a cabo con solo un registro de huelga legal efectiva, cuya duración fue de tres días. Sin embargo, el local siguió funcionando con las adecuaciones necesarias contempladas en la ley durante dicho proceso, por lo que no se registraron interrupciones ni días de inactividad. Por su parte, SMU Perú no cuenta con organizaciones sindicales. A nivel consolidado, la tasa de sindicalización de SMU es de 66,4%.

En Chile, la Compañía cuenta con un modelo de relacionamiento con organizaciones sindicales, el que asegura un proceso de comunicación constante, basado en reuniones periódicas que permiten avanzar en el seguimiento y respuesta de los compromisos e inquietudes. Para SMU el rol de las organizaciones sindicales y sus dirigentes sindicales es clave en la búsqueda de acuerdos a través del cual asegura la armonía de sus espacios de trabajo, siempre en un marco de respeto, tanto de la autonomía de las organizaciones como de la normativa laboral vigente. Esto se refleja en que, durante 2024, el 65,7% de los procesos de negociación se cerró en acuerdo antes de las instancias de mediación obligatoria frente a la Dirección del Trabajo; 31% se cerró dentro del proceso de negociación; y se registró solo una huelga efectiva.

6.5.2
PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

La gestión de proveedores y contratistas en SMU se rige por su Código de Ética y Conducta de Negocios, así como por la Declaración de Abastecimiento Responsable y el Manual de Proveedores No Retail. Estas políticas definen los estándares laborales que son exigidos a estos proveedores, por ejemplo, que el respeto a la libertad de expresión, de asociación y derecho a la negociación colectiva es una prerrogativa irrenunciable de todo trabajador del Proveedor No Retail de SMU. Otro tema relevante es asegurar espacios de trabajo libres de toda forma de discriminación y acoso, promoviendo los canales de denuncia y consulta interna a los que los trabajadores externos pueden acceder. Finalmente, se busca fomentar que las empresas externas de proveedores No Retail promuevan internamente equipos de trabajo diversos, garantizando las mismas oportunidades entre sus trabajadores, erradicando actos u omisiones discriminatorios, así como también, velando por evitar actos o acciones que puedan poner en riesgo la vida y salud del personal contratista que se desempeña en nuestras instalaciones.

Es importante señalar que SMU cuenta con un Reglamento Especial para Empresas Contratistas, cuyo objetivo es velar por el cumplimiento de las disposiciones Ley N°16.744 sobre la gestión de la seguridad y salud en el lugar de trabajo, donde se da a conocer la política de prevención de riesgos, se informan los requerimientos de acceso a las instalaciones para evitar accidentes, se detallan las normas de cumplimiento y resguardo laboral, estableciendo las obligaciones y prohibiciones tanto para empresas contratistas como para trabajadores y trabajadoras de las mismas, finalmente se entrega un detalle con la obligación de informar los riesgos laborales y procedimientos de verificación, los que permiten velar por la vida y salud de todas personas que se desempeñan al interior de las instalaciones.

Certificación Laboral y Previsional

De acuerdo a su Procedimiento de Certificación Laboral y Previsional, SMU realiza el seguimiento mensual del cumplimiento laboral y previsional de las empresas contratistas, subcontratistas y empresas de servicios transitorios (EST). Durante 2024, la Compañía trabajó con un total de 231 empresas contratistas, subcontratistas y EST, las que agrupaban a 8.112 trabajadores en promedio mensualmente. Las áreas de servicio con mayor

representación están en los rubros seguridad (40%); aseo (27%); transporte (8%); panadería (6%); EST (6%); mantención (3%); E-commerce (2%); y otros (8%).

Al cierre de diciembre 2024, se registran 84 retenciones de pago a empresas contratistas con la finalidad de resguardar el cumplimiento de las obligaciones laborales, de seguridad y previsionales de los trabajadores de empresas contratistas. En estos casos, se genera un plan de regularización que se trabaja mensualmente junto a los encargados de servicio de SMU, la empresa certificadora y cada una de las empresas externas que presentaron observaciones y retención.

6.6 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

SMU busca ofrecer un entorno laboral seguro y saludable, minimizando riesgos de accidentes y otros eventos perjudiciales para las personas. La Política de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Compañía aborda de manera integral los aspectos preventivos en el ámbito laboral, estableciendo directrices claras para su Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, el que se enfoca en el bienestar físico y psicológico de colaboradores, contratistas y proveedores. Además, busca fomentar una sólida cultura de prevención de riesgos, en que todos contribuyen a la calidad del servicio, el incremento de la productividad y la continuidad de las operaciones.

La Política de Seguridad y Salud en el Trabajo de SMU establece los siguientes compromisos:

- Proporcionar condiciones de trabajo seguras y saludables para todos los colaboradores, cumpliendo con la legislación vigente nacional en materia de seguridad y salud en el trabajo, así como las normativas internas de la Compañía, a través de la difusión, capacitación, implementación y seguimiento de programas, políticas y procedimientos de seguridad y salud.
- Identificar los peligros y evaluar los riesgos con el propósito de establecer controles preventivos en los procesos de la organización a través de planes de acción, programas de trabajo, procedimientos e instructivos, entre otros.
- Evaluar el Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el trabajo con el objetivo de mejorar continuamente su desempeño preventivo.
- Promover y mantener instancias de consulta y participación de los colaboradores o sus representantes en materia de seguridad y salud en el trabajo.
- Garantizar el establecimiento de objetivos y metas del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, generando un marco de implementación y evaluación del desempeño para el monitoreo de su cumplimiento. Las metas se definen anualmente (más información en sección 6.6.2 Indicadores de Incidentes).

De estos compromisos se desprende la matriz de identificación de peligros y evaluación de los riesgos con sus respectivos controles, la cual da origen al Programa Anual de Seguridad y Salud en el Trabajo; procedimientos de trabajo seguro; inspecciones; y capacitaciones, entre otros elementos de gestión.

Para el éxito de esta Política y el logro de un trabajo libre de accidentes y enfermedades profesionales, el compromiso activo y permanente de cada colaborador es fundamental. En esta línea, la gestión de seguridad laboral de SMU se enmarca en su sello cultural CERCA, promoviendo un entorno valórico que impulsa a que los colaboradores sean los protagonistas de la prevención.

6.6.1 SISTEMA DE GESTIÓN DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

La gestión de la salud y seguridad laboral en SMU tiene un enfoque preventivo, dirigido a mantener el cuidado de la vida de las personas y dar soporte a la continuidad operacional. Dado ese objetivo, y en cumplimiento con la normativa vigente, la Compañía ha implementado un Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en sus operaciones en Chile y Perú, cubriendo el 100% de los colaboradores internos y del personal de empresas contratistas que desempeñan funciones en las dependencias de la Compañía.

En SMU Chile, el servicio de salud y prevención de los riesgos existentes en los lugares de trabajo es apoyado por personal del Instituto de Seguridad del Trabajo (IST), que cuenta con una vasta experiencia y equipos de especialistas que cubren todo el país, a fin de promover, en conjunto a SMU y sus colaboradores, una cultura laboral basada en la seguridad.

La Compañía reitera y promueve permanentemente la importancia del control de los riesgos, realizando actividades preventivas para implementar la gestión del riesgo, como por ejemplo, visitas técnicas periódicas a todas las instalaciones, con el objetivo de supervisar los factores de higiene y seguridad. Se busca detectar, eliminar o minimizar los riesgos laborales, proteger la integridad física, tanto de colaboradores como de clientes, y salvaguardar los bienes materiales de la empresa.

SMU cuenta con una plataforma digital donde se registran estas visitas, especificando si corresponden a inspecciones generales o de seguimiento de desviaciones encontradas, y detallando los hallazgos. También se registran contingencias operativas, como asaltos, fiscalizaciones, accidentes, amagos de incendio; realización de simulacros de emergencia; y capacitaciones en terreno, entre otros.

Tanto en Chile como en Perú, la Compañía cuenta con un seguro que cubre a sus colaboradores en caso de accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales.

Contratistas

Los contratistas y otros proveedores no retail deben cumplir con el Manual de Proveedores No Retail de SMU, el que establece que estos proveedores deben:

i) Ofrecer a sus trabajadores un entorno laboral seguro y con las condiciones de salubridad que ha establecido la autoridad y acorde con los peligros y riesgos específicos de cada actividad;

ii) Tomar las medidas adecuadas para prevenir la ocurrencia de accidentes laborales y/o enfermedades profesionales, entregando los respectivos implementos de protección y seguridad que garanticen las condiciones mínimas de seguridad en el trabajo.

iii) Recibir la capacitación idónea en materia de seguridad y salud de forma tal que puedan identificar los riesgos asociados a la actividad y al entorno laboral y las prácticas necesarias para minimizarlos.

Asimismo, se exige a los contratistas contar con una póliza de seguros de accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales (Perú) y la adherencia a algún organismo mutual o organismo del estado dentro del seguro laboral (Chile).

Cobertura Sistema de Gestión de Salud y Seguridad Operacional 2024

	Chile		Perú	
	N°	%	N°	%
Colaboradores de SMU cubiertos por el sistema	**23.483**	**100%**	**764**	**100%**
Empleados de empresas contratistas cubiertos por el sistema	**8.112**	**100%**	**123**	**100%**
Total cobertura colaboradores y contratistas	**31.595**	**100%**	**887**	**100%**

6.6.1.1 IDENTIFICACIÓN DE PELIGROS Y EVALUACIÓN DE RIESGOS

Para detectar los potenciales riesgos se elabora, actualiza y revisa la matriz para la identificación de peligros y evaluación de riesgos (IPER), considerando cada una de las tareas de los procesos operacionales. La gerencia de prevención de riesgos en conjunto con operaciones, tanto de locales como de centros logísticos son responsables de su diseño y actualización continua para asegurar que el proceso cuente con la incorporación oportuna de controles preventivos más efectivos y eficientes de los riesgos inherentes de las tareas.

Producto de esta evaluación y análisis, se priorizan los riesgos, identificando y clasificando de los más significativos, considerando su impacto potencial y la probabilidad de ocurrencia. Una vez identificados, se establecen planes de acción específicos y medibles, con indicadores clave de desempeño, permitiendo una evaluación precisa de su efectividad a lo largo del tiempo.

La priorización e integración de estos planes no solo contribuyen a la gestión proactiva de riesgos, sino que también fortalecen la resiliencia y sostenibilidad de la organización, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informada y la mejora continua en la gestión integral de riesgos.

Los riesgos son revisados de forma anual, y adicionalmente, se revisan cada vez que ocurra un accidente del trabajo; cuando los procesos sufran modificaciones relevantes; y cuando un colaborador o colaboradora identifica un riesgo nuevo.

Además de la revisión anual, se hace seguimiento permanente de indicadores estadísticos y del nivel de cumplimiento de las condiciones adecuadas de higiene y seguridad, lo cual permite evaluar los avances en la mitigación y prevención de los riesgos de salud y seguridad con respecto a las metas definidas por la Compañía.

Identificación de riesgos por parte de colaboradores

Como parte de la cultura de la prevención en SMU, los colaboradores tienen un rol fundamental en promover las buenas prácticas en materia de salud y seguridad laboral, lo que incluye reportar peligros o situaciones de peligro que detecten durante su jornada laboral. Asimismo, cada colaborador tiene el derecho y obligación de negarse a realizar actividades que no sean compatibles con su función, tareas en las que no estén capacitados o si existiera alguna condición insegura para el desarrollo de sus labores.

Ante estas situaciones, los colaboradores deben notificar a su jefatura, comité paritario o área de prevención de riesgos, para tomar las acciones necesarias de control y corrección. Estos procesos son informados a cada colaborador al momento de incorporarse en la Compañía, a través de la inducción sobre seguridad y salud en el trabajo y la entrega del reglamento interno de orden, higiene y seguridad.

Los procesos antes mencionados son apoyados a través de herramientas y dispositivos tecnológicos para la inspección rutinaria por parte del área de prevención de riesgos en las instalaciones, permitiendo levantar condiciones de riesgos, notificar a los responsables para gestionar las mejoras y prevenir accidentes del trabajo y enfermedades profesionales. El comité paritario también actúa como una instancia más para detectar peligros que puedan provocar accidentes del trabajo, esto se reporta en la reunión mensual que realizan, se notifica al encargado de cada instalación y a prevención de riesgos para gestionar las mejoras correspondientes.

La protección de la seguridad y salud en el trabajo forma parte del Código de Ética y Conducta de Negocios de SMU, el que establece que cada colaborador es responsable de contribuir en todo momento a que el lugar de trabajo sea seguro y saludable, mediante el cumplimiento de las normas, políticas, procedimientos y prácticas de seguridad y salud, así como de informar oportunamente a su superior jerárquico acerca de accidentes, lesiones y equipos defectuosos, prácticas y eventuales condiciones inseguras en el lugar de trabajo. El Código de Ética también estipula la importancia de crear un ambiente laboral en el que cada uno pueda presentar sus inquietudes sobre temas de ética incluidos en este Código, o de otra índole, sin temor a represalias. Si un colaborador considera que ha experimentado represalias, debe informar inmediatamente este hecho a través de los canales estipulados por la organización.

Situaciones de emergencia

Es crucial comprender y fortalecer la administración del riesgo de desastres para gestionar de manera efectiva dicho riesgo y mejorar la preparación ante posibles emergencias. Esta acción no solo busca una respuesta eficaz en situaciones de desastre, sino también contribuir en los ámbitos de la recuperación, rehabilitación y reconstrucción.

El área de prevención de riesgos de SMU ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de los riesgos de desastres, identificando y evaluando tanto los aspectos legales como técnicos relacionados con la gestión del riesgo de desastres en los lugares de trabajo.

Además, el Sistema de Gestión integra en sus procedimientos y acciones orientadas a la prevención y mitigación de situaciones de emergencia, que permitan responder y controlar de manera eficiente cada una de ellas. Una de las principales actividades son los ejercicios de simulacros en cada centro de trabajo a lo menos una vez al año. Además, se realizan controles o inspecciones de los equipamientos de respuesta ante emergencias, tales como: extintores, red húmeda, pulsadores, desfibriladores, etc., además del entrenamiento específico para cada uno de los colaboradores.

Ante situaciones de emergencia, la Compañía también tiene un compromiso constante hacia la seguridad y salud mental de los trabajadores, lo que se ha traducido en acciones concretas, como programas de apoyo emocional y liderazgo adaptativo, contenciones emocionales presenciales y telefónicas, así como la realización de talleres de cuidado mutuo en locales críticos. En Chile lo anterior se desarrolla en conjunto con el IST, y en SMU Perú se desarrolla como parte de las actividades del programa anual de SST.

Control interno

Como parte de su enfoque preventivo, el Sistema de Gestión de Salud y Seguridad Laboral de SMU considera inspecciones internas de las instalaciones, realizadas por el área de prevención de riesgos y auditorías realizadas por el área de auditoría interna.

Periódicamente se realizan inspecciones de seguridad en cada uno de los centros de trabajo por medio de herramientas tecnológicas, que permiten identificar condiciones subestándares de seguridad, gestionar sus mejoras y hacer seguimiento y cierre de sus respectivas medidas de control.

Auditoría Interna Sistema de Gestión de Salud y Seguridad 2024

	Chile		Perú	
	N°	%	N°	%
Colaboradores de SMU cubiertos por el sistema y que ha sido objeto de auditorías internas	**8.903**	**38%**	**764**	**100%**
Empleados de empresas contratistas cubiertos por el sistema y que ha sido objeto de auditorías internas	**6.018**	**74%**	**92**	**75%**
Total cobertura colaboradores y contratistas	**14.921**	**47%**	**856**	**97%**

Verificación independiente

En forma continua se revisan las actividades y tareas que se realizan en la empresa, a través de herramientas formales, tales como: identificación de peligros, listas de verificación, levantamiento técnico legal, etc. Las revisiones son llevadas a cabo por los organismos

administradores de la seguridad y salud en el trabajo en cada país y aportan una mirada objetiva y externa de cómo se están ejecutando las tareas y su nivel de cumplimiento técnico y legal.

Investigación de Incidentes

SMU cuenta con un procedimiento integral de investigación de accidentes, el cual se activa de forma inmediata con el objetivo de determinar las causas subyacentes de un evento. Esta iniciativa tiene como finalidad generar medidas de control pertinentes, las cuales se comunican a los responsables de la instalación para su pronta corrección, contribuyendo así a evitar la repetición de situaciones similares en el futuro.

La investigación de accidentes se lleva a cabo mediante la recopilación meticulosa de diversos antecedentes, tales como la declaración del colaborador afectado y/o testigos, análisis de videos y fotografías, revisión de procedimientos de trabajo, evaluación de capacitación, cumplimiento normativo, o cualquier otro medio de respaldo que facilite un análisis exhaustivo de los hechos acontecidos. Se consideran dos procesos investigativos formales autónomos e independientes: uno corresponde al del comité paritario y otro al de la empresa. Ambos casos son asesorados por el departamento de prevención de riesgos.

La implementación de las medidas de control después del accidente requiere un seguimiento activo, el cual se lleva a cabo con el respaldo del comité paritario, el equipo de prevención de riesgos y el responsable de la instalación.

Los accidentes laborales con características de mayor significancia se investigan bajo la circular sobre accidentes del trabajo graves y/o fatales. En estos casos se emplea la metodología del árbol de causas. Este enfoque permite identificar tanto los factores directos que desencadenaron el accidente como posibles causales de naturaleza organizativa, a menudo ubicadas en el origen del problema. Este análisis profundo facilita la adopción de medidas preventivas más efectivas y contribuye a la mejora continua en materia de seguridad laboral.

6.6.1.2 CAPACITACIÓN

La capacitación en seguridad y salud ocupacional es un pilar fundamental dentro del enfoque preventivo de la gestión de SMU, permitiendo generar conciencia y contribuir a la reducción de los incidentes. Las áreas de capacitación se definen de acuerdo con las necesidades de cada cargo, y durante 2024 incluyeron:

Chile	Perú
• Uso y manejo de extintores.	• Notificación de accidentes e incidentes
• Emergencia y evacuación.	• Importancia de la ergonomía en el trabajo (personal administrativo y operativo)
• Uso de máquinas críticas.	• Importancia de la prevención de factores de riesgo psicosociales y manejo de estrés.
• Comités paritarios.	• Primeros auxilios y uso de extintores.
• Prevención trabajo en altura.	• Brigadas de emergencia.
• Riesgos psicosociales y manejo de estrés.	• Uso de equipos críticos.
• Manejo manual de cargas.	• Prevención trabajo en altura.
• Trastornos musculoesqueléticos.	• Manejo manual de cargas.
• Radiación UV.	• Primeros auxilios.
• Primeros auxilios.	• Uso de elementos de protección personal.
• Uso de elementos de protección personal.	• Capacitación de temas preventivos de salud.

6.6.1.3 PROMOVIENDO LA SALUD

Servicios de salud ocupacional

En el caso de SMU Chile, en cumplimiento con las disposiciones legales, la Compañía y las empresas contratistas trabajan con una mutualidad, la que es fiscalizada por la Superintendencia de Seguridad Social para garantizar la calidad y cumplimiento de la cobertura. Dentro de las prestaciones que brindan las mutualidades, se destaca la asistencia preventiva, médica y económica por accidentes del trabajo y enfermedades profesionales. Adicionalmente, con el propósito de evitar accidentes del trabajo o enfermedades profesionales, realizan la identificación de peligros y evaluación de riesgos durante sus visitas a instalaciones. Se facilita el acceso a los servicios de la mutualidad a través de su página web, donde se ponen a disposición cursos, fichas técnicas y preventivas e información general de seguridad, además de información de horarios y ubicación de centros de atención.

En el caso de SMU Perú, por norma, las empresas deben contar con un médico ocupacional, que tiene como función fundamental trabajar en la prevención de enfermedades profesionales. Dicho profesional trabaja de manera conjunta con el área de salud y seguridad

en el trabajo en la elaboración de la matriz de riesgos, diseño de controles y seguimiento de accidentes, entre otras labores. Para facilitar el acceso de los trabajadores a los servicios, en su proceso de inducción reciben una capacitación por parte del área médica sobre los procesos de notificación de estados prepatológicos, accidentes y situaciones similares.

Servicios médicos y de cuidado de la salud

Además de los servicios de salud ocupacional, SMU promueve la salud y bienestar de sus colaboradores a través de su programa BienEstar, el que tiene el objetivo de fomentar hábitos saludables y el autocuidado a través de tres ejes: prevención en salud física, dimensión de la salud mental y dimensión de los cuidados personales y hábitos saludables. La Compañía también ofrece un conjunto de beneficios relacionados con la salud. Para más información, ver sección 6.4 Beneficios y Bienestar.

Salud mental

La gestión de factores psicosociales y de la salud mental forma parte del cuidado del seguridad y salud en el trabajo en SMU, incluyendo evaluaciones, herramientas de apoyo emocional y capacitaciones orientadas a desarrollar competencias comunicacionales, relacionales y de liderazgo que contribuyen a ambientes de descompresión emocional e instalan habilidades de cuidado mutuo. Durante 2024, en SMU Chile se evaluaron un total de 165 centros de trabajo de manera satisfactoria, y donde participaron 7.456 colaboradores. En Perú, se realizó el monitoreo de los factores de riesgo psicosocial en aquellas tareas de operación, teniendo una participación de 627 colaboradores.

Protección de datos personales

La protección de datos personales de salud forma parte del modelo de protección de datos de SMU. Resguardar la confidencialidad de estos datos es una obligación tanto en Chile como en Perú. Adicionalmente, la utilización de información relacionada con el uso de servicios de salud en el trabajo para dar un trato favorable o desfavorable a los colaboradores constituiría, por una parte, un uso ilegal de la información y, por otra, un acto ilegal de discriminación. Si un colaborador considera que se ha hecho mal uso de sus datos personales, lo debe informar a través del Canal de Denuncias y Consultas de SMU.

6.6.1.4 PARTICIPACIÓN DE COLABORADORES

Comités Paritarios

Uno de los protagonistas relevantes en materia de prevención de riesgos son los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad (CPHS) en Chile, y el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, en Perú. En ambos casos están compuestos por tres representantes de la empresa y tres representantes de los trabajadores, siendo estos últimos elegidos mediante votación directa y secreta, donde participan todos los colaboradores. La función de cada comité es: asesorar e instruir sobre la correcta utilización de los instrumentos de protección, ya sean personales, equipos, maquinarias, etc.; vigilar el cumplimiento de las medidas de prevención, higiene y seguridad; investigar los accidentes del trabajo para obtener aprendizajes y evitar su repetición; levantar las condiciones de riesgos con seguimiento a las mejoras; y promover la realización de cursos orientados a seguridad y salud laboral. Los miembros de estos comités, en ambos países, son capacitados para poder cumplir con estas responsabilidades específicas.

Su programa de trabajo se enfoca en el desarrollo de inspecciones de las instalaciones, charlas de seguridad, investigación de accidentes y promoción de las buenas prácticas en el ámbito psicosocial y ergonómico. El trabajo realizado por los CPHS ha permitido mejorar procesos productivos e infraestructura, todo con la finalidad de prevenir accidentes y mitigar riesgos.

Resumen Sistema de Gestión de Seguridad y Salud

Sistema de Gestión de Seguridad y Salud	Chile	Perú
Evaluaciones de riesgos y peligros de salud y seguridad para identificar qué podría causar daño en el lugar de trabajo	SÍ	SÍ
Priorización e integración de planes de acción con metas cuantificadas para abordar estos riesgos	SÍ	SÍ
Integración de acciones de preparación y respuesta ante situaciones de emergencia	SÍ	SÍ
Evaluación del progreso en la reducción / prevención de problemas / riesgos de salud con respecto a los objetivos	SÍ	SÍ

6.6.2 INDICADORES DE INCIDENTES

En 2024 los indicadores de incidentes se mantuvieron relativamente estables con respecto a 2023, con un leve incremento en el indicador de gravedad, debido a las variables sociales externas al negocio que impactaron negativamente desde la perspectiva de los eventos de control de seguridad en las salas, en desmedro de los elementos de gestión preventivos desarrollados.

El monitoreo de indicadores de seguridad laboral permite evaluar patrones de comportamiento, identificar factores de riesgos, medir el impacto de las iniciativas implementadas y así reducir la incidencia de accidentes laborales, beneficiando tanto a los trabajadores como al funcionamiento general de la Compañía.

Mediante el análisis continuo de indicadores de accidentabilidad, la matriz de riesgos y la generación o actualización de programas de trabajo, se lleva a cabo la planificación de medidas tomadas o proyectadas para la eliminación o minimización de riesgos laborales asociados al desarrollo del trabajo. Asimismo, se definen metas cuantitativas, de acuerdo a lo establecido en la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo, para medir la efectividad de las medidas implementadas.

Durante 2024, se tomaron las siguientes medidas de control preventivo:

- Eliminación/mitigación de condiciones de peligro, tales como: pisos resbaladizos, superficies en desnivel, equipos defectuosos, etc.
- Ejecución de campañas comunicacionales preventivas de seguridad y salud laboral en terreno.
- Información oportuna de los riesgos asociados a las actividades del trabajo.
- Inspecciones y observaciones preventivas de seguridad.
- Evaluaciones preventivas y correctivas de puestos de trabajo (evaluaciones físicas y de higiene).
- Entrega, disposición y recambio de equipos, herramientas y elementos de protección personal (zapatos de seguridad, cascos, guantes, arnés de seguridad, entre otros).
- Reforzamiento de canales de comunicación y tecnologías de difusión de información.
- Programas de contención emocional.

SMU monitorea los principales tipos de lesiones que se registran, identificando riesgos específicos para cada unidad de trabajo. En el caso de Chile, los principales tipos de accidentes que ocurren dentro de la empresa incluyen: cortes, golpes, dolencias musculares y caídas desde el mismo nivel o desnivel, mientras que, en Perú, son: golpes y caídas desde el mismo nivel.

Seguridad Laboral Colaboradores

CHILE		2024	Meta 2024	2023
Número de fatalidades	Hombre	0	0	0
	Mujer	0	0	0
	Total	0	0	0
Tasa de accidentabilidad *(número de accidentes/promedio de trabajadores) *100*	Hombre	3,4		3,4
	Mujer	3,4		3,5
	Total	3,4	3,7	3,5
Tasa de siniestralidad *(días perdidos año/promedio de trabajadores) *100*	Hombre	50,7		51,3
	Mujer	59,5		59,9
	Total	56,4	62,0	57,7
Promedio de días perdidos por accidentes *(días perdidos año/ número de accidentes)*	Total	16,6	16,7	16,4
Tasa de frecuencia *(total accidentes/millón de horas trabajadas)*	Total	22,7	24,8	22,4
Tasa de gravedad *(total días perdidos año /millón de horas trabajadas)*	Total	376,9	413,9	365,9
Tasa de días de ausencia por cada 200 000 horas trabajadas *(días perdidos año/HH año) *200.000*	Total	75,4	82,8	73,2

* La diferencia respecto a la cifra informada en la memoria integrada 2023 corresponde a casos recalificados por parte del sistema mutual o la autoridad.

PERÚ		2024	Meta 2024	2023
Número de fatalidades	Hombre	0	0	0
	Mujer	0	0	0
	Total	0	0	0
Tasa de accidentabilidad *(número de accidentes/promedio de trabajadores) *100*	Hombre	0,0		0,5
	Mujer	0,9		0,6
	Total	0,4	2,0	0,6
Tasa de siniestralidad *(días perdidos año/promedio de trabajadores) *100*	Hombre	0,0		2,0
	Mujer	2,7		1,5
	Total	1,3		1,8
Promedio de días perdidos por accidentes *(días perdidos año/ número de accidentes)*	Total	3,0	14,0	3,2
Tasa de frecuencia *(total accidentes/millón de horas trabajadas)*	Total	1,7		2,2
Tasa de gravedad *(total días perdidos año /millón de horas trabajadas)*	Total	5,1		7,3
Tasa de días de ausencia por cada 200 000 horas trabajadas *(días perdidos año/HH año) *200.000*	Total	1,0		1,4

* La diferencia respecto a la cifra informada en la memoria integrada 2023 corresponde a casos recalificados por parte del sistema mutual o la autoridad.

CHILE Y PERÚ		2024	Meta 2024	2023
Número de fatalidades	Hombre	0	0	0
	Mujer	0	0	0
	Total	0	0	0
Tasa de accidentabilidad *(número de accidentes/promedio de trabajadores) *100*	Hombre	3,2		3,3
	Mujer	3,4		3,5
	Total	3,3	3,7	3,4
Tasa de siniestralidad *(días perdidos año/promedio de trabajadores) *100*	Hombre	48,3		48,9
	Mujer	58,2		58,8
	Total	54,8	60,1	56,0
Promedio de días perdidos por accidentes *(días perdidos año/ número de accidentes)*	Total	16,5	16,4	16,3
Tasa de frecuencia *(total accidentes/millón de horas trabajadas)*	Total	21,7	23,6	21,4
Tasa de gravedad *(total días perdidos año /millón de horas trabajadas)*	Total	358,7	393,6	349,1
Tasa de días de ausencia por cada 200 000 horas trabajadas *(días perdidos año/HH año) *200.000*	Total	71,7	78,7	69,8

Seguridad Laboral Contratistas

Contratistas	2024	2023
Número de fatalidades	1	1
Tasa de accidentabilidad *(número de accidentes/promedio de trabajadores) *100*	5,6	5,4
Tasa de siniestralidad *(días perdidos año/promedio de trabajadores) *100*	42,1	45,8
Tasa de frecuencia *(total accidentes/millón de horas trabajadas)*	20,8	30,5
Tasa de gravedad *(total días perdidos año /millón de horas trabajadas)*	155,5	259,8

Salud Ocupacional

Chile Enfermedades Profesionales		2024	2023
Trabajadores con enfermedades ocupacionales	Hombre	**2**	**2**
(número de personas)	Mujer	**15**	**4**
Trabajadores con enfermedades ocupacionales *(total enfermedades profesionales /millón de horas trabajadas)*	Total	**0,50**	**0,17**
Trabajadores con enfermedades ocupacionales *(número de enfermedades profesionales /promedio de trabajadores) *100*	Total	**0,11**	**0,03**

*La diferencia respecto a la cifra informada en la memoria integrada 2023 corresponde a casos recalificados por parte del sistema mutual o la autoridad

Perú Enfermedades Profesionales		2024	2023
Trabajadores con enfermedades ocupacionales	Hombre	**0**	**0**
(número de personas)	Mujer	**0**	**0**
Trabajadores con enfermedades ocupacionales *(total enfermedades profesionales /millón de horas trabajadas)*	Total	**0,00**	**0,00**
Trabajadores con enfermedades ocupacionales *(número de enfermedades profesionales /promedio de trabajadores) *100*	Total	**0,00**	**0,00**

*La diferencia respecto a la cifra informada en la memoria integrada 2023 corresponde a casos recalificados por parte del sistema mutual o la autoridad

Chile y Perú Enfermedades Profesionales		2024	2023
Trabajadores con enfermedades ocupacionales	Hombre	**2**	**2**
(número de personas)	Mujer	**15**	**4**
Trabajadores con enfermedades ocupacionales *(total enfermedades profesionales /millón de horas trabajadas)*	Total	**0,47**	**0,16**
Trabajadores con enfermedades ocupacionales *(número de enfermedades profesionales /promedio de trabajadores) *100*	Total	**0,07**	**0,03**

*La diferencia respecto a la cifra informada en la memoria integrada 2023 corresponde a casos recalificados por parte del sistema mutual o la autoridad

6.7 NUESTRA GENTE: INDICADORES

Dotación por país y cargo al 31.12.2024

	Supermercados Chile	Supermercados Perú	Total
Alta Gerencia	13	1	14
Gerencia	220	27	247
Jefatura	783	46	829
Operario	10.754	42	10.796
Fuerza de Venta	7.230	480	7.710
Administrativo	719	32	751
Otros Profesionales	759	58	816
Otros Técnicos	3.005	78	3.084
Dotación Total	**23.483**	**764**	**24.247**

Dotación por cargo y género

	2024			2023		
Cargo	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Alta Gerencia	5	9	14	4	9	13
Gerencia	79	168	247	70	156	226
Jefatura	304	525	829	285	508	793
Operario	6.936	3.860	10.796	6.872	3.873	10.745
Fuerza de Venta	5.670	2.040	7.710	5.556	1.741	7.297
Administrativo	501	250	751	515	248	763
Otros Profesionales	372	444	816	361	435	796
Otros Técnicos	1.772	1.312	3.084	1.676	1.241	2.917
Dotación Total	**15.639**	**8.608**	**24.247**	**15.339**	**8.211**	**23.550**

Dotación por nacionalidad, cargo y género al 31.12.2024

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Chilena	**10**	**205**	**771**	**10.407**	**7.019**	**701**	**722**	**2.942**	**22.777**
Mujeres	3	62	278	6.706	5.282	484	327	1.697	14.839
Hombres	7	143	493	3.701	1.737	217	395	1.245	7.938
Peruana	**1**	**29**	**46**	**166**	**563**	**39**	**63**	**101**	**1.008**
Mujeres	-	13	17	83	289	12	32	53	499
Hombres	1	16	29	83	274	27	31	48	509
Argentina	**1**	**6**	**-**	**6**	**6**	**1**	**-**	**1**	**21**
Mujeres	-	2	-	3	4	-	-	-	9
Hombres	1	4	-	3	2	1	-	1	12
Boliviana	**-**	**-**	**-**	**87**	**55**	**1**	**-**	**9**	**152**
Mujeres	-	-	-	71	50	1	-	7	129
Hombres	-	-	-	16	5	-	-	2	23
Brasileña	**-**	**-**	**-**	**1**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
China	**-**	**-**	**-**	**-**	**2**	**-**	**1**	**-**	**3**
Mujeres	-	-	-	-	2	-	1	-	3
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Colombiana	**-**	**2**	**4**	**47**	**27**	**1**	**2**	**6**	**89**
Mujeres	-	-	3	36	22	-	1	4	66
Hombres	-	2	1	11	5	1	1	2	23

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Costarricense	**-**	**-**	**-**	**1**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Cubana	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**	**-**	**-**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Dominiqués	**-**	**-**	**-**	**1**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dominicana	**-**	**-**	**-**	**7**	**2**	**1**	**-**	**-**	**10**
Mujeres	-	-	-	5	1	-	-	-	6
Hombres	-	-	-	2	1	1	-	-	4
Ecuatoriana	**-**	**-**	**-**	**15**	**5**	**-**	**-**	**2**	**22**
Mujeres	-	-	-	9	3	-	-	2	14
Hombres	-	-	-	6	2	-	-	-	8
Española	**-**	**1**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**	**-**	**2**
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	1	-	-	-	-	1	-	2
Estadounidense	**1**	**1**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**2**
Mujeres	1	1	-	-	-	-	-	-	2
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Francesa	**-**	**1**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Haitiana	**-**	**-**	**-**	**15**	**3**	**-**	**-**	**-**	**18**
Mujeres	-	-	-	2	2	-	-	-	4
Hombres	-	-	-	13	1	-	-	-	14
Hondureña	**-**	**-**	**-**	**1**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Italiana	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Nicaragüense	**-**	**-**	**-**	**1**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Norcoreana	**-**	**-**	**1**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pakistaní	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Paraguaya	**-**	**-**	**-**	**1**	**1**	**-**	**-**	**-**	**2**
Mujeres	-	-	-	1	1	-	-	-	2
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Rumana	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Uruguaya	**-**	**1**	**-**	**2**	**-**	**-**	**-**	**-**	**3**
Mujeres	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Hombres	-	-	-	2	-	-	-	-	2
Venezolana	**1**	**-**	**7**	**38**	**25**	**7**	**24**	**23**	**125**
Mujeres	1	-	5	18	14	4	10	9	61
Hombres	-	-	2	20	11	3	14	14	64
Rusa	**-**	**1**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Húngara	**-**	**-**	**-**	**-**	**1**	**-**	**-**	**-**	**1**
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	-	1	-	-	-	1

Dotación por rango etario, cargo y género

	2024					
	Menos de 30 años	30 a 40 años	41 a 50 años	51 a 60 años	61 a 70 años	Más de 70 años
Alta Gerencia	**-**	**-**	**7**	**6**	**1**	**-**
Mujeres	-	-	2	3	-	-
Hombres	-	-	5	3	1	-
Gerencia	**1**	**54**	**132**	**48**	**12**	**-**
Mujeres	-	22	46	8	3	-
Hombres	1	32	86	40	9	-
Jefatura	**18**	**300**	**348**	**141**	**21**	**1**
Mujeres	10	114	125	51	3	1
Hombres	8	186	223	90	18	-
Operario	**2.276**	**2.713**	**2.413**	**2.282**	**981**	**131**
Mujeres	1.007	1.834	1.813	1.639	580	63
Hombres	1.269	879	600	643	401	68
Fuerza Venta	**3.114**	**1.893**	**1.316**	**982**	**384**	**21**
Mujeres	1.785	1.517	1.153	880	322	13
Hombres	1.329	376	163	102	62	8
Administrativo	**107**	**310**	**227**	**80**	**25**	**2**
Mujeres	52	190	180	58	20	1
Hombres	55	120	47	22	5	1
Otros Profesionales	**146**	**449**	**160**	**44**	**14**	**3**
Mujeres	68	205	79	14	5	1
Hombres	78	244	81	30	9	2
Otros Técnicos	**251**	**1.101**	**1.039**	**560**	**126**	**7**
Mujeres	114	616	663	335	43	1
Hombres	137	485	376	225	83	6
Total	**5.913**	**6.820**	**5.642**	**4.143**	**1.564**	**165**
Mujeres	3.036	4.498	4.061	2.988	976	80
Hombres	2.877	2.322	1.581	1.155	588	85

2023						
	Menos de 30 años	30 a 40 años	41 a 50 años	51 a 60 años	61 a 70 años	Más de 70 años
Alta Gerencia	**-**	**-**	**7**	**5**	**1**	**-**
Mujeres	-	-	3	1	-	-
Hombres	-	-	4	4	1	-
Gerencia	**-**	**51**	**121**	**46**	**8**	**-**
Mujeres	-	19	40	9	2	-
Hombres	-	32	81	37	6	-
Jefatura	**19**	**302**	**334**	**121**	**17**	**-**
Mujeres	8	113	116	44	4	-
Hombres	11	189	218	77	13	-
Operario	**2.222**	**2.808**	**2.458**	**2.286**	**862**	**109**
Mujeres	997	1.893	1.836	1.601	500	45
Hombres	1.225	915	622	685	362	64
Fuerza Venta	**2.882**	**1.842**	**1.289**	**935**	**322**	**18**
Mujeres	1.746	1.525	1.157	842	276	10
Hombres	1.136	317	141	93	46	8
Administrativo	**121**	**316**	**221**	**79**	**22**	**4**
Mujeres	61	208	167	59	18	2
Hombres	60	108	54	20	4	2
Otros Profesionales	**162**	**422**	**159**	**40**	**13**	**-**
Mujeres	85	186	71	16	3	-
Hombres	77	236	88	24	10	-
Otros Técnicos	**248**	**1.052**	**1.011**	**507**	**94**	**5**
Mujeres	113	596	646	290	30	1
Hombres	135	456	365	217	64	4
Total	**5.654**	**6.793**	**5.609**	**4.019**	**1.339**	**136**
Mujeres	3.010	4.540	4.036	2.862	833	58
Hombres	2.644	2.253	1.573	1.157	506	78

Dotación por antigüedad, cargo y género

	2024				
	Menos de 3 años	3 a 6 años	6 a 9 años	9 a 12 años	Más de 12 años
Alta Gerencia	**4**	**4**	**3**	**1**	**2**
Mujeres	1	2	2	-	-
Hombres	3	2	1	1	2
Gerencia	**72**	**68**	**31**	**19**	**57**
Mujeres	24	20	14	4	17
Hombres	48	48	17	15	40
Jefatura	**175**	**148**	**95**	**65**	**346**
Mujeres	57	43	41	22	141
Hombres	118	105	54	43	205
Operario	**3.153**	**1.329**	**1.635**	**1.511**	**3.168**
Mujeres	1.764	764	1.099	1.091	2.218
Hombres	1.389	565	536	420	950
Fuerza Venta	**4.075**	**807**	**963**	**702**	**1.163**
Mujeres	2.493	639	843	636	1.059
Hombres	1.582	168	120	66	104
Administrativo	**132**	**90**	**100**	**125**	**304**
Mujeres	88	49	49	69	246
Hombres	44	41	51	56	58
Otros Profesionales	**456**	**196**	**63**	**30**	**71**
Mujeres	204	89	31	16	32
Hombres	252	107	32	14	39
Otros Técnicos	**573**	**324**	**316**	**409**	**1.462**
Mujeres	254	152	161	245	960
Hombres	319	172	155	164	502
Total	**8.640**	**2.966**	**3.206**	**2.862**	**6.573**
Mujeres	4.885	1.758	2.240	2.083	4.673
Hombres	3.755	1.208	966	779	1.900

2023					
	Menos de 3 años	3 a 6 años	6 a 9 años	9 a 12 años	Más de 12 años
Alta Gerencia	**2**	**5**	**1**	**1**	**4**
Mujeres	1	2	1	-	-
Hombres	1	3	-	1	4
Gerencia	**59**	**70**	**26**	**22**	**49**
Mujeres	16	21	12	7	14
Hombres	43	49	14	15	35
Jefatura	**196**	**148**	**65**	**73**	**311**
Mujeres	74	35	28	25	123
Hombres	122	113	37	48	188
Operario	**3.071**	**1.421**	**1.668**	**1.811**	**2.774**
Mujeres	1.682	818	1.136	1.350	1.886
Hombres	1.389	603	532	461	888
Fuerza Venta	**3.644**	**911**	**942**	**827**	**973**
Mujeres	2.322	754	843	750	887
Hombres	1.322	157	99	77	86
Administrativo	**126**	**105**	**113**	**130**	**289**
Mujeres	92	56	57	75	235
Hombres	34	49	56	55	54
Otros Profesionales	**475**	**161**	**54**	**33**	**73**
Mujeres	208	74	27	19	33
Hombres	267	87	27	14	40
Otros Técnicos	**532**	**331**	**285**	**459**	**1.310**
Mujeres	234	158	136	289	859
Hombres	298	173	149	170	451
Total	**8.105**	**3.152**	**3.154**	**3.356**	**5.783**
Mujeres	4.629	1.918	2.240	2.515	4.037
Hombres	3.476	1.234	914	841	1.746

Dotación por tipo de contrato y género[16]

	Contrato Indefinido				Contrato a Plazo Fijo			
	2024		2023		2024		2023	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Mujeres	14.479	60%	14.387	61%	1.160	5%	952	4%
Hombres	7.628	31%	7.428	32%	980	4%	783	3%
Total	22.107	91%	21.815	93%	2.140	9%	1.735	7%

Rotación por rango etario y género

	2024			2023		
	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres
Menores de 30 años	77%	67%	89%	80%	70%	92%
31 a 50 años	17%	15%	22%	21%	19%	27%
Mayores a 50 años	9%	9%	11%	13%	12%	16%
Total	29%	23%	41%	35%	28%	47%
Rotación voluntaria	17%	14%	23%	18%	16%	22%
Rotación no voluntaria	12%	9%	18%	17%	12%	25%

Apertura mujeres/hombres en cargos “STEM” (Ciencia – tecnología – ingeniería – matemáticas)

	2024		2023	
Formato	% Femenino	% Masculino	% Femenino	% Masculino
Total general	46,5	53,5	46,1	53,9

[16] Cabe señalar que SMU no cuenta con colaboradores con contrato por obra o faena, ni tampoco con contrato a honorarios.

Gerentes y ejecutivos en áreas que generan ingresos por género

2024				
	Mujeres		Hombres	
	Número	%	Número	%
Operaciones	10	17,2	48	82,8
Comercial	13	35,1	24	64,9
Clientes & Marketing	2	100	0	0
E-Commerce	2	33,3	4	66,7
Total	**2**	**26,2**	**59**	**73,8**

2023				
	Mujeres		Hombres	
	Número	%	Número	%
Operaciones	8	16,3	41	83,7
Comercial	6	31,6	13	68,4
Clientes & Marketing	4	66,7	2	33,3
E-Commerce	1	25,0	3	75,0
Total	**19**	**24,4**	**59**	**75,6**

Personas con discapacidad

	Mujeres	Hombres	Total
Alta Gerencia	*-*	*-*	*-*
Gerencia	***1***	*-*	***1***
Jefatura	*-*	***1***	***1***
Operario	***54***	***145***	***199***
Fuerza de Venta	***48***	***40***	***88***
Administrativo	***6***	***5***	***11***
Otros Profesionales	***5***	***2***	***7***
Otros Técnicos	***7***	***2***	***9***
Dotación Total	***121***	***195***	***316***

EL CLIENTE **AL CENTRO**

SMU ha establecido en su visión y propósito, **que el cliente y sus necesidades tienen que estar al centro del quehacer de toda la organización,** siendo un foco transversal para todas las áreas. Cada uno de los formatos de SMU busca conocer a sus clientes y establecer una relación cercana con cada uno de ellos para brindarles una atención de excelencia, que haga más grata su experiencia de compra. Asimismo, la Compañía se preocupa por mantener comunicaciones transparentes, resguardar la calidad e inocuidad de las mercaderías que vende y proteger los datos personales de sus clientes.

TEMAS	AVANCES 2024	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Mejor experiencia Consumo responsable Marcas Propias	Campañas promocionales que ayudan a optimizar el presupuesto familiar de los clientes. Lanzamiento primer programa de niveles de socios como parte del Club Unimarc. Implementación programa “Impulsa tu Negocio”, fondo concursable para ayudar a socios del Club Alvi a desarrollar sus negocios. Desarrollo de marcas propias: 180 lanzamientos de productos y 29% del surtido con packaging ecoamigable (19% en 2023)	 Contribuye a metas: 2.1 12.5

El modelo de negocios de SMU busca poner al cliente en el centro de cada decisión y proyecto, lo que se ve reflejado tanto en sus planes estratégicos, así como también, en su Modelo Corporativo de Sostenibilidad. La estrategia multiformato de la Compañía le permite ofrecer diversas propuestas de valor, atendiendo las necesidades y preferencias de diferentes segmentos de clientes.

A través de sus diferentes formatos y amplia cobertura geográfica, incluyendo operaciones en Chile y Perú, SMU atiende a una base diversificada de clientes. Cabe señalar que, durante el año 2024, ningún cliente de SMU—tanto a nivel consolidado como a nivel de los segmentos Supermercados Chile y Supermercados Perú—representó, en forma individual, al menos el 10% de los ingresos de la Compañía o de los respectivos segmentos.

El compromiso con el cliente también contempla una cultura de protección a los derechos del consumidor, incluyendo una Política Corporativa de Cumplimiento de Protección al Consumidor, entre otras políticas, procedimientos y prácticas. Para más información, ver sección 5.2.3 Protección al Consumidor y sección 5.2.4 Privacidad de Datos.

7.1 EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Considerando que la experiencia de compra es un eje clave del quehacer de SMU, siempre se busca entender las necesidades y preferencias de sus clientes, y así mejorar la propuesta de valor que ofrece en cada uno de sus formatos. Durante el año 2024, el escenario macroeconómico se vio reflejado en las preferencias y conductas de los clientes, quienes demostraron una alta sensibilidad a precios y una mayor disposición a buscar ahorros, incluso haciendo un mayor esfuerzo, comprando en diferentes cadenas o canales para maximizar su presupuesto familiar.

Ante este escenario, y siempre manteniendo presente su propósito de hacerle la vida más fácil a sus clientes, SMU implementó diversas iniciativas, incluyendo cambios en sus actividades promocionales e innovaciones en sus programas de lealtad. Asimismo, avanzó con el desarrollo de su programa de marcas propias, ofreciendo un surtido de productos atractivos, de alta calidad y a precios convenientes.

7.1.1
FOCO EN EL AHORRO

Los precios son un componente fundamental de la experiencia de compra, y durante 2024, el ahorro fue uno de los principales motores en las decisiones de compra de los consumidores, producto de la situación económica. En este contexto, los clientes demostraron una preferencia por un surtido de productos más básicos, sustituyendo por productos más económicos y ajustando las cantidades de productos en su carro de compras. Para ayudar a sus clientes a maximizar su presupuesto familiar, y considerando estas tendencias, SMU implementó diversas iniciativas y campañas, ajustando el foco de las promociones para incluir más productos básicos y alargando la duración de algunas promociones. Se destacaron campañas como A Luca y A Mil, en Unimarc, y Ahorro en Grande, en Alvi.

Otra campaña altamente valorada por los clientes durante el año fue la realizada en alianza con BancoEstado, que ofreció descuentos exclusivos al utilizar sus medios de pago. Gracias a la estacionalidad específica de estas campañas, llevadas a cabo en septiembre y diciembre, los clientes tuvieron acceso a descuentos en categorías especialmente relevantes para esas fechas, permitiéndoles tener un mayor ahorro.

7.1.2
FIDELIZACIÓN

Los programas de lealtad son otra herramienta muy relevante para mejorar la experiencia de los clientes y facilitar el ahorro. Durante 2024, se implementaron diversas iniciativas que buscaban fidelizar más a los clientes, ofreciendo mayores descuentos a los clientes más leales.

En el caso del Club Unimarc, en julio de 2024 se lanzó el primer programa de niveles de fidelidad en la industria de supermercados en Chile, permitiendo a los socios del club disfrutar de ofertas y descuentos exclusivos según su nivel de socio. De esta forma se recompensa la preferencia con descuentos y beneficios de forma inmediata, premiando a los clientes más leales. El nivel de socio depende del nivel de compras, siendo los niveles Socio Club, Socio Oro y Socio Platino, con la posibilidad de aumentar más los beneficios contratando la Membresía Diamante. Durante 2024, más de 1,6 millones de clientes realizaron upgrade de nivel.

Relanzamiento Club Alvi

En el mes de octubre, se llevó a cabo el Encuentro de Socios Alvi 2024, reuniendo a más de 7 mil socios comerciantes y 40 grandes empresas que abastecen el canal tradicional, para que los socios de Alvi pudieran conocer nuevos surtidos y oportunidades de negocio que les ayuden a rentabilizar y hacer crecer sus emprendimientos.

En el marco del evento, además se realizó el relanzamiento del programa de lealtad Club Alvi, el que busca posicionar a Alvi como un socio estratégico para comerciantes y dueños de negocios de barrio en Chile. A través de este programa, los socios del club pueden acceder a descuentos personalizados, capacitaciones, y otros beneficios diseñados para que puedan potenciar sus negocios. Como parte del relanzamiento, se presentó una renovada app más intuitiva y completa para que los socios puedan gestionar sus beneficios y visualizar su historial de compras, realizar pedidos anticipados y recibir notificaciones de ofertas en tiempo real.

Tu mejor socio te ayuda a crecer

Un nuevo beneficio que se incorporó como parte del relanzamiento de Club Alvi fue el programa "Impulsa tu Negocio", ofreciendo diferentes premios diseñados para fortalecer los negocios de los socios del Club. Los participantes del programa completaron diversas actividades que fomentaban el uso de los beneficios del club, y que les permitieron acumular puntos.

Posteriormente, un jurado experto evaluó el potencial de crecimiento de cada uno de los 25 participantes que más puntos acumularon.

Los premios incluyeron tres fondos de financiamiento de hasta $2.000.000 cada uno, destinados a la adquisición de equipamiento,

herramientas y otros recursos esenciales para los negocios; mentorías personalizadas enfocadas en áreas clave como ventas, digitalización, comercialización y gestión de redes sociales; y kits de mejoramiento de imagen, con el objetivo de potenciar la presencia y atractivo de los comercios participantes.

7.1.3
POTENCIANDO EL SURTIDO

Para satisfacer las necesidades de sus clientes, cada uno de los formatos de SMU revisa y ajusta el surtido de productos en forma permanente, basado en el profundo conocimiento que posee de las preferencias de los clientes, a partir de sus programas de fidelización, además de estudios y encuestas. Asimismo, el desarrollo de productos de marcas propias, sumando nuevos productos y marcas, es una de las principales iniciativas del plan estratégico de la Compañía, como parte de su propósito de hacerles la vida más fácil a sus clientes.

SMU cerró el año 2024 con más de 20 marcas especializadas en diversas categorías y un surtido de cerca de dos mil productos, con más de 350 nuevos lanzamientos entre 2023 y 2024. Las marcas propias han tomado un rol cada vez más relevante en las propuestas de valor de los diferentes formatos de la Compañía, siendo muy valorados por los clientes, quienes perciben la buena relación precio-calidad en su búsqueda de productos que facilitan el ahorro. Estos productos se comercializan transversalmente en todos los formatos de la Compañía. En el caso del formato Unimarc, el 60% de los clientes compran productos de marcas propias, y en el caso de los formatos Mayorista 10 y Super10, alcanza un 70%. En 2024, los productos de marcas propias alcanzaron una participación de 13,1% en el total de ventas de SMU Chile.

Marcas Propias en SMU

Para seguir desarrollando un surtido atractivo, SMU identifica nuevas tendencias y cambios en las preferencias de los consumidores a partir de un enfoque multidisciplinario. La Compañía contrata diversos servicios de inteligencia de mercado que aportan información valiosa acerca de tendencias de consumo y nuevos productos. El equipo de Marcas Propias viaja a ferias internacionales para descubrir y evaluar nuevas ofertas de productos. Por su parte, el equipo de Clientes y Marketing utiliza los programas de fidelización, estudios y encuestas para obtener un mayor entendimiento de nuevas tendencias exhibidas por los clientes. Y a fines de 2024, la Compañía incorporó una empresa de trading para identificar y desarrollar a nuevos proveedores, además de optimizar los costos de adquisición.

Cada formato de SMU combina las diferentes fuentes de información para definir el surtido de productos que mejor satisface las necesidades de su respectivo segmento de clientes. La incorporación de un nuevo producto en el surtido requiere la aprobación de la Gerencia Comercial, considerando las necesidades de los clientes, los espacios en las tiendas, y aspectos de aseguramiento de calidad.

7.1.4
SALUD Y NUTRICIÓN

Dado que el foco de la Compañía está puesto en la venta de alimentos, la salud y nutrición de los productos que comercializa son atributos relevantes en su propuesta de valor.

Los estudios que ha realizado SMU muestran que los consumidores valoran un surtido que se acople a las nuevas preferencias del consumidor, incorporando nuevos productos de forma dinámica. Asimismo, los estudios también muestran que, entre un cierto grupo de consumidores, existe una clara tendencia hacia un estilo de vida equilibrado, prefiriendo productos que contribuyen a una mejor salud y bienestar. Sin embargo, cada cliente tiene su propia interpretación de estos conceptos. Por ejemplo, en su búsqueda de una alimentación saludable, hay clientes que prefieren alimentos libres de azúcar, mientras que otros prefieren alimentos totalmente naturales, sin aditivos ni edulcorantes, aun cuando contengan algo de azúcar. También hay clientes que prefieren productos con menos grasas, orgánicos, *plant-based*, entre otros atributos. Algunos consumidores buscan productos “libres de”, no necesariamente por temas de alergias alimentarias, si no por un nuevo estilo de vida que están adoptando, más consciente del impacto que generan a lo largo de la cadena de valor. Por lo tanto, el surtido de productos de SMU debe satisfacer un rango amplio de preferencias relacionadas con la salud y nutrición, y cada formato aborda esta necesidad de la manera que mejor se adecua a sus clientes. Asimismo, y en forma transversal, dentro de su estrategia de marcas propias la Compañía ha desarrollado una marca especializada que cubre una amplia selección de productos con atributos específicos.

En el caso de Unimarc, la definición del surtido se basa en cuatro pilares: experiencia, variedad, calidad y disponibilidad, buscando acercar y fidelizar a un segmento de clientes que impulsado por una nueva consciencia alimentaria o por satisfacer sus necesidades particulares, busca encontrar de manera más fácil, en un solo lugar, una variedad de productos que den respuestas a sus restricciones alimenticias o que se adapten a su estilo de vida, teniendo así una experiencia más agradable a la hora de satisfacer sus necesidades.

Para el caso de Mayorista 10, dentro de su objetivo de ser un aliado en el ahorro de las familias, quienes pueden acceder a precios bajos comprando desde una unidad, la oferta comercial incluye productos naturales y saludables, cubriendo las principales unidades de necesidad, con un surtido simple de los productos líderes del mercado y de mayor preferencia de los clientes.

Asimismo, el formato Super10 busca ofrecer un surtido completo, que cubre todas las unidades de necesidad de sus clientes, siempre con un enfoque en el ahorro. En este sentido, las secciones de productos perecibles incluyen productos sin procesamientos, potenciando lo natural y saludable, además de productos sin sello o “libre de”. El desarrollo de nuevos productos de marcas propias con estas características permitirá seguir complementando el surtido de Super10, dada la importante presencia de estos productos en sus salas de venta.

Con respecto a Alvi y teniendo en cuenta que sus socios comerciantes tienen una relación muy directa con las familias de las comunidades donde se encuentran, el surtido incluye distintas opciones saludables de menor cantidad de sellos o mayor contenido proteico en categorías de mayor demanda y frecuencia de compra en los barrios como lácteos, confites, galletas, cereales y líquidos asociados a colaciones. Por otro lado, en los formatos de mayor tamaño que son utilizados por clientes del canal HORECA o instituciones para la preparación de alimentos, se han incorporado nuevos productos que satisfacen las distintas tendencias alimentarias.

La preocupación de SMU por la salud y nutrición también se ve reflejado en su plan estratégico para el período 2023-2025, en el pilar de Experiencia del Cliente, donde además de iniciativas de fidelidad y marcas propias, la Compañía busca expandir su metodología 360°—ya implementada para las categorías de frutas y verduras—a otras categorías de productos frescos. Esta metodología tiene foco en distintos aspectos, como la calidad, la exhibición, los proveedores, el modelo de abastecimiento, el packaging y la percepción de los clientes, buscando potenciar estas categorías que son claves para los clientes y contribuyen a contar con un surtido que satisface determinadas necesidades de salud y nutrición.

7.1.4
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Al igual que en años anteriores, durante todo el 2024 SMU mantuvo la medición de NPS (*Net Promoter Score*), que busca sobre todo llevar el pulso de la experiencia de los clientes en las salas de los diferentes formatos. El NPS es un indicador que da cuenta de la lealtad de los clientes a cada formato, en base a su disposición a recomendarlo. Al entender las razones por las cuales un cliente recomienda o no recomienda a una marca, es posible gestionar acciones que apunten a potenciar los atributos que aumentan la recomendación y mejorar aquellos que la afectan negativamente.

La plataforma que utiliza la Compañía para medir y reportar el NPS ofrece reportería online y on time, permitiendo a la operación—desde gerentes de formato hasta administradores de sala—monitorear en tiempo real la opinión de sus clientes. Adicionalmente, la plataforma permite contactarse con los clientes para profundizar en sus opiniones, solucionar problemas y/o atender los quiebres de experiencia que puedan haber reportado en la encuesta de NPS.

El NPS de SMU en 2024 alcanzó un 69,2%, superando la meta de 62,5% en 7,7 puntos porcentuales. Este sobrecumplimiento se debe principalmente a mejoras respecto al año anterior en las palancas Surtido (+1.6 p.p.), Limpieza (+1.2 p.p.) y Tiempo en Cajas (+1.0 p.p.).

Net Promoter Score

	2024	2023
NPS SMU (*)	**69,2%**	**62,4%**

*Corresponde a las operaciones en Chile.

Para profundizar el compromiso con los clientes al interior de la organización, es importante generar consciencia y visibilidad de cómo ellos están evaluando su experiencia de compra en los formatos de la Compañía. De cara a ese objetivo, desde el año 2019, el NPS se incluye como componente en el cálculo de los incentivos de desempeño de los colaboradores. Al vincular los resultados del NPS a los incentivos, se busca poner la experiencia del cliente al centro de las decisiones de los colaboradores.

7.1.5
COMUNICACIÓN RESPONSABLE

Mantener una comunicación continua y fluida con los clientes es clave para conocer sus necesidades e ir mejorando su experiencia de compra en los diferentes formatos de SMU. Es así como cada formato ha habilitado canales para que los clientes puedan plantear sus preguntas, reclamos, sugerencias o felicitaciones.

Canales de Comunicación Dispuestos para los Clientes

	Unimarc	Alvi	Mayorista 10	Super10
Línea 600	✓	✓	✓	✓
Redes sociales	✓	✓	✓	✓
Canal de denuncias y consultas en sitio web	✓	✓	✓	✓
Libro de sugerencias y reclamos (físicos y digitales)	✓	✓	✓	✓
Códigos QR en salas de venta	✓	✓	✓	✓
Correo electrónico	✓	✓	✓	✓

Además de los canales de comunicación que permiten a los clientes tomar contacto con la Compañía, los diferentes formatos de SMU disponen de páginas web que sirven como herramienta para entregar información relevante, incluyendo ubicaciones de tiendas, horarios de funcionamiento y promociones vigentes, entre otros.

7.1.3.1
GESTIÓN DE RECLAMOS

La gestión de los requerimientos recibidos por los diferentes canales de comunicación está a cargo del área de Servicio al Cliente, y se realiza de acuerdo a un procedimiento formal predefinido. Cuando recibe un reclamo, el objetivo de la Compañía es contactar al cliente en el menor tiempo posible: en la mayoría de los casos se logra el primer contacto dentro de 24 horas hábiles. De cara a ese objetivo, existe una plataforma para la gestión de reclamos, facilitando el proceso de recepción, seguimiento y solución.

Además de los canales de comunicación habilitados por SMU, ésta puede recibir reclamos directamente desde el SERNAC, los cuales están sujetos a un plazo legal máximo de siete días para ser respondidos. Para contar con una mayor trazabilidad y agilidad en los procesos, el equipo de Servicio al Cliente también ingresa los reclamos recibidos de

SERNAC en la plataforma de gestión de reclamos. En 2023, al igual que en 2022, el tiempo promedio de respuesta para los reclamos SERNAC fue de cinco días.

Gestión de Reclamos SERNAC

Reclamos SERNAC 2024	Unimarc	Alvi	M10	Super10	Total
Tiempo promedio de respuesta (días)	5	5	5	5	5
% de respuesta de reclamos vía SERNAC	100%	100%	100%	100%	100%

Reclamos SERNAC 2023	Unimarc	Alvi	M10	Super10	Total
Tiempo promedio de respuesta (días)	5	5	5	5	5
% de respuesta de reclamos vía SERNAC	100%	100%	100%	100%	100%

Para reforzar las buenas prácticas en gestión de reclamos y para agilizar los procesos, dando soluciones a los clientes de manera más ágil, existe un programa de capacitación dirigido a colaboradores responsables de responder presencialmente a los reclamos de clientes, entre ellos, administradores de locales y jefes de sección, así como también equipos de servicio al cliente en las tiendas que cuentan con esta función.

7.2 ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD E INOCUIDAD

La gestión de SMU se caracteriza por un firme compromiso con la calidad de sus productos y procesos, de acuerdo con lo establecido en su Política Corporativa de Calidad.

Este aspecto es parte esencial de la experiencia de compra que cada uno de los formatos quiere entregar a sus clientes, así como también del cumplimiento de las normativas en materia sanitaria. Para gestionarlo, la Compañía cuenta con un Sistema Integral de Aseguramiento de Calidad que contempla el ciclo del producto desde que ingresa al centro de distribución o a la tienda hasta que es exhibido en las góndolas. El sistema contempla además un riguroso proceso de selección y seguimiento de proveedores basado en una evaluación de riesgo, como también la validación de los procesos operativos en tienda.

Todos los años la Compañía define un Plan de Aseguramiento de Calidad. En 2024, al igual que 2023, este plan se enfocó en mejorar la adhesión a procesos de calidad y avanzar en el proyecto de identificar a los proveedores que cuentan con alguna certificación externa de calidad. Además de asegurar la calidad de los productos en base al riesgo, una exitosa implementación de estas medidas debería generar gradualmente una disminución en la incidencia de reclamos de calidad y de sumarios sanitarios. Por otra parte, sí se logró una disminución de un 11% de sumarios respecto al 2023. El 7% del total de fiscalizaciones resultó en un sumario sanitario, manteniendo la misma tasa del año 2023, ninguno de los cuales fue por motivos de la seguridad alimentaria.

El área de Aseguramiento de Calidad cuenta con un plan de capacitaciones anual para formar y reforzar las buenas prácticas operacionales según procedimientos y normativas vigentes y definido en base al riesgo. Además, se realizaron charlas internas a los equipos comerciales y de calidad con respecto a cumplimiento de certificaciones orgánicas, juguetes, artículos escolares, y SERNAPESCA, sumado a las actualizaciones legales que entrarán en vigencia durante el 2025. Entre otras actividades, este plan contempló capacitaciones focalizadas en más de 10 temas de inocuidad y calidad; como resultado de este trabajo, se ha logrado mejorar en 1,2% la adhesión a los procesos de calidad.

7.2.1
INOCUIDAD DE LOS PRODUCTOS

Como parte de su modelo de aseguramiento de calidad, SMU cuenta con un Programa de Seguimiento Microbiológico para validar que los procesos de elaboración, producción y manipulación de alimentos se cumplan de acuerdo con los procedimientos internos de la Compañía y con las normativas vigentes, además de una detallada selección basada en el riesgo. Este programa consiste en realizar un muestreo periódico de productos, equipos y utensilios con el objetivo de validar la adhesión a los procesos internos.

En este ámbito, durante 2024, se realizaron muestreos en 151 establecimientos, y en el 100% de los muestreos, los productos resultaron dentro de la normativa legal vigente.

Con respecto a sus productos de marcas propias, la Compañía cuenta además con un plan de muestreo aleatorio, con el objetivo de dar seguimiento al cumplimiento legal y a los estándares de estos productos. Para el año 2024 en base a la matriz de riesgos, se muestrearon 109 formulaciones de productos. Dentro del proceso se controla el etiquetado, tablas nutricionales, microbiología y especificaciones técnicas, entre otros, siempre pensando en el riesgo cómo metodología base. La ejecución de este plan es realizada por un laboratorio externo acreditado, el que toma muestras desde diferentes locales de la Compañía.

7.2.2
ETIQUETADO DE ALIMENTOS

Como parte de su compromiso con la Política de Calidad, SMU cautela que la información contenida en las etiquetas de los productos que componen su oferta, incluidas sus marcas propias, sea clara y cumpla con las exigencias del Reglamento sanitario de los alimentos artículo 107, Ley N° 20.606 de Etiquetado de Alimentos. Considerando el riesgo de autenticidad, la Compañía determinó verificar que los productos que declaren atributos o contenidos especiales o libre de alguna sustancia, deban demostrar dicha característica en el proceso de inclusión y así resguardar al consumidor.

Por otra parte, la gerencia de aseguramiento de calidad está permanentemente abordando las nuevas exigencias reglamentarias y preparando a la Compañía para satisfacer dichas exigencias legales. En este sentido, se trabajó con las áreas comerciales desde octubre del año 2023 en la preparación y coordinación para implementar la nueva regulación de bebidas alcohólicas Ley 21.363, en relación con sellos de advertencias, aporte de calorías (valor energético), que entró en vigencia en julio de 2024.

En el año 2024 SMU tuvo tres sumarios sanitarios por incumplimiento de ley de etiquetado. Sin embargo, al realizar el análisis técnico y legal en cada caso, la Compañía concluyó que no hubo ningún incumplimiento de la normativa y realizó los descargos pertinentes.

7.2.3
PROVEEDORES Y CALIDAD

Para el aseguramiento de la calidad, SMU utiliza una metodología de evaluación y seguimiento de proveedores mediante la implementación de una matriz de riesgo alimentada por las condiciones iniciales de cada proveedor, (por ejemplo, las certificaciones con las que cuenta) y su comportamiento con respecto a reclamos de clientes, locales o los mismos centros de distribución.

También se incluye un input adicional para la evaluación que consiste en la revisión de productos ya almacenados, con el fin de analizar su comportamiento durante su vida útil propiamente tal. Esta revisión ha permitido orientar los focos de revisión de contramuestras y dar alertas preventivas a los formatos en ciertas categorías de productos.

Con el fin de mitigar cualquier desviación de inocuidad en cuanto a la composición de los productos fabricados por los proveedores de la Compañía, y de acuerdo a la matriz de riesgo y el historial de comportamiento de productos y proveedores, se realizan evaluaciones de los productos de manera aleatoria con respecto a sus características microbiológicas mediante el análisis de laboratorios certificados o mediante el análisis de contra muestras de los proveedores.

ABASTECIMIENTO **RESPONSABLE**

SMU busca fomentar el abastecimiento responsable a lo largo de su cadena de suministro,

promoviendo el respeto, la confianza, la transparencia, el trato justo y las relaciones fluidas con sus más de 3 mil proveedores, actuando bajo la premisa de que una buena relación con ellos mejora la calidad de los productos y servicios finales, y promoviendo además el desarrollo de micro, pequeños y medianos proveedores locales. La Compañía hace un esfuerzo por conocer mejor las prácticas y políticas de sus proveedores, procurando que estén alineados con los valores CERCA.

TEMAS	AVANCES 2024	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Gestión de riesgos en cadena de abastecimineto	Programa de mentorías a 26 proveedores 100% Nuestro (en alianza con Simón de Cirene)	
Desarrollo de proveedores locales	Renovación del Sello Mi Compromiso PYME de EY y Unión Emprendedora. Charlas y talleres para pequeños proveedores de frutas y verduras (en alianza con INDAP) 193 espacios exclusivos para promover la venta de productos del programa 100% Nuestro.	Contribuye a metas: 2.3 8.3 17.17

La cadena de abastecimiento es un elemento esencial en el desarrollo del negocio de SMU y el cumplimiento de su visión corporativa, de ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de sus clientes. Para ello, la Compañía debe contar con un surtido de productos de alta calidad y con precios atractivos, lo que requiere desarrollar relaciones de largo plazo con un gran número de proveedores.

Además de los proveedores de las mercaderías que comercializa, denominados "proveedores retail", SMU trabaja con un gran número de empresas que prestan servicios y productos que la Compañía utiliza para su operación, por ejemplo, en materia de tecnología, marketing, seguridad y aseo, denominadas "proveedores no retail".

Todos estos proveedores representan un grupo de interés clave para SMU, dada su relevancia para la calidad de los productos y servicios que brinda a sus clientes, por lo que la Compañía gestiona esta relación bajo una mirada de abastecimiento responsable, siendo este uno de los ejes centrales del Modelo Corporativo de Sostenibilidad de SMU. Para lo anterior, la Compañía promueve el respeto y la confianza con cada uno de sus proveedores, y espera que cumplan con los más altos estándares éticos y normativa vigente, procurando establecer relaciones sostenibles y de beneficio mutuo.

8.1 GESTIÓN DE PROVEEDORES

Las relaciones entre SMU y sus proveedores se gestionan de acuerdo a políticas y procedimientos que buscan promover el trato justo y las buenas prácticas. Incluyen el Código de Ética y Conducta de Negocios, la Política de Libre Competencia, la Política de Prevención de Delitos, la Política de Abastecimiento Responsable, el Decálogo del Proveedor, que contiene las 10 principales reglas que regulan el vínculo con sus proveedores, y un Defensor del Proveedor, cuyo rol es actuar como mediador imparcial y de buena fe para acercar a las partes con el fin de resolver de manera amistosa las diferencias que surjan y lograr una solución justa.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con políticas y procedimientos específicos, dependiendo del tipo de proveedor. Por ejemplo, en el caso de los proveedores retail, aplican las Normas Generales de Aprovisionamiento de Mercaderías ("NGAM"), mientras que para los proveedores no retail aplica el Manual de Proveedores No Retail.

A nivel consolidado, SMU trabajó con 3.221 proveedores en 2024, ninguno de los cuales representó, en forma individual, al menos el 10% del total de compras efectuadas por el suministro de bienes y servicios durante el año a nivel consolidado, ni tampoco a nivel de los segmentos Supermercados Chile y Supermercados Perú.

SMU busca mejorar permanentemente su gestión de proveedores a través de diversas iniciativas, como por ejemplo, la implementación de la herramienta SAP Ariba, la cual es utilizada para la negociación de las compras no retail (activos, informática, materiales operacionales y servicios), transformando el proceso de abastecimiento a través de la estandarización y automatización. Esta herramienta permite una mejor gestión de proveedores, con fácil acceso y trazabilidad de documentos; mayor confidencialidad y

transparencia en los procesos de negociación; información centralizada y actualizada; y mayor eficiencia y ahorro de tiempo por parte de los compradores, entre otros beneficios.

Otro avance en gestión de proveedores fue un levantamiento de zonas de escasez hídrica en Chile realizado por primera vez en el año 2022 y actualizado en 2024, mapeando los principales proveedores de frutas y verduras con producción en estas zonas, para entender cómo enfrentan la crisis. El levantamiento se realizó dentro de los esfuerzos de la Compañía por asegurar la disponibilidad de productos que son esenciales para satisfacer las necesidades de sus clientes, así como también, como parte de la mitigación de riesgos de cambio climático en la cadena de abastecimiento. El análisis consideró las regiones de mayor escasez, el tipo de producto y la superficie de producción, incluyendo proveedores grandes, medianos y pequeños.

Proveedores Críticos

La gestión de proveedores que realiza SMU incluye la identificación de proveedores críticos. En el caso de los proveedores retail, se definen como críticos aquellos proveedores que concentran más del 60% de la compra en alguna categoría y que superen un nivel mínimo de ventas, calificando 13 proveedores en este grupo en el año 2024. Para mantener altos niveles de seguridad en el proceso de abastecimiento de mercaderías, el departamento de logística de SMU cuenta con un programa enfocado en proveedores de alto volumen, incluyendo proveedores críticos. Este programa contempla seguimiento y visibilidad de la cadena de suministro; gestión de inventarios; anticipación de procesos que afecten la cadena de abastecimiento; diseño de planes de eficiencias; y seguimiento y gestión de indicadores, entre otros.

En el caso de los proveedores no retail, se define como proveedor crítico a todos aquellos proveedores que entregan productos o servicios necesarios para la operación de la empresa y sin los cuales se interrumpe la continuidad de algún proceso relevante para SMU, afectando locales, centros de distribución u oficina central. Existen varios requisitos en relación con estos proveedores, tales como contar con un plan de continuidad de servicio; incluir en los contratos cláusulas de confidencialidad, auditabilidad y niveles de servicio; y contar con documentación que sustente la evaluación de la solidez financiera del proveedor. En 2024, la Compañía clasificó a cinco proveedores no retail como críticos, los cuales representan un 1% del total de las compras.

8.1.1
EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Para definir si se inicia o mantiene una relación contractual o comercial, SMU evalúa a los proveedores actuales y potenciales en función de criterios que dependen de la naturaleza del producto o servicio a contratar. Adicionalmente, la Compañía considera ciertos criterios relacionado con el impacto ESG del sector específico del proveedor, por ejemplo en el caso de los contratistas.

Los criterios evaluados pueden incluir, entre otros, factores relacionados con el sistema de control interno del proveedor, eficiencia energética, cumplimiento de normativa laboral, anticorrupción, inclusión social y agricultura sostenible. A modo de ejemplo, SMU trabaja con una empresa externa que realiza evaluaciones documentales de ciertos proveedores no

retail. Asimismo, todos los proveedores nacionales deben pasar un filtro externo de anti-corrupción para ser incorporados. En el caso de que un proveedor no cumple con los requisitos mínimos aplicables, incluyendo los requisitos de sostenibilidad, se puede poner término a la relación contractual.

Asimismo, se revisa si existen conflictos de interés con potenciales proveedores antes de iniciar la relación contractual o comercial, información que debe ser actualizada por los proveedores cada dos años y/o cuando sobrevengan situaciones nuevas que deban ser declaradas para mantener la relación.

Proveedores evaluados bajo criterios de sostenibilidad

	Evaluación último año[17]			Evaluado últimos tres años[18]	
	N° Proveedores	% Compras 2024[19]	% Proveedores Nuevos Incorporados [20]	N° Proveedores	% Compras 2024
Proveedores Nacionales	1.104	77%	45%	1.388	79%
Proveedores Internacionales	125	5%	24%	140	5%
Total	1.229	82%	69%	2.340	84%

8.1.1.1 PROVEEDORES RETAIL

Con respecto a los proveedores retail, SMU cuenta con una metodología de evaluación que considera tanto a proveedores existentes como a proveedores nuevos. La Compañía clasifica a sus proveedores retail según el riesgo de los productos elaborados y determina si cuentan con certificaciones (por ejemplo, de IFS Food, HACCP, SQF, entre otras). A partir de esta información, genera una matriz que define las acciones a seguir en cada caso: por ejemplo, solicitar respaldo de la certificación, auditar, controlar, etc. También aplican criterios específicos a nivel de determinados productos. Por ejemplo, proveedores de productos orgánicos deben contar con la certificación correspondiente. SMU también puede realizar auditorías a las instalaciones de los proveedores, con el objeto de verificar el cumplimiento de estándares de calidad exigidos por la regulación vigente y la normativa interna. A su vez,

[17] Considera proveedores con compras en el año 2024 que fueron evaluados durante el último año.
[18] Considera proveedores con compras en el año 2024 que fueron evaluados por lo menos una vez entre 2022-2024.
[19] Cabe señalar que existen proveedores a quienes la Compañía compra múltiples tipos de producto o servicio, algunos de los cuales pueden contar con una evaluación bajo criterios de sostenibilidad pero no necesariamente todos (por ejemplo, la certificación orgánica es específica al nivel de producto, no al nivel del proveedor). No es factible realizar el análisis a nivel de proveedor-producto, por lo que al identificar que el proveedor se evaluó por al menos un criterio de sostenibilidad, se incluyen todas las compras, aunque correspondan a otras categorías de productos o servicios sin evaluación bajo criterios de sostenibilidad.
[20] Considera el monto de compras de proveedores nuevos evaluados bajo criterios de sostenibilidad como porcentaje del monto de compras de todos los proveedores nuevos incorporados en 2024.

la Compañía puede exigir a sus proveedores realizar auditorías externas con el objeto de verificar el cumplimiento de la normativa y estándares de calidad, en aquellos casos en que existan deficiencias relevantes denunciadas por terceros o por personal de la Compañía, o algún motivo fundado para ello.

SMU exige que sus proveedores de marcas propias y marcas controladas cuenten con certificaciones bajo los estándares de la Iniciativa Global de Inocuidad Alimentaria, en el caso de proveedores de alimentos, o bajo estándares de gestión de calidad ISO 9000 o equivalentes para proveedores de productos non-food. De no contar con estas certificaciones, se deben someter a auditorías de inclusión de calidad que establecen niveles mínimos de cumplimiento. Adicionalmente, se considera la reciclabilidad de los materiales de envase. Los criterios para productos específicos también aplican para productos de marcas propias. Por ejemplo, en el caso de los proveedores de huevos de gallina libre marca propia, deben contar con certificación de bienestar animal (Certified Humane).

El área técnica de marcas propias también cuenta con proveedores de servicios para su proceso de desarrollo y calidad, dentro de los cuales se cuenta con laboratorios certificados, asesores especialistas en reglamento sanitario de los alimentos y en materias de ISP, empresas de casas certificadoras para la realización de auditorías, inspecciones pre-embarque y mantenimiento de la certificación ISO 9001:2015 con que cuenta el proceso de desarrollo.

Para promover la sostenibilidad de los productos que ofrece en sus diferentes formatos, SMU se encuentra llevando a cabo un levantamiento con sus proveedores para aumentar la visibilidad acerca de buenas prácticas, por ejemplo, relacionadas con auditorías sociales o bienestar animal, entre otras, para que esta información pueda ser considerada en los procesos de compra en el futuro. La Compañía ha recopilado certificaciones en diversas materias de sostenibilidad. Esta información puede ser incorporada en los procesos de evaluación y selección en el futuro.

8.1.1.2
PROVEEDORES NO RETAIL

De acuerdo al Procedimiento de Evaluación y Adjudicación de Proveedores No Retail, los proveedores que participan en procesos de licitación, proveedores afectos a la ley 20.123 (que regula trabajo en régimen de subcontratación, el funcionamiento de las empresas de servicios transitorios y el contrato de trabajo de servicios transitorios), y otros proveedores que a solicitud de la Compañía requieran ser evaluados previa adjudicación, deben ser evaluados anualmente por una empresa externa que revise antecedentes legales, financieros, laborales y de cumplimiento de la ley de inclusión en Chile. Asimismo, en el caso de proveedores nacionales, antes de su adjudicación, se debe verificar que el proveedor no se encuentre vinculado de alguna manera con los delitos sancionados por la Ley 20.393 (cohecho a funcionario público nacional y extranjero, lavado de activos, financiamiento del terrorismo, receptación, corrupción entre particulares, administración desleal, negociación incompatible, apropiación indebida, contaminación de las aguas, entre otros) u otros delitos.

Con respecto a los proveedores no retail definidos como críticos, de acuerdo a la Política Corporativa de Compras No Retail, una vez al año se debe evaluar el control interno del proveedor a través de un reporte emitido por una empresa auditora independiente.

Contratistas

Con respecto a las empresas contratistas, empresas subcontratistas y empresas de servicios transitorios, de acuerdo al Procedimiento de Certificación Laboral y Previsional, para iniciar y mantener su relación contractual con SMU, se realiza, a través de una empresa certificadora autorizada por el Instituto Nacional de Normalización, un proceso de certificación de cumplimiento de las obligaciones laborales y previsionales, en forma mensual. Este proceso se aplica al 100% de las empresas contratistas recurrentes con personal en las dependencias de la Compañía. Estos proveedores facultan a SMU para, en caso de incumplimiento, poder ejercer las acciones destinadas a dar cumplimiento a dichas obligaciones de cara a las personas que se desempeñan en calidad de trabajador(a) contratista o de Servicios Transitorios.

Durante 2024, SMU Chile trabajó con 231 empresas contratistas, subcontratistas y EST, de las cuales un 95,8% cumplieron con el 100% de sus certificaciones mensuales. Con respecto a los restantes 4,2%, esto se debe a retrasos frente a observaciones realizadas en virtud de las exigencias establecidas en materia de certificación. Respecto a estas empresas que están con observaciones, la Compañía generó las retenciones y planes de acción para regularizar la situación detectada. Sin embargo, dos empresas presentaron incumplimientos reiterados que llevaron al término de sus servicios.

8.1.1.3
MONITOREO DE PROVEEDORES SIGNIFICATIVOS

A continuación se detallan las evaluaciones realizadas a proveedores significativos, definidos como aquellos identificados como críticos o que tengan alto riesgo ESG por no cumplir algún estándar.

Proveedores significativos

	2024
Número total proveedores Tier-1[21]	**3.221**
Número total proveedores significativos Tier-1	**28**
Número total proveedores significativos no Tier-1	**0**
Número total proveedores significativos (Tier-1 y no Tier-1)	**28**

[21] Proveedores Tier-1 son aquellos que venden productos o servicios directamente a la Compañía. Proveedores no Tier-1 son aquellos que venden productos o servicios a los proveedores Tier-1 de la Compañía.

Evaluación de proveedores significativos

	2024	Meta 2024
Número total proveedores significativos evaluados documentalmente o en terreno	**23**	
% proveedores significativos evaluados	**82%**	
Número proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales o reales	**10**	
% proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales o reales con un plan de acción acordado	**100%**	**100%**
Número proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales cuyo contrato fue terminado en el año	**2**	

Planes de acción correctivos

SMU apoya a sus proveedores a través de la implementación de planes de acción correctivos. En 2024, la Compañía identificó a 10 proveedores contratistas como de alto riesgo ESG, dado que no contaban con su certificación laboral al día. SMU apoyó a los siete proveedores para que consiguieran la certificación laboral, a través de planes de acción correctivos.

Planes de acción correctivos para proveedores significativos

	2024	Meta 2024
Número total proveedores significativos apoyados con implementación de plan de acción correctivo	**10**	**100%**
% proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales o reales con un plan de acción acordado	**100%**	

8.1.1.4
DESARROLLO DE CAPACIDADES DE PROVEEDORES

SMU busca apoyar a sus proveedores en el desarrollo de capacidades que permitan mejorar sus prácticas y desempeño en materia ambiental, social y de gobernanza. Durante 2024, la Compañía realizó capacitaciones a contratistas en materias como prevención de riesgos laborales, cambios en la ley de inclusión laboral y prevención de acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo, en las cuales participaron 219 proveedores, incluyendo cinco proveedores significativos (un 18% de los proveedores significativos). Adicionalmente, como parte de su foco en el desarrollo de pequeños y medianos proveedores, la Compañía realizó capacitaciones en materias como buenas prácticas agrícolas y sostenibilidad empresarial, tal como se detalla en la sección 8.2.2.1.

8.2 DESARROLLO DE PROVEEDORES LOCALES

8.2.1
PROVEEDORES LOCALES

Como empresa con un fuerte sentido regional, SMU busca enriquecer su oferta con productos de origen local, que den cuenta de las zonas en las que opera, y que por sobre todo permitan el desarrollo de proveedores pequeños y medianos.

Con respecto a las operaciones de SMU en Chile, el 93% de sus compras corresponden a proveedores nacionales. Cabe señalar además que el 80% de las compras a proveedores nacionales corresponden a proveedores de Santiago, mientras que el 20% corresponde a proveedores de otras regiones del país.

8.2.2
PROGRAMA 100% NUESTRO

El programa “100% Nuestro” es una iniciativa pionera en la industria del retail liderada por Supermercados Unimarc. Nace en 2012 con un profundo sentido social y desarrollo de la economía local, siendo la región de Aysén la primera en participar de este programa.

Se trata de una iniciativa de valor compartido, mediante la cual se busca por una parte enriquecer el surtido de productos de Unimarc, con una oferta regional atractiva que contribuya a una mejor experiencia de clientes y, a la vez, potenciar y ayudar directamente a los pequeños productores (MIPYMES), buscando darles escalabilidad, con proveedores locales provenientes de cada una de las regiones de Chile. Al cierre de 2024, el programa 100% Nuestro cuenta con 180 proveedores activos, de los cuales 25,5% son de la Región Metropolitana y 74,5% son de otras regiones de Chile.

Frutas y verduras representan un 37% de la compra de productos 100% Nuestro

Este programa integra a nuevos proveedores que en muchas ocasiones no tienen acceso al retail, comercializando por primera vez con alguna supermercadista. Entre los beneficios ellos cuentan con atención de ejecutivos especializados exclusivos, con indicadores que no sólo consideran ventas, sino que involucran otros factores de desarrollo socioeconómico y ambiental. Adicionalmente tienen condiciones comerciales preferentes, acceso a canal de venta masivo, capacitaciones, mentorías especializadas, espacio destacado en las góndolas de la cadena, así como promoción en redes sociales y prensa.

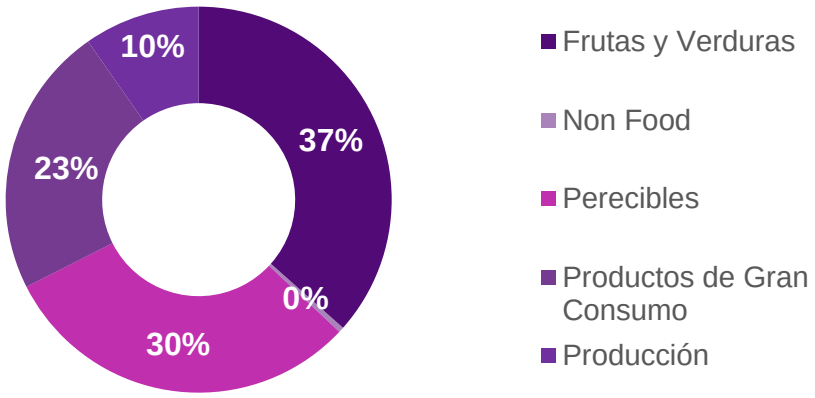
El programa se ha desarrollado a tal punto de estar en todas las principales categorías de Unimarc, con un surtido transversal, diferenciador y sustentable.

Proveedores 100% Nuestro por Línea de Negocio

Negocio	N° Proveedores	% Proveedores
Frutas y verduras	**50**	**28%**
Non-food	**4**	**2%**
Perecibles	**36**	**20%**
Productos de gran consumo	**70**	**39%**
Producción	**20**	**11%**
Total	**180**	**100%**

Compras 100% Nuestro Unimarc 2024

Del total de compras realizadas a los proveedores del programa, la principal participación corresponde a la línea de negocios de frutas y verduras, seguido por productos de gran consumo, como productos naturales, jugos y néctares de larga vida, coctel y snack, entre otros.



El programa busca identificar y capturar oportunidades de incorporación al surtido de Unimarc a micro, pequeñas y medianas empresas, ofreciendo así una compra con sentido local a los clientes. Además, de potenciar la formación y desarrollo de los actuales proveedores promoviendo su crecimiento y mejora de su rendimiento comercial en el mercado. Así como también se evalúan sus prácticas sostenibles en materia social, ambiental y económica. Para lo anterior, se miden algunos indicadores como: empresas lideradas por mujeres, inclusión de personas con discapacidad y/o adultos mayores, productos elaborados en base a productos reciclados y/o recuperación de alimentos. Por ejemplo, el 40% de las MIPYMES del programa son lideradas por mujeres.

Evaluación de clientes y proveedores

La Compañía lleva a cabo encuestas y estudios de sus clientes y de los proveedores del programa para conocer su efectividad y el aporte que tiene a los diferentes emprendedores y emprendedoras, y además para identificar oportunidades de mejora. La Encuesta de Conocimiento del Programa por parte de Clientes (NPS) realizada en abril de 2024 alcanzó un 79,1%, destacando como elementos favorables del programa el apoyo a las pymes locales, la variedad de productos y el apoyo al mercado local.

Por otra parte, los atributos más valorados por los proveedores son el aumento en la visibilidad de sus productos en el mercado y el acompañamiento, dedicación e interés por parte de la Compañía en el crecimiento de las empresas, y la cercanía que sienten en los distintos puntos de contacto con colaboradores. Otro punto a destacar es el aumento de ventas que han logrado gracias a la exposición en salas de Unimarc y su mejor posicionamiento.

8.2.2.1
Desarrollo de Proveedores

Alianza INDAP

El Programa 100% Nuestro comenzó como una oportunidad para incorporar a emprendedores de frutas y verduras de la XI Región, mediante un convenio estratégico de colaboración público privado con INDAP. De esta manera, se respondió a una necesidad de contar con productos locales, frescos y propios de la zona, incluyendo a proveedores a los que hubiera sido imposible acceder a un canal de ventas masivo, en una lógica de valor compartido entre clientes, proveedores y la supermercadista, con beneficios para todas las partes.

Actualmente se mantiene vigente la alianza con INDAP a través del Programa de Encadenamiento Productivo Hortofrutícola, que busca promover el desarrollo de pequeños agricultores y optimizar sus procesos productivos, así como incorporarlos a canales de comercialización y condiciones especiales de la supermercadista. Al 31 de diciembre de 2024, 26 MIPYMES son parte de esta iniciativa.

Para la promoción del desarrollo agrícola, los agricultores que forman parte del convenio participan cada año de instancias de aprendizaje respecto a buenas prácticas agrícolas. Asimismo, SMU se compromete con programas de auditorías, con los cuales se busca el desarrollo y mejora continua de los agricultores, así como resguardar la calidad e inocuidad alimentaria de los clientes finales. Los puntos evaluados son: infraestructura física, equipos y utensilios, higiene personal, almacenamiento, limpieza y sanitización, manejo integrado de plagas, trazabilidad, aseguramiento de calidad e inocuidad. A partir de los resultados de la evaluación, se generan planes continuos de trabajo junto a INDAP para abordar las brechas detectadas.

Sello Mi Compromiso PYME

El Sello Mi Compromiso PYME, programa liderado por la ONG Unión Emprendedora y EY, busca potenciar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas del país, a través del aumento de las compras locales y/o acciones de desarrollo. Las compañías convocadas a recibir el sello realizan un diagnóstico de su situación actual y de la oportunidad de potenciar el crecimiento de las MiPymes, a través de un proceso de evaluación de la mano de EY. Posteriormente, cada compañía genera un plan de trabajo con objetivos y metas concretas, cuyo cumplimiento es revisado anualmente por parte de EY.

SMU fue convocada a participar de esta iniciativa por los más de 10 años impulsando el desarrollo de las MiPymes locales a través del Programa 100% Nuestro. Durante el 2024, se realizó un levantamiento de las oportunidades de difusión del programa, definiendo planes de acción con respecto a la exhibición y espacios en góndolas, reposición en sala, abastecimiento en salas y centros de distribución, promociones y degustaciones con material POP, así como también espacios digitales en la web de Unimarc.cl.

Capacitación a proveedores

Como parte de la mirada de desarrollo de un proveedor 100% Nuestro, la entrega de conocimientos y herramientas es pieza fundamental para impactar de forma positiva en el crecimiento de su negocio. En 2024 se ejecutaron diferentes instancias de formación, considerando charlas, talleres y mentorías, que son reflejo del compromiso de la Compañía en esta materia.

Programas de Capacitación a Proveedores 100% Nuestro en 2024

Iniciativa	Materias Abordadas	N° de proveedores asistentes
En el marco del Convenio con INDAP, se realizaron 2 charlas y 1 taller especializado en buenas prácticas agrícolas.	• Vida útil de los alimentos. • Pérdidas y desperdicios de alimentos • Eficiencia energética • Gestión del agua • Higiene personal • Elementos de protección personal	35 agricultores
Programa de mentorías, en alianza con la Corporación Simón de Cirene	• Diagnóstico • Definición de objetivos y plan de acción • Seguimiento • Herramientas como canvas, FODA • Reuniones con expertos y asesorías	26 emprendedores

8.3 PAGOS A PROVEEDORES

SMU lleva a cabo sus procesos de pago en base a las Normas Generales de Aprovisionamiento de Mercaderías, el Manual de Proveedores No Retail, el Procedimiento de Proveedores Pequeños, el Procedimiento de Gestión de Pagos y el Procedimiento de Registro de Excepción, normas ancladas en la relación contractual y en la normativa legal vigente. No se distingue entre proveedores críticos y no críticos, sino entre proveedores pequeños y grandes.

Todos los proveedores pequeños se pagan en un plazo máximo de 30 días. En el caso de proveedores de mayor tamaño que no tengan un contrato con SMU que establezca un plazo distinto, el plazo de pago también es de 30 días. Los otros proveedores de mayor tamaño se pagan en el plazo acordado contractualmente entre las partes.

Para asegurar el cumplimiento de estas normas, la Compañía cuenta con un equipo de programación que vela por el correcto tratamiento. Este equipo realiza revisiones periódicas en las que se detecta la clasificación de los proveedores, resguardando que aquellos pequeños estén clasificados como tal. La Compañía no define metas de plazos de pago a proveedores distintos a los plazos establecidos en las políticas mencionadas anteriormente. Durante los años 2024 y 2023, la Compañía no pagó intereses por mora en el pago de facturas.

Al 31 de diciembre de 2024, SMU cuenta con 15 acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía de Chile. En este registro se inscriben acuerdos que establezcan un plazo de pago mayor al que señala la ley, respecto a proveedores nacionales de mayor tamaño.[22]

[22] El Registro no permite la inscripción de acuerdos firmados hace más de cinco días, y la mayoría de los contratos entre SMU y sus proveedores fueron firmados antes de la entrada en vigencia del registro. La Compañía se encuentra en proceso de firmar anexos de contrato que permitan inscribir los acuerdos en el Registro, pero cabe señalar que el pago a proveedores se realiza de conformidad con las condiciones definidas de común acuerdo en los respectivos contratos comerciales.

Pagos a Proveedores Año 2024

	Hasta 30 días calendario*	31-60 días calendario	Más de 60 días calendario	Total
N° Facturas (Proveedores Nacionales)	**458.208**	**2.096.376**	**688.991**	**3.243.575**
SMU Chile	**417.685**	**2.039.206**	**679.390**	**3.136.281**
SMU Perú	**40.523**	**57.170**	**9.601**	**107.294**
N° Facturas (Proveedores Internacionales)	**1.010**	**1.261**	**803**	**3.074**
SMU Chile	**990**	**1.197**	**765**	**2.952**
SMU Perú	**20**	**64**	**38**	**122**
Monto Facturas (Proveedores Nacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	**632.496**	**1.724.369**	**576.516**	**2.933.381**
SMU Chile	**609.050**	**1.681.300**	**565.863**	**2.856.214**
SMU Perú	**23.446**	**43.069**	**10.652**	**77.167**
Monto Facturas (Proveedores Internacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	**71.571**	**79.215**	**36.681**	**187.467**
SMU Chile	**71.411**	**79.001**	**36.244**	**186.656**
SMU Perú	**160**	**213**	**438**	**811**
N° Proveedores Nacionales	**2.557**	**1.148**	**380**	**3.038**
SMU Chile	**2.162**	**847**	**330**	**2.292**
SMU Perú	**395**	**301**	**50**	**746**
N° Proveedores Internacionales	**103**	**99**	**124**	**183**
SMU Chile	**100**	**93**	**122**	**172**
SMU Perú	**3**	**6**	**2**	**11**

Pagos a Proveedores Año 2023

	Hasta 30 días calendario*	31-60 días calendario	Más de 60 días calendario	Total
N° Facturas (Proveedores Nacionales)	**444.101**	**2.097.730**	**747.531**	**3.289.362**
SMU Chile	**404.968**	**2.042.950**	**741.245**	**3.189.163**
SMU Perú	**39.133**	**54.780**	**6.286**	**100.199**
N° Facturas (Proveedores Internacionales)	**675**	**1.265**	**564**	**2.504**
SMU Chile	**644**	**1.223**	**528**	**2.395**
SMU Perú	**31**	**42**	**36**	**109**
Monto Facturas (Proveedores Nacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	**540.824**	**1.756.592**	**576.177**	**2.873.593**
SMU Chile	**517.882**	**1.711.642**	**569.121**	**2.798.644**
SMU Perú	**22.942**	**44.950**	**7.056**	**74.949**
Monto Facturas (Proveedores Internacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	**39.044**	**82.804**	**22.816**	**144.663**
SMU Chile	**38.977**	**82.702**	**22.287**	**143.966**
SMU Perú	**66**	**102**	**529**	**697**
N° Proveedores Nacionales	**2.513**	**1.164**	**421**	**2.975**
SMU Chile	**2.243**	**888**	**368**	**2.376**
SMU Perú	**270**	**276**	**53**	**599**
N° Proveedores Internacionales	**89**	**97**	**108**	**164**
SMU Chile	**85**	**94**	**106**	**155**
SMU Perú	**4**	**3**	**2**	**9**

* En cumplimiento de las disposiciones legales en Chile, todos los proveedores pequeños se pagan en un plazo máximo de 30 días.

Compras a Proveedores[23]

	N° Proveedores		Proporción Compra (%)		Monto Compra (CLP MMM; sin IVA)	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Proveedores Nacionales	2.405	2.647	93%	94%	2.517	2.407
Proveedores Internacionales	169	155	7%	6%	186	145
Total	**2.574**	**2.802**	**100%**	**100%**	**2.703**	**2.552**

Compras a Proveedores Nacionales

	N° Proveedores		Proporción Compra (%)		Monto Compra (CLP MMM; sin IVA)	
	2024	2023	2024	2023	2024	2023
Proveedores de Santiago	1.714	1.801	80%	80%	2.025	1.932
Proveedores de Regiones	691	846	20%	20%	492	474
Total	**2.405**	**2.647**	**100%**	**100%**	**2.517**	**2.407**

[23] Corresponde a operaciones en Chile. Existen diferencias menores en el número de proveedores con compra y el número de proveedores pagados debido a diferencias en fechas de órdenes de compra y fechas de facturación.

COMPROMISO CON **LA SOCIEDAD**

SMU ha buscado ser un socio estratégico en las comunidades en las cuales se encuentra presente, **enfocando sus esfuerzos en generar valor compartido, desarrollando una gestión comunitaria cercana y que forma parte del quehacer de cada local.** A través de la gestión diaria, así como de las iniciativas y proyectos que impulsa, busca generar un impacto social positivo y contribuir al desarrollo de las localidades de las cuales forma parte. Asimismo, aprovechando su amplia presencia en el territorio chileno, y su origen regional, la gestión sostenible de su proyecto de negocios le ha permitido seguir promoviendo la inclusión de personas con discapacidad dentro y fuera de la empresa.

Avances: Compromiso con la Sociedad

TEMAS	AVANCES 2024	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Desarrollo regional Ser buen vecino RSE y aportes sociales	Campaña Unidos 2024: apoyo a Fundación Las Rosas y Club de Leones Cruz del Sur con $13 millones para cada una. Campaña Teletón 2024: aporte de $1.374 millones. Fondo Descúbreme 2024: recaudación en caja financia 11 proyectos sociales para desarrollo de personas con discapacidad cognitiva (213 beneficiarios directos)	 Contribuye a metas: 2.1 10.2 17.17

9.1 RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

La gestión sostenible del negocio requiere conocer y establecer una vinculación con la comunidad, para comprender mejor las necesidades, preocupaciones y expectativas del entorno y promover una relación mutuamente beneficiosa para SMU y sus vecinos. Gracias al origen regional de la Compañía, su compromiso con las más de 160 comunas donde opera forma parte de su ADN.

SMU busca ser un Buen Vecino, consistente con su Código de Ética y Conducta de Negocios, así como su Política Corporativa de Sostenibilidad y su Declaración de Buen Vecino. Los ejes que empujan este trabajo son el fortalecimiento del vínculo con las comunidades, la generación de empleos de calidad, las oportunidades de desarrollo para proveedores locales y el apoyo a organizaciones de la zona.

En el marco del propósito de la Compañía, “Con cercanía hacemos la vida más fácil a nuestros clientes”, durante 2024 se inauguraron 20 nuevos locales Unimarc, Alvi, Super10 y Maxiahorro. Estas aperturas permiten a SMU estar más cerca de sus clientes y contribuir directamente al abastecimiento de las comunidades en las que tiene presencia.

9.1.1 PROGRAMA BUEN VECINO

Durante los últimos años, SMU ha fortalecido su gestión comunitaria a través del programa “Buen Vecino”, cuyo propósito es establecer relaciones de confianza y colaboración con los vecinos de los barrios en los que se opera.

La Compañía dispone de un enfoque metodológico para identificar a los actores clave de la comunidad y analizar el entorno circundante, lo que facilita el diseño de planes de relacionamiento comunitario adaptados a cada local en operación.

Durante el último año, se aplicó por tercera vez la metodología para la identificación de los actores claves de la comunidad y caracterización del entorno inmediato.

Por el lado del desarrollo de nuevos proyectos y remodelaciones de locales, se continuaron realizando diagnósticos del entorno y levantamiento de sus grupos de interés, de tal forma de desplegar un relacionamiento temprano en cada lugar.

Asimismo, la gestión comunitaria permanece como parte de las actividades diarias de la operación, por lo que las acciones relacionadas con la comunidad están incluidas en la agenda y en la gestión habitual de los responsables de las tiendas.

Todo lo anterior ha permitido avanzar en el fortalecimiento de una cultura organizacional donde el ser Buen Vecino es reflejo del sello CERCA.

9.2 TRABAJO COLABORATIVO CON ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

La colaboración forma parte del sello cultural CERCA, y desde ahí SMU actúa con la convicción de que se obtienen mejores resultados al complementar sus esfuerzos y experticia con la generación de alianzas con instituciones que le permitan llegar a más personas y grupos de interés. De esta manera, a lo largo de su historia ha suscrito y fortalecido su vínculo con varias organizaciones que son referentes a nivel nacional.

Las acciones que impulsa y desarrolla a través de estas alianzas con organizaciones especializadas están estrechamente vinculadas al compromiso de SMU con la diversidad e inclusión, así como también con el objetivo hambre cero en la población. Las modalidades de colaboración incluyen voluntariados, auspicios sociales, recaudación de aportes de clientes en caja, y donaciones de mercaderías, GiftCards y/o dinero, entre otras

9.2.1 INICIATIVAS VINCULADAS A LA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Teletón

Desde el año 2011 Unimarc es el supermercado oficial de la Teletón, fundación que tiene por objetivo la rehabilitación integral de niños, niñas y jóvenes con discapacidad motora y la promoción de la visibilidad y el respeto de los derechos de las personas en situación de discapacidad.

Durante 2024, Unimarc junto con todas las operaciones de SMU Chile participaron en actividades con clientes y colaboradores en apoyo a la Teletón, complementando el aporte directo de la Compañía. Estas iniciativas incluyeron la campaña GiftCard Teletón, a través de la cual por cada venta, SMU donó el equivalente al 10% a la Teletón.

Adicionalmente, se destacó el compromiso de los trabajadores de la Compañía, quienes al igual que en años anteriores, se movilizaron realizando múltiples actividades para poder contribuir con esta causa, alcanzando un aporte de $558 millones.

La contribución total a la Teletón alcanzó los $1.374[24] millones, incluyendo el aporte de la Compañía, la campaña GiftCard Teletón y el aporte de los colaboradores.

[24] Considera montos entregados durante el año calendario 2024. Incluye montos aprobados en 2023 y entregados en 2024. No incluye montos aprobados en 2024 que serán entregados en 2025.

Jornada por la Rehabilitación de Magallanes

Durante los últimos 15 años, la Compañía ha participado en esta campaña benéfica a través de su filial Unimarc. Su foco es recaudar fondos para el financiamiento anual de las operaciones de los centros de rehabilitación de personas con discapacidad del Club de Leones Cruz del Sur, zona donde Fundación Teletón no cuenta con centros de rehabilitación. Es así como en 2024, SMU entregó un aporte de $65,5[25] millones, adicionales a los $3.361.000 provenientes de aportes de clientes a través de la recaudación en caja en tiendas Unimarc de la región.

Coyhaique Rehabilita

SMU apoya también al Centro de Rehabilitación Coyhaique Rehabilita en la región de Aysén, recaudando aportes de sus clientes en sus tiendas Unimarc de la región. Este centro tiene como misión rehabilitar integralmente a niños y adultos con algún tipo de discapacidad, atendiendo a más de 400 personas de diversas localidades cercanas. El monto de las recaudaciones en caja entregado por SMU en 2024 alcanzó $4.081.600.

Special Olympics

Special Olympics es una ONG que trabaja por la inclusión de personas con discapacidad intelectual en la sociedad a través de programas de deporte, salud, educación y liderazgo. En 2024, Chile participó en los juegos Latinoamericanos de Olimpiadas Especiales en Asunción con una delegación de 90 personas, y SMU colaboró con $35 millones para apoyar a estos deportistas. Adicionalmente, SMU se comprometió a ser auspiciador de la delegación chilena en su camino a los próximos juegos mundiales Special Olympics con sede en Chile 2027, aportando anualmente la misma cifra entregada en 2024.

[25] Considera monto entregado durante el año calendario 2024, que fue aprobado en 2023. No incluye monto aprobado en 2024 que será entregado en 2025.

Feria mujeres emprendedoras SERNAMEG

Desde el año 2022, SMU cuenta con una alianza con el área Mujer y Trabajo del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género, a través de la cual realiza ferias de emprendimiento femenino. Durante 2024, se concretaron cinco ferias, en la oficina central y centro de distribución Lo Aguirre, con la participación de 39 emprendedoras. Además, por primera vez se realizaron ferias de emprendimientos en Unimarc en la región de Tarapacá y Antofagasta, con la participación de 28 emprendedoras.

Fundación Las Rosas

Durante 2024, continuó el trabajo conjunto de SMU con Fundación Las Rosas, la principal organización orientada al trabajo con adultos mayores en Chile. En esta línea se articularon tres instancias de voluntariado corporativo, que consistieron en la celebración de Pascua, fiestas patrias y Navidad, en donde 52 colaboradores compartieron con residentes y funcionarios del hogar de La Florida.

Campaña Unidos

La campaña Unidos es una iniciativa que SMU desarrolla desde el año 2020, con el objetivo de articular una red tripartita de ayuda entre clientes, comunidad y empresa para apoyar a diversas organizaciones sociales. La Compañía contribuye con el equivalente al 10% del total de la venta de GiftCards durante las fechas de la campaña. El monto donado en 2024 alcanzó $26.404.746, beneficiando a dos organizaciones: Fundación Las Rosas y Corporación de Rehabilitación Club de Leones de Punta Arenas Cruz del Sur, ambas enmarcadas en el Modelo de Diversidad e Inclusión de la Compañía. Esta campaña permitió a Fundación Las Rosas entregar un día de alimentación a 1.583 personas.

Fondo Descúbreme

SMU cuenta con una alianza con la Fundación Descúbreme desde 2012, con la que desarrolló el Fondo Descúbreme, un fondo concursable financiado por aportes en caja de clientes de todos los formatos de SMU Chile. El Fondo Descúbreme está enfocado en proyectos que apunten a la inclusión de personas con discapacidad cognitiva, y a la fecha ha financiado más de 260 proyectos, beneficiando de manera directa a más de 6 mil personas. En 2024 el monto recaudado alcanzó $132.375.160.

Proyectos adjudicados del Fondo Descúbreme 2024

Región	Institución	N° Beneficiarios	Proyecto
VII Región Maule	Desafío Levantemos Chile	15	Impulso Comercial UNPADE (Unión Nacional de Padres y Amigos de Personas con Discapacidad Mental)
IX Región La Araucanía	Escuela Especial F- 839 Tulio Mora Alarcón	16	Sabores Inclusivos: Fortaleciendo Taller Laboral de Cocina
VII Región Maule	Corporación Hogar Belen Talca	14	Mi empleo lo encuentro en la navidad
VI Región OHiggins	Fundación Ave Fénix	12	Forjando Artesanos: Aromas Inclusivos
XIII Región Metropolitana	Corporación de Educación y Salud para el Síndrome de Down	47	Huerto Ecológico Inclusivo Edudown
VIII Región Biobío	Corporación Educacional CECAP (Centro de Capacitación)	33	Aprendiendo a soldar, mi futuro puedo mejorar
VIII Región Biobío	Corporación Educacional Quimahue	13	Cocinando mis sueños
X Región Los Lagos	Fundación Sello Inclusivo	21	Cooperativa Inclusiva Té Quiero, fortaleciendo una empresa social y sustentable
V Región Valparaíso	Fundación Apoyo Autismo Chile EPAA	12	Programa Socio Laboral CEAsolidario
VIII Región Biobío	Fundación INCLUSOMOS	16	Incluidos en Impresión 3D
X Región Los Lagos	Fundación Sello Inclusivo	21	Cooperativa Inclusiva Té Quiero, fortaleciendo una empresa social y sustentable
V Región Valparaíso	Fundación Apoyo Autismo Chile EPAA	12	Programa Socio Laboral CEAsolidario
VIII Región Biobío	Fundación INCLUSOMOS	16	Incluidos en Impresión 3D
VII Región Maule	Taller Laboral Unpade	14	Sublimando la inclusión

9.2.2
INICIATIVAS CON FOCO EN ENTREGAR ALIMENTACIÓN A POBLACIÓN VULNERABLE

Corporación Nuestra Casa – Chef por Chile
Desde el año 2021 mediante diferentes actividades, SMU colabora con Corporación Nuestra Casa y Chef por Chile para la entrega de alimentos a personas en situación de vulnerabilidad. La Compañía entrega productos a estas dos organizaciones, las que posteriormente preparan raciones de comida que son entregadas a diferentes comunidades a través de comedores solidarios y agrupaciones sociales, beneficiando a 7.550 personas en situación de vulnerabilidad durante 2024.

Donaciones en Situación de Emergencia
Durante los últimos años, diversos incendios y eventos meteorológicos han impactado a Chile, principalmente la zona centro sur. Como parte de su compromiso social, durante el año 2024, a través de Desafío Levantemos Chile, SMU contribuyó con canastas de alimentos que tenían por objetivo apoyar en estos momentos difíciles a las familias afectadas. El valor de los productos donados asciende a $83.315.350.

Donación de Alimentos
La donación de alimentos forma parte del compromiso de SMU con el hambre cero y con el La donación de alimentos forma parte del compromiso de SMU con el hambre cero y con el no desperdicio de alimentos, siendo una iniciativa que permite ayudar a personas vulnerables y a la vez cuidar el medio ambiente, reduciendo emisiones generadas por la sobreproducción de alimentos que no se consumirán. Durante 2024, la Compañía trabajó en colaboración con 368 organizaciones sociales, disponibilizando productos para ser retirados y entregados a más de 164 mil beneficiarios. Para más información, ver sección 10.1.1 No Desperdicio de Alimentos.

NOS PREOCUPAMOS POR EL **MEDIO AMBIENTE**

El cuidado del medio ambiente se aborda a partir de las políticas y modelos específicos que SMU ha establecido en esta materia y forma parte del Plan Estratégico de la Compañía, comprometiéndose desde aquí a identificar los posibles impactos de la operación y avanzar en planes y programas orientados a mitigarlos, con foco especial en la gestión de residuos, mitigación del cambio climático, reducción de emisiones, economía circular y medidas de eficiencia en recursos hídricos y energéticos.

TEMAS	AVANCES 2024	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Cuidado del medioambiente Gestión de residuos	Toneladas de alimentos no desperdiciados aumentan en 9,2% vs. 2023. Consumo de energía de fuentes renovables alcanzó 14,3% en 2024 (vs. 12,1% en 2023) Certificación ISO 50.001 del Sistema de Gestión de Energía para operaciones en Chile. Despachos de CDs a tiendas con camiones eléctricos: 4% (vs. 2% en 2023) Reducción de 6.314 m3 en el agua extraída y de 613 m3 en el agua consumida, en CD Lo Aguirre vs. 2023	 Contribuye a metas: 6.3 12.3 7.2 12.5 7.3 13.2 12.2 13.3

Corporativa de Eficiencia Energética y en la Declaración de Cuidado y Protección del Medio Ambiente, contenida en la Política Corporativa de Sostenibilidad. La acción por el clima forma la base de muchas de las iniciativas diseñadas e implementadas en los últimos años, con foco en la eficiencia energética, la gestión de residuos y la cuantificación y reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

En esta materia, durante 2024, la Compañía avanzó en diferentes ámbitos, incluyendo la eficiencia energética, obteniendo la certificación ISO 50.001:2018 por el aumento de alcance del Sistema de Gestión de Energía para sus operaciones en Chile; la eficiencia hídrica, con la implementación del proyecto de recirculación de agua en el centro de distribución Lo Aguirre; y el uso de energías de fuentes renovables, con la firma de nuevos contratos de suministro de energía eléctrica que entrarán en vigencia en los próximos años; entre otros.

Adicionalmente, para asegurar una correcta ejecución en materias ambientales, así como también para generar una cultura de cuidado del medio ambiente, durante 2024 la Compañía realizó capacitaciones en materias de eficiencia energética, no desperdicio de alimentos, manejo de residuos y valorización de mermas, entre otras.

10.1 GESTIÓN DE RESIDUOS

SMU tiene un firme compromiso con la gestión responsable de sus residuos, aplicando criterios claves para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones. Continuamente se están explorando soluciones innovadoras y priorizando la economía circular para minimizar los residuos no aprovechados o valorizados, implementando mejoras en los procesos de distribución y venta de productos, así como reduciendo el desperdicio de alimentos.

En 2024 se redujo el total de residuos generados por los establecimientos de SMU Chile en más de un 3% respecto a 2023 Esta disminución responde al avance en el proceso de reciclaje de residuos, donaciones de alimentos y otras iniciativas que evitan el desperdicio de productos.

Resumen Residuos de Operaciones en Chile (Toneladas)

	2024	2023	Variación
Residuos asimilables a domésticos	*63.260,95*	*65.272,66*	*-3,08%*
Residuos peligrosos	*21,89*	*41,76*	*-47,58%*
Total residuos dispuestos a eliminar	**63.282,84**	**65.314,42**	**-3,11%**

10.1.1
NO DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Como supermercadista, SMU puede marcar una diferencia significativa en la acción climática, al disminuir el desperdicio de alimentos, previniendo así la generación de residuos desde su origen y reduciendo las emisiones asociadas a la sobreproducción de alimentos que no se consumirán. La Compañía aborda este desafío a través de sus diferentes áreas, comenzando con la definición de un surtido de productos adecuado según las preferencias de sus clientes y una correcta planificación del abastecimiento, asegurando que los volúmenes de compra estén alineados con la demanda.

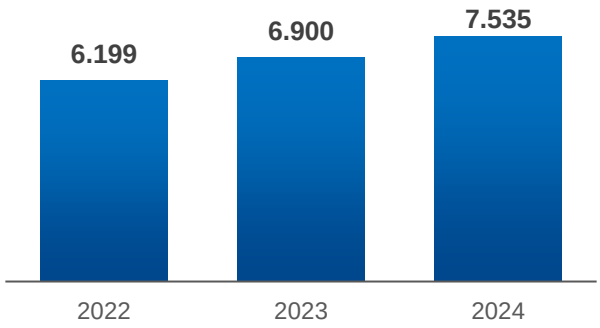
En Chile el paso siguiente es la iniciativa “Pronto Consumo”, incentivando la compra de productos próximos a su fecha de vencimiento, pero que se encuentran en óptimas condiciones para su consumo. Para lo anterior se ofrecen descuentos de hasta 50%, beneficiando a los consumidores y también contribuyendo a reducir el desperdicio, generando valor compartido entre SMU, sus clientes y el medio ambiente. En 2024 a través de esta iniciativa se logró rescatar 6.571 toneladas de alimentos.

En caso de no lograr la venta de los productos, se activa el proceso para habilitarlos como donaciones, entregando 785 toneladas de alimentos y otros productos a distintas organizaciones sociales en 2024. Además, en Chile se entregó 97 toneladas de productos no aptos para el consumo humano a zoológicos y organizaciones de cuidado y rescate animal. De esta forma, la Compañía genera un impacto positivo en las comunidades en las que esta inserta, beneficiando a distintos tipos de organizaciones y cuidando el medio ambiente.

Adicionalmente, 81 toneladas de productos que no pudieron ser comercializados ni donados fueron utilizados como materia prima para la fabricación de nuevos productos, evitando así su desperdicio.

A través de las iniciativas mencionadas, SMU logró evitar que 7.535 toneladas de alimentos se transformaran en residuos, un 9,2% mayor al año 2023 y equivalente a 4.723 ton CO2e en emisiones que se dejaron de generar.

Toneladas de productos rescatadas por el programa No Desperdicio (SMU Chile)



Considerando sólo los productos donados y transformados durante el año 2024, se logró evitar el desperdicio de 964 toneladas de productos, equivalentes a un 7,9% del volumen total de productos dispuestos a eliminar.

Resumen Productos Donados y Transformados (Toneladas)

	2024	2023	2022
Total productos dispuestos a eliminar o mermar	***12.076,5***	***11.313,9***	***12.233,22***
Total productos donados y transformados	***963,7***	***831,0***	***795,6***
Productos donados a personas	***785,3***	***641,4***	***660,0***
Productos donados para consumo animal	***97,3***	***95,0***	***38,8***
Productos transformados	***81,1***	***94,6***	***96,8***
Total productos descartados	***11.112,8***	***10.482,9***	***11.437,62***
% de productos donados y transformados respecto de la merma total	***7,9%***	***7,3%***	***6,5%***
Cobertura (% de los ingresos):	***100%***	***98%***	***98%***

NO DESPERDICIO DE ALIMENTOS

7.534,9 TONELADAS RESCATADAS

6.571,2 TONELADAS

RESCATADAS DE ALIMENTOS POR VENTA DE PRODUCTOS PRONTO CONSUMO.

PRÓXIMO A VENCER
PRONTO CONSUMO

DONACIÓN PARA
PERSONAS CHILE

677,3Ton

de alimentos y otros productos donados para consumo humano

BENEFICIARIOS

368 Fundaciones
164.068 Beneficiarios

DONACIÓN PARA
ANIMALES

97,3Ton

de alimentos y otros productos donados para consumo animal

BENEFICIARIOS

7 Organizaciones

VALORIZACIÓN

81,1Ton

de alimentos utilizados como materia prima para la fabricación de nuevos productos.

DONACIÓN PARA
PERSONAS PERÚ

108,0Ton

10.1.2
COMPROMETIDOS CON EL RECICLAJE

SMU trabaja para reducir el impacto ambiental de los residuos generados en sus locales y centros de distribución, identificando y promoviendo alternativas que eviten la disposición final de materiales valorizables—es decir, para los cuales existen un uso alternativo—gestionando su reutilización o reciclaje. Asimismo, fomenta que sus clientes adopten estas prácticas sostenibles, disponiendo de espacios informativos en salas y en otros medios de comunicación.

Los principales residuos que son reciclados por SMU corresponden a embalajes, como los plásticos flexibles y el cartón, utilizados para almacenar y transportar productos. También se reciclan otros residuos de papelería, aceites y grasas generados en la elaboración de alimentos.

En los centros de distribución también se aprovechan los residuos de maderas derivados del uso y desgaste de pallets, los cuales son retirados y utilizados como fuente de energía por un proveedor externo.

En Chile, SMU ha trabajado activamente para dar cumplimiento a la Ley N°20.920, conocida como el Marco para la Gestión de Residuos, la Responsabilidad Extendida del Productor y el Fomento al Reciclaje (Ley REP), y específicamente al Decreto Supremo N°12/2021, que establece las metas relacionadas con los envases y embalajes introducidos al mercado. En este contexto, la Compañía asume la responsabilidad de garantizar la trazabilidad de sus envases y embalajes, además de realizar los reportes requeridos por la normativa vigente.

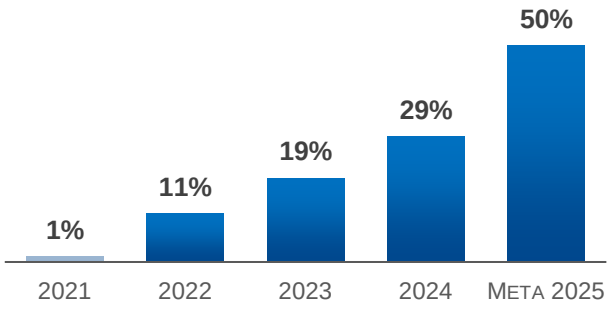
Para dar cumplimiento a dicha ley, en 2023 SMU se integró a un sistema de gestión conformado por múltiples empresas y encargado de gestionar el reciclaje de determinados volúmenes de envases y embalajes, considerando las metas establecidas por la Ley REP y los volúmenes de envases y embalajes puestos en el mercado por las empresas que pertenecen al sistema de gestión. Para lo anterior, SMU reporta toda la información necesaria para acreditar las toneladas de envases y embalajes puestos en el mercado y aquellos que son gestionados en cada establecimiento para su reciclaje.

Impulsando el packaging reciclable

Entendiendo que tiene un rol importante en promover y facilitar el reciclaje de los empaques de los productos que comercializa, SMU ha implementado en el 100% del surtido permanente de sus productos de marcas propias una etiqueta con la información sobre los materiales que componen sus envases, para informar y educar al consumidor en la correcta forma de reciclarlos.

Adicionalmente, como parte de su plan estratégico 2023-2025, SMU tiene una meta de contar con packaging ecoamigable para el 50% de su surtido de productos de marcas propias, y durante 2024 alcanzó el 29%, un avance con respecto al 19% que llevaba al cierre de 2023.

Productos de marcas propias con packaging ecoamigable (% surtido)



Impulsando el packaging reutilizable

En línea con su compromiso de reducir la generación de residuos, SMU promueve activamente la reutilización de envases como parte de su estrategia de sostenibilidad. Para ello, asegura que las salas de sus supermercados cuenten con una amplia oferta de bebidas en envases retornables, brindando a los clientes opciones más responsables con el medio ambiente. Asimismo, se han implementado gráficas e informativos destinados a concientizar a los clientes sobre el impacto ambiental del uso de envases desechables y la importancia de optar por botellas reutilizables.

Para fomentar el uso de envases retornables en otros productos, durante 2024 se continuó con la venta de productos de limpieza a través de los puntos de Ecocarga, dónde los clientes pueden recargar sus envases con detergente, lavalozas o suavizantes, evitando de esta forma desechar botellas y bolsas que son parte del packaging de este tipo de productos. Las cargas de producto realizadas en 2024 sumaron un total de 40.396 litros de producto, permitiendo ahorrar 10.724 envases, equivalente a 1.420 kilos de plásticos que no han sido desechados.

Eliminando los plásticos de un solo uso

En los últimos años, SMU ha realizado un cambio en la materialidad en productos de un solo uso que se utilizan en la comercialización de comidas preparadas, reemplazando los cubiertos y bombillas de plástico. Es así como, cuando un cliente solicita cubiertos o una bombilla, se le entregan cubiertos de madera y/o una bombilla de papel, los que tienen un menor tiempo de degradación y son reciclables a través de procesos como el compostaje.

10.1.3
GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS Y LÍQUIDOS

Con el fin de garantizar una gestión adecuada de los residuos generados en sus procesos, SMU cuenta con procedimientos estandarizados de recolección y tratamiento, cumpliendo con las normativas legales vigentes y promoviendo un enfoque de mejora continua.

Residuos sólidos no peligrosos

La Compañía gestiona sus residuos sólidos no peligrosos a través de empresas externas especializadas en recolección y tratamiento de los distintos tipos de residuos generados de papel, cartón, plásticos, aceites, madera, orgánicos y residuos asimilables a domiciliarios, asegurando que sean dispuestos y tratados de una forma adecuada, en establecimientos debidamente autorizados.

Residuos industriales líquidos (RILes)

Los residuos industriales líquidos (RILes) son generados principalmente en las instalaciones de los formatos Unimarc, Mayorista 10 y Super10, debido a los procesos como asaduría de pollo, laminado de fiambres, corte de carnes y horneo de pan. Estos RILes están compuestos principalmente por aguas grasas y materia orgánica. Una adecuada gestión de los RILes permite evitar daños al medio ambiente y, al mismo tiempo, dar cumplimiento a la normativa vigente, incluyendo el D.S N°609/98 del MOP y Ley 20.393 por el delito de contaminación de aguas.

Para asegurar el cumplimiento a la normativa y mejorar la calidad de los RILes generados por cada instalación, la Compañía cuenta con las siguientes prácticas y controles:

- Visitas a terreno y capacitaciones a las áreas involucradas.
- Auditorías internas: durante 2024, se auditó el 18% de los locales que estuvieron operativos durante el año.
- Análisis de autocontrol de RILes para 31 establecimientos que cuentan con programas de monitoreo de la Superintendencia de Servicios Sanitarios.
- Fiscalizaciones realizadas por empresas sanitarias a través de análisis de laboratorio.

Residuos peligrosos

Como parte de su operación en el sector supermercadista, los establecimientos de la Compañía generan una cantidad limitada de residuos peligrosos, derivados de las mermas, procesos de limpieza y mantenimiento. Para gestionar estos residuos de manera segura, SMU ha implementado procedimientos específicos, asegurando su correcta identificación y almacenamiento. Posteriormente, los residuos son entregados a transportes autorizados y enviados a destinos finales especializados, cumpliendo con las regulaciones sanitarias para su tratamiento adecuado.

10.2 HUELLA DE CARBONO

SMU obtiene la verificación independiente de su huella de carbono, así como el sello Huella Chile de Medición, otorgado por el Ministerio de Medio Ambiente, desde 2018

En el marco de su compromiso con la acción por el clima y el cambio climático, SMU gestiona activamente su huella de carbono, cuantificando sus emisiones de gases de efecto invernadero ("GEI"), proceso que es verificado por un tercero independiente. Esta medición permite a la Compañía contar con una línea base actualizada para hacer gestión e impulsar acciones de reducción. SMU ya ha implementado proyectos para reducir su impacto, y su plan estratégico para el período 2023-2025 contempla nuevas iniciativas para avanzar en la reducción de su huella de carbono. Asimismo, en 2022 se comprometió con avanzar hacia la carbono neutralidad al año 2050 como parte de su compromiso con cinco criterios de sostenibilidad promovidos por el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible.

En el marco de este desafío, se han ejecutado iniciativas tales como implementación del SGE, cambio a murales con puerta, incorporación de electromovilidad en despachos a sala logística y e-Commerce, cambios de iluminación convencional a tecnología Led en casi la totalidad de locales, entre otros.

10.2.1 MEDICIÓN DE LA HUELLA

A partir del año 2018, SMU inició la cuantificación de su Huella de Carbono, aumentando anualmente la cobertura de su medición hasta alcanzar el 100% de sus locales, centros de distribución y oficina central en Chile.

Durante 2024, las emisiones generadas y cuantificadas de GEI suman 358.243 Ton CO2e, menor en un 8,3% con respecto a 2023. El alcance 1 es el que genera mayor impacto, y la principal fuente de emisiones corresponde a la recarga de gases refrigerantes. El detalle de las emisiones se encuentra en la sección 10.5 Indicadores Ambientales.

10.2.2 REDUCCIÓN DE LA HUELLA

A partir de los resultados de la medición, la Compañía puede seguir evaluando e implementando proyectos de reducción que ayuden a disminuir la huella de carbono con indicadores más ambiciosos y acorde a las metas del Acuerdo de Paris.

En esta línea, SMU durante el año 2024 ha continuado la operación de iniciativas que contribuyen a una reducción de su huella, como la expansión de la electromovilidad

en la cadena de abastecimiento, el programa de no desperdicio de alimentos y el proyecto de cambio de iluminación a LED en sus tiendas y centros de distribución.

En 2024, SMU recibió el sello de reducción del Programa Huella Chile, producto de un proyecto de cambio de iluminación led en un grupo de locales Unimarc ejecutado en 2023 y que permitió obtener una disminución de emisiones correspondientes a 918 Ton/Co2e, equivalente al 1,85% de las emisiones alcance 2 generadas durante ese año.

Meta de Reducción de Emisiones:

Alcances Cubiertos	Plazo de objetivo	Emisiones del año base y porcentaje a reducir
Alcances 1 y 2 combinados	Año base: 2021 Año objetivo: 2025	Emisiones año base: 0,213 ton CO2e/m2 Porcentaje de emisiones totales del año base: 92%

10.3 EFICIENCIA ENERGÉTICA

Dada la importancia de una correcta gestión del consumo de energía, tanto para reducir su impacto ambiental, así como también para optimizar su eficiencia operacional, SMU se encuentra impulsando diversas iniciativas en materia de eficiencia energética como parte de su plan estratégico para el período 2023-2025:

Gestión de Consumo

Durante 2024, SMU siguió realizando seguimiento a través de la facturación, a los consumos de electricidad, agua y gas de todas las instalaciones en Chile, a través de una plataforma digital que se implementó en 2021, con lo que se permite detectar casos irregulares—como mal factor de potencia, consumos y cargos anómalos—y realizar gestiones administrativas, como cambios de tarifas, entre otros. Esta información habilita la toma de decisiones para mejorar el desempeño energético y la eficiencia en el uso de los recursos. En el 2024 esta iniciativa impactó los resultados en 42 locales, generando un beneficio de CLP 77 millones.

Tienda Sostenible

El proyecto Tienda Sostenible consiste en la mejora del desempeño de los consumos energéticos en los locales, a través de la implementación de instrumentación para el monitoreo constante y control en tiempo real de los principales sistemas energéticos, incluyendo iluminación y climatización. Con esta tecnología se busca evitar peaks de demanda, y adicionalmente se permite la automatización del apagado y encendido de los sistemas al inicio y termino del horario de operación, contribuyendo además a la productividad de las tiendas.

Durante 2024, se expandió el alcance del proyecto, desde cuatro a 16 tiendas, las cuales representan el 7,1% del consumo energético de la Compañía en Chile y presentaron ahorros energéticos de entre 3 a 5%.

Suministro con Energías Renovables

En 2024, se cerró una negociación por migrar más locales a tarifa de cliente libre, lo cual permitirá a SMU aumentar significativamente su porcentaje de energías renovables en el futuro, superando el 50% en el año 2027. Durante 2024 la proporción de energía de fuentes renovables dentro del consumo de sus operaciones en Chile mantiene un valor de 14,4%, y al incluir las operaciones en Perú, la cifra es de un 14,28%.

Sistema de Gestión de Energía ISO 50.001

Como parte del Programa de Energía en SMU Chile, a principios de 2024 se obtuvo la certificación ISO 50.001:2018 por el aumento de alcance del Sistema de Gestión de Energía efectuado en 2023[26], llegando a 382 instalaciones operadas por SMU Chile. Para 2025 se planifica aumentar el alcance del sistema para incluir a los 400 locales operando en Chile[27].

En los 24 locales de uso más significativo de energía de SMU Chile donde se ha implementado el SGE, se ha alcanzado un ahorro de 1,5% a partir de cambios operacionales, iniciativas de buenas prácticas, charlas operacionales y otras instancias que fomentan un uso consciente de la energía.

Electromovilidad

Para reducir los impactos causados por las emisiones en el ámbito de la operación logística, y específicamente vehículos de transporte, como parte de su plan estratégico, SMU ha definido una meta de utilizar camiones eléctricos para el 10% de los despachos realizados entre sus centros de distribución y sus tiendas al año 2025. Durante 2024, la Compañía alcanzó un 4%, duplicando la cifra del año anterior.

Programa Giro Limpio

En 2024, por segundo año consecutivo, SMU recibió la certificación Giro Limpio, programa desarrollado por el área de eficiencia energética del Ministerio de Energía y que busca mejorar la eficiencia de las operaciones logísticas. El programa considera dos grupos de empresas: empresas de transporte y empresas generadoras de carga, siendo la segunda categoría la que aplica para SMU.

El foco para las empresas de transporte está en ofrecer capacitaciones para sus conductores y mantenedores, acceso a innovaciones, desarrollo de programas de eficiencia energética y proyectos de reducción de emisiones en forma permanente. Por su parte, el foco para las empresas generadoras de carga está en maximizar el uso de empresas de transporte certificadas bajo Giro Limpio.

En 2023, el primer año en que SMU obtuvo la certificación, la Compañía tuvo que realizar un trabajo de difusión del programa entre sus transportistas para incentivarlos a ser parte de Giro Limpio, y además demostrar que el 50% de sus viajes se realizaban con camiones de empresas certificadas como Giro Limpio. Para el segundo año, la Compañía debió mantener

[26] Para la expansión de 2023 se consideraron instalaciones en funcionamiento a inicios del año.
[27] Para la expansión de 2025 se considerarán instalaciones en funcionamiento a inicios del año.

ese 50% de viajes en camiones Giro Limpio, meta que superó con creces, al alcanzar un 70%. Otro requerimiento fue el desarrollo de proyectos de eficiencia energética, donde se presentaron los proyectos de Electromovilidad y Reducción de TKN (Toneladas Kilómetro Netas Movilizadas).

Metas Cuantitativas

Las iniciativas de eficiencia energética se enmarcan en metas cuantitativas por cumplir:

Meta	Descripción
Energías Renovables	Firmar contratos para suministro eléctrico a través de energías renovables para instalaciones que representan el 40% del consumo de energía eléctrica de SMU Chile al año 2025.
Consumo Energético	Para el año 2025, consolidar una reducción de un 8% en su consumo energético por metro cuadrado, con respecto al año 2020.

10.4 GESTIÓN DE LA HUELLA HÍDRICA

La escasez hídrica en los países donde SMU opera es un desafío que se ha intensificado en los últimos años. Como parte de su gestión ambiental, la Compañía está comprometida con el uso responsable del agua, midiendo su consumo, identificando oportunidades de optimización y fomentando la conciencia sobre este recurso entre sus colaboradores.

Reafirmando su compromiso, SMU ha implementado la cuantificación y reducción de su huella hídrica en el Centro de Distribución Lo Aguirre, con el objetivo de abordar la escasez de este recurso en el contexto de su actividad supermercadista y su adaptación al nuevo escenario. Como parte de este esfuerzo, se ha implementado una mejora tecnológica en el sistema de enfriamiento del Centro de Distribución Lo Aguirre, que permitió reducir en 6.314 m³ el consumo de agua extraída[28] y en 613 m³ el agua consumida[29] anualmente, avanzando hacia una mayor eficiencia y circularidad en el uso de este recurso.

Esta gestión para reducir la extracción y el consumo de agua se llevó a cabo conforme a lo establecido en el Acuerdo de Producción Limpia (APL) Certificado Azul, que define el esquema para cuantificar y disminuir el uso de este recurso. En 2024, SMU avanzó en su postulación al Nivel 2 de certificación dentro de este Acuerdo, consolidando las acciones ya realizando y los logros obtenidos en la reducción de la huella.

[28] El agua extraída es aquella que se saca de una fuente para ser utilizada en una actividad, no importando si se devuelve luego al medio ambiente o no.
[29] El agua consumida es aquella que, después de ser utilizada, no vuelve a su fuente original porque se evapora, se incorpora en los procesos o se contamina de tal forma que no puede utilizarse.

10.5 INDICADORES AMBIENTALES

Residuos

(Toneladas métricas)

	2024	2023	2022
Residuos reciclados:			
Papel y cartón (envases)	***16.561,82***	***15.726,77***	***15.052,26***
Papel y cartón (no envases)	***3,29***	***4,07***	***0***
Plásticos	***834,69***	***684,87***	***656,87***
Aceites	***306,42***	***356,69***	***555,22***
Textil	***0,00***	***10,03***	***0***
Compostaje	***15,26***	***1,99***	***0***
Residuos Orgánicos Transformados	***81,06***	***94,64***	***96,77***
Total residuos reciclados	**17.802,54**	**16.879,06**	**16.361,12**
Valorización energética (toneladas)	***93,11***	**83,42**	**79,32**
Total residuos valorizados	**17.895,65**	**16.962,48**	**16.440,44**
Residuos asimilables a domésticos	**63.390,56**	**65.272,66**	**67.570,89**
Residuos peligrosos	**21,89**	**41,76**	**36,37**
Cobertura de datos (% ingresos)	**97%**	**98%**	**98%**

Residuos Peligrosos

(Toneladas métricas)

Peligrosidad	2024	2023	2022
Corrosivos	**10,07**	**20,61**	**5,96**
Infecciosos	**0**	**0,01**	**0**
Inflamables	**2,04**	**15,27**	**22,06**
Tóxicos	**9,77**	**5,87**	**8,35**
Total	**21,89**	**41,76**	**36,37**
Cobertura de datos (% m^2) (*)	**98%**	**98%**	**98%**

*Diferencia en coberturas entre el año 2023 y 2024 se debe a modificaciones en la forma de cálculo.

Packaging (*)

(Toneladas métricas)

Materialidad	2024	2023	2022
Papel/cartón/madera/pulpa moldeada	**10.634**	**12.987**	**12.380**
Cartón para líquidos	**237**	**213**	**166**
Metal	**2.696**	**2.552**	**2.479**
Vidrio	**383**	**384**	**428**
Plástico	**4.571**	**3.999**	**4.396**
Otros materiales complejos	**20**	**23**	**67**
***Cobertura** (% ventas)*	***13,1%***	***12,8%***	***12,1%***

*Considera packaging de productos de marcas propias vendidos en Chile.

Detalle de Emisiones Generadas de GEI por Alcance (*)

GEI Directos (Alcance 1)	Unidad de medida	2024	2023	2022
Total emisiones directas GEI (Alcance 1)	Ton met de CO2e	**220.037**	**250.140**	**319.935**
Cobertura de datos (% del denominador)	Porcentaje de superficie operacional (m2)	**97%**	**96%**	**96%**
GEI Indirectos (Alcance 2)	**Unidad de medida**	**2024**	**2023**	**2022**
Basado en la localización	Ton met de CO2e	**50.954**	**59.839**	**72.543**
Cobertura de datos (% del denominador)	Porcentaje de superficie operacional (m2)	**97%**	**96%**	**96%**
GEI Indirectos (Alcance 3)	**Unidad de medida**	**2024**	**2023**	**2022**
Emisiones indirectas totales de GEI (Alcance 3)	Ton met de CO2e	**87.252**	**80.731**	**76.289**
Total Emisiones (Alcance 1, 2 y 3)	**Unidad de medida**	**2024**	**2023**	**2022**
	Ton met de CO2e	**358.243**	**390.710**	**468.767**

*Datos consideran operación en Chile.

Tipos de Emisiones Cuantificados por SMU

ISO 14064-1	WRI/WBCSD GHG Protocol	Fuente
Emisiones Directas	Alcance 1	• Fuentes fijas • Gases de procesos • Emisiones fugitivas
Emisiones Indirectas	Alcance 2	• Electricidad (Kwh/MWh)
Emisiones Indirectas	Alcance 3	• Residuos y emisiones derivadas de la cadena de distribución • Viajes corporativos

Detalle de Emisiones Generadas de GEI por Categoría (Ton/CO2e.) (*)

Categoría Emisiones indirectas (Alcance 3)	Emisiones 2024	Emisiones 2023	Emisiones 2022	Metodología de cálculo de las emisiones
1. Bienes y servicios adquiridos	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
2. Bienes de capital	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
3. Actividades relacionadas con el combustible y la energía (no incluidas en los alcances 1 o 2)	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
4. Transporte y distribución aguas arriba	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
5. Residuos generados en las operaciones	**41.611**	**35.611**	**31.927**	Se considera la generación de Residuos Peligrosos y No Peligrosos
6. Viajes de negocios	**1.071**	**561**	*No medido*	Se considera partir del 2023 los viajes de negocios
7. Desplazamientos de los empleados	**10**	**25**	*No medido*	Se considera a partir del 2023 el desplazamiento de empleados solo para SMU
8. Activos arrendados aguas arriba	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
9. Transporte y distribución aguas abajo	**44.559**	**44.534**	**44.362**	Se considera el transporte en los residuos peligrosos y no peligrosos, servicios de Motoboy, el transporte de distribución de productos desde CDs a Locales, y distribución de productos en e-commerce
10. Procesamiento de productos vendidos	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
11. Utilización de productos vendidos	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
12. Tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
13. Activos arrendados aguas abajo	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
14. Franquicias	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
15. Inversiones	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
Otros aguas arriba	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*
Otros aguas abajo	*No medido*	*No medido*	*No medido*	*No medido*

*Datos consideran operación en Chile.

Consumo de Energía

	2024	2023	2022
Gas (MWh)	**34.091**	**35.611**	**30.511**
Electricidad (MWh)	**255.037**	**253.784**	**241.725**
Total Consumo Energía (MWh)	**289.104**	**289.395**	**272.236**
Cobertura de datos (% m^2)	**98%**	**100%**	**97%**

Consumo de Energía Eléctrica (*)

Tipo de energía	**2024 MWh**	**2023 % Consumo**	**2023[3] MWh**	**2023 % Consumo**	**2022[4] MWh**	**2022 % Consumo**
Fuentes renovables	**36.421**	**12,1%**	**30.691**	**12,1%**	**7.380**	**3,1%**
Fuentes no renovables	**218.616**	**87,9%**	**223.093**	**87,9%**	**234.345**	**96,9%**
Cobertura de datos (% m^2)	**98%**		**100%**		**97%**	

*Diferencia en coberturas entre el año 2023 y 2024 se debe a modificaciones en la forma de cálculo.

Costo de Energía (*)

	2024	2023	2022
Costo energía (millones de CLP)	**39.029**	**29.573**	**25.953**

*Datos 2022 consideran operación en Chile. Datos 2023 consideran operación en Chile para consumo de gas y operaciones en Chile y Perú para consumo de electricidad. Datos 2024 consideran Chile y Perú gas y electricidad.

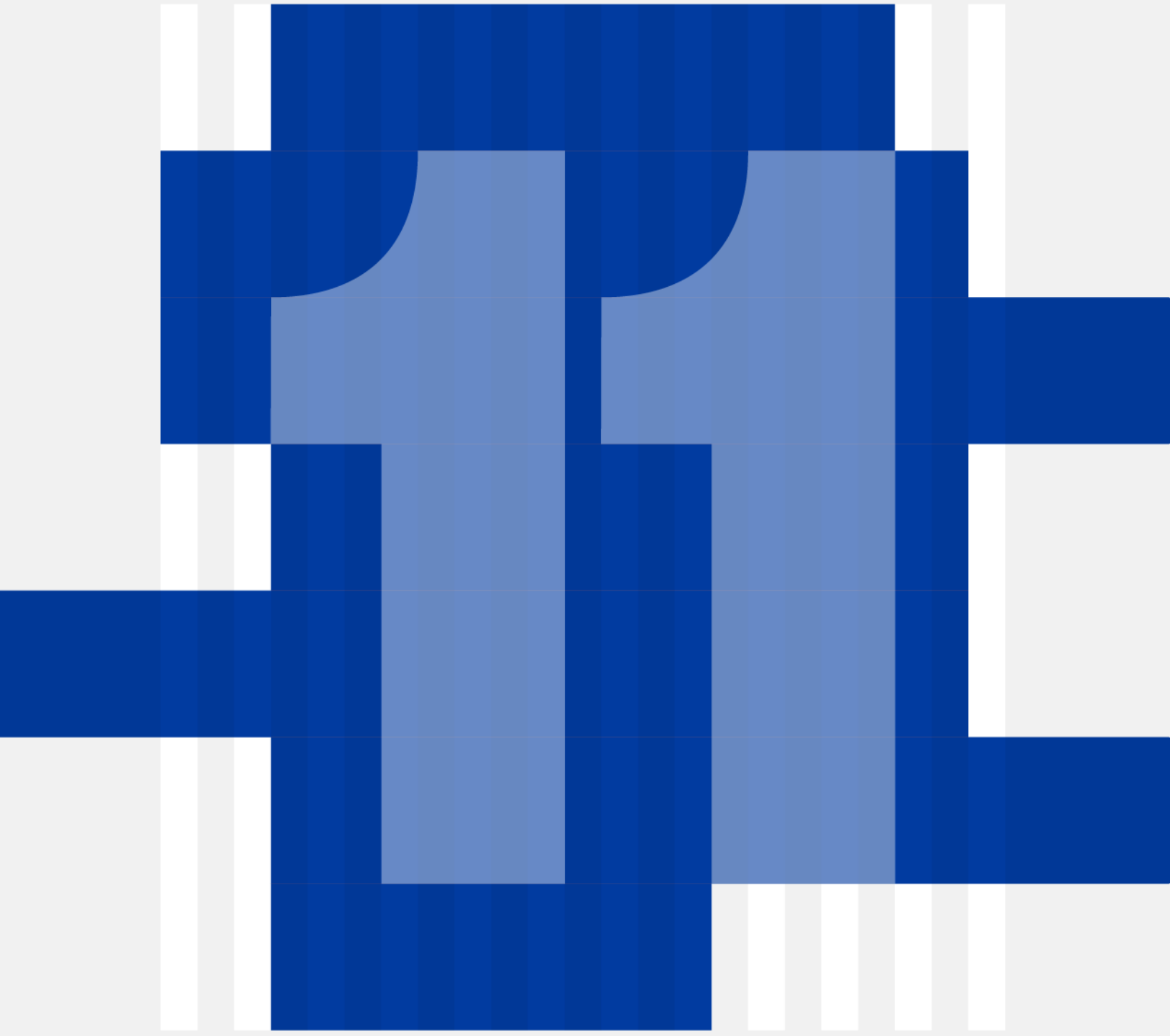
Consumo de Agua

Total consumo de agua	Unidad de medida	2024	2023	2022
A. Extracción: Total de abastecimiento de aguas municipal	Millón de metros cúbicos	**1,21**	**1,16**	**1,13**
B. Extracción: Agua fresca (lagos, ríos, etc.)	Millón de metros cúbicos	**0**	**0**	**0**
C. Extracción: Aguas subterráneas	Millón de metros cúbicos	**0**	**0**	**0**
D. Descarga: Agua devuelta a su fuente de extracción, a mayor o similar calidad a la extraída (sólo para A y B)	Millón de metros cúbicos	**0**	**0**	**0**
E. TOTAL CONSUMO DE AGUA FRESCA (A+B+C-D)	Millón de metros cúbicos	**1,21**	**1,16**	**1,13**
Consumo total de agua en zonas con estrés hídrico	Megalitros	**140**	**150**	**601**
Consumo total de agua en zonas sin estrés hídrico	Megalitros	**1.065**	**991**	**533**
Cobertura de datos (% m^2)	Porcentaje de metros cuadrados de operación	**98%**	**100%**	**98%**

* Diferencia en coberturas entre el año 2023 y 2024 se debe a modificaciones en la forma de cálculo.

Reconocimientos Ambientales 2024

Tema	Reconocimiento
Acuerdo de Producción Limpia de Eco-etiquetado II	En 2024 concluye el APL, logrando completar con un 100% la auditoria por cumplimiento.
Acuerdo de Producción Limpia de Transición hacia la Economía Circular	Logro del 100% de metas del APL según auditoria final para obtener certificación de instalaciones evaluadas, en dónde se midió la circularidad de estas y se implementaron mejoras para aumentar este indicador.
Sello Excelencia Energética	Obtención del Sello de Excelencia Energética categoría “Oro”, entregado por el Ministerio de Energía y la Agencia de Sostenibilidad Energética. Este sello corresponde a la máxima distinción.
Programa Giro Limpio	Certificación “Programa Giro Limpio” en la categoría como generadores de carga. El objetivo es implementar medidas de eficiencia en el almacenamiento, transporte y distribución de la carga.
Certificación de Cuantificación Huella Chile	Certificación del programa Huella Chile, liderado por el Ministerio del Medio Ambiente, y que reconoce a las empresas que cuantificaron sus emisiones de gases de efecto invernadero.
Certificación de Reducción Huella Chile	Certificación del programa Huella Chile, liderado por el Ministerio del Medio Ambiente, y que reconoce a las empresas que implementaron proyectos de reducción de gases de efecto invernadero.
Energy Management Insight Award 2024	Obtención de reconocimiento Energy Management Insight Award 2024 por la implementación del Sistema de Gestión de Energía (SGE), entregado por CleanEnergy Ministerial (CEM), foro mundial conformado para promover políticas y prácticas para una transición hacia energías limpias.



DESEMPEÑO **FINANCIERO**

Una sólida posición financiera resulta imprescindible para **ejecutar los planes estratégicos y alcanzar los objetivos de crecimiento sostenible y rentable**

que SMU se ha planteado como parte de su visión de largo plazo. La Compañía cuenta con rigurosos procesos para monitorear los avances de su plan estratégico; sus resultados operacionales y no operacionales; y sus proyectos de inversión, buscando de esta forma asegurar una correcta implementación, siempre sobre la base de un desarrollo responsable de su actividad.

TEMAS	AVANCES 2024
Crecimiento con rentabilidad	Colocación de cuatro bonos locales por un total de UF 5,5 millones, permitiendo aplanar el calendario de vencimientos.

11.1 ANÁLISIS RAZONADO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS AL 31.12.2024

11.1.1 RESUMEN EJECUTIVO RESULTADOS CONSOLIDADOS

Los **ingresos de SMU** del cuarto trimestre de 2024 (4T24) aumentaron en 1,5% con respecto al cuarto trimestre de 2023 (4T23), alcanzando los CLP 749.781 millones, en un contexto de consumo aún débil, reflejando el desempeño de la economía. Los ingresos del año completo 2024 alcanzaron los CLP 2.887.165 millones, un aumento de 0,9% con respecto a los CLP 2.862.383 millones generados en 2023. Unimarc fue el formato de mayor crecimiento de ingresos, anotando un incremento de 2,4% en el cuatro trimestre.

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 el cuarto trimestre, SMU abrió tres tiendas en Chile y tres en Perú, alcanzando un total de 20 en el año. Asimismo, en el año 2023 la Compañía había abierto otros 14 locales, sumando un total de 34 nuevas aperturas entre 2023 y 2024. Estas tiendas contribuyen al crecimiento de las ventas, teniendo en promedio, un desempeño por sobre el esperado en materia de ventas y EBITDA.

Por otra parte, las **ventas online**, realizadas tanto a través de las plataformas propias de SMU, así como también a través de alianzas estratégicas con *last milers*, crecieron en 21% en el año 2024, pasando a representar un 4% de participación de las ventas de locales con operaciones online[30], un avance con respecto al 2,8% alcanzado en 2023.

La **ganancia bruta** para el cuarto trimestre de 2024 alcanzó los CLP 236.204 millones, un aumento de un 3,9% con respecto al 4T23. En términos del **margen bruto** porcentual, este alcanzó un 31,5% en el 4T24, un aumento de 70 puntos base (pb) comparado con el 30,8% registrado en el mismo período de 2023. El desempeño en margen bruto marcó una **recuperación importante**, luego de dos trimestres en que este indicador había registrado una caída con respecto al mismo período del año anterior. Durante el cuarto trimestre, a través de mejoras en la eficiencia comercial y de la optimización del surtido promocional, la Compañía recuperó el nivel del margen bruto. De esta forma, en el año completo, la ganancia bruta alcanzó los CLP 885.703 millones, mayor en un 0,9% con respecto a 2023, y el margen bruto del año 2024 alcanzó 30,7%, el mismo nivel que en 2023.

[30] Considera el formato Unimarc.

Por otra parte, los **gastos operacionales**[31] aumentaron en un 7,6% en 4T24, y en un 6,2% en el año completo 2024 con respecto a 2023, principalmente explicado por alzas en el salario mínimo promedio (mayor en un 9,9% en 2024 vs. 2023 y en un 8,7% en 4T24 vs. 4T23) e inflación (4,5% en 2024 y 1,0% en 4T24), además del efecto de los incrementos en las tarifas eléctricas. Las iniciativas de eficiencia operacional y productividad que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico han permitido mitigar dichos impactos.

El **EBITDA**[32] de SMU alcanzó CLP 66.472 millones en el cuarto trimestre de 2024, y un margen EBITDA de 8,9%, menor que el cuarto trimestre de 2023 (CLP 69.709 millones y margen EBITDA de 9,4%), pero una mejora secuencial con respecto a los trimestres anteriores, reflejando la recuperación en el margen bruto. El EBITDA del año 2024 alcanzó CLP 231.953 millones, y el margen EBITDA fue de 8,0%, en línea con las expectativas de la Compañía para el período.

El **resultado no operacional** de SMU para el cuarto trimestre de 2024 fue una pérdida de CLP 21.670 millones, una variación negativa de CLP 15.537 millones con respecto al 4T23, explicado principalmente por el efecto del recupero de un seguro en 4T23, por CLP 12.794 millones. En el año 2024, se registró una variación en la pérdida no operacional de CLP -14.734 millones, explicado principalmente por mayores costos financieros y pérdidas por unidades de reajustes, además de efectos no recurrentes del año anterior.

El **resultado antes de impuestos** alcanzó CLP 16.474 millones en 4T24, una disminución de CLP 21.013 millones (56,1%) con respecto al 4T23. Sin embargo, al excluir el efecto del recupero del seguro en 4T23, la disminución sería de CLP 8.219 millones (33,3%). Asimismo, en el año 2024, el resultado antes de impuestos alcanzó CLP 47.027 millones, una disminución de CLP 53.179 millones (53,1%).

La **utilidad neta** para 2024 alcanzó los CLP 48.750 millones, menor en CLP 38.525 millones (44,1%) con respecto a los CLP 87.274 millones obtenidos en 2023. Con respecto al cuarto trimestre, la utilidad neta alcanzó CLP 15.560 millones, una disminución de CLP 20.483 millones (-56,8%) con respecto a los CLP 36.042 millones registrados en 4T23.

Con respecto a la **situación financiera** de SMU, durante el año 2024 la Compañía realizó cuatro exitosas colocaciones de bonos locales, alcanzando un total de UF 5,5 millones, como parte de su estrategia de refinanciar vencimientos de los años 2024 y 2025. Estas transacciones permitieron a la Compañía aplanar su perfil de vencimientos para los próximos años.

[31] Gastos operacionales = gastos de distribución + gastos de administración y ventas – depreciación - amortización
[32] EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización

11.1.2
ANÁLISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados consolidados de SMU S.A. y Filiales para los períodos de tres y doce meses terminados al 31 de diciembre de 2024 y 2023. Todas las cifras están expresadas en pesos chilenos (CLP) y de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera ("NIIF" o "IFRS").

Cuadro 1.1: Estado de Resultados Consolidados Trimestrales

(Millones CLP)	4T24	4T23	% Var.
Ingresos de Actividades Ordinarias	749.781	738.847	1,5%
Costo de Ventas	(513.577)	(511.430)	0,4%
Ganancia Bruta	**236.204**	**227.417**	**3,9%**
Margen Bruto (%)	31,5%	30,8%	
Gastos de Distribución	(11.642)	(10.814)	7,7%
Margen de Contribución	**224.563**	**216.603**	**3,7%**
Margen de Contribución (%)	30,0%	29,3%	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(158.090)	(146.894)	7,6%
EBITDA	**66.472**	**69.709**	**(4,6%)**
Margen EBITDA (%)	8,9%	9,4%	
Depreciación y Amortización	(28.328)	(26.089)	8,6%
Resultado Operacional	**38.144**	**43.620**	**(12,6%)**
Otras Ganancias (Pérdidas)	155	13.415	(98,8%)
Ingresos Financieros	2.104	1.739	21,0%
Costos Financieros	(15.535)	(13.656)	13,8%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(294)	(116)	152,1%
Diferencias de Cambio	(68)	15	n.a.
Resultados por Unidades de Reajuste	(8.032)	(7.529)	6,7%
Resultado No Operacional	**(21.670)**	**(6.133)**	**253,3%**
Utilidad Antes de Impuesto	**16.474**	**37.487**	**(56,1%)**
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	(915)	(1.445)	(36,7%)
Ganancia (Pérdida) del Período	**15.560**	**36.042**	**(56.8%)**
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	15.560	36.553	(57,4%)
Pérdida atribuible a participaciones no controladoras	**0**	**(511)**	**n.a.**
Ganancia (Pérdida) del Período	**15.560**	**36.042**	**(56,8%)**

Cuadro 1.2: Estado de Resultados Consolidados Anuales

(Millones CLP)	2024	2023	% Var.
Ingresos de Actividades Ordinarias	2.887.165	2.862.383	0,9%
Costo de Ventas	(2.001.463)	(1.984.483)	0,9%
Ganancia Bruta	**885.703**	**877.900**	**0,9%**
Margen Bruto (%)	30,7%	30,7%	
Gastos de Distribución	(45.367)	(41.557)	9,2%
Margen de Contribución	**840.336**	**836.343**	**0,5%**
Margen de Contribución (%)	29,1%	29,2%	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(608.383)	(573.863)	6,0%
EBITDA	**231.953**	**262.480**	**(11,6%)**
Margen EBITDA (%)	8,0%	9,2%	
Depreciación y Amortización	(108.615)	(100.697)	7,9%
Resultado Operacional	**123.338**	**161.782**	**(23,8%)**
Otras Ganancias (Pérdidas)	(346)	5.014	n.a.
Ingresos Financieros	9.867	8.825	11,8%
Costos Financieros	(61.143)	(53.331)	14,6%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(605)	(73)	726,9%
Diferencias de Cambio	76	(516)	n.a.
Resultados por Unidades de Reajuste	(24.161)	(21.495)	12,4%
Resultado No Operacional	**(76.311)**	**(61.577)**	**23,9%**
Utilidad Antes de Impuesto	**47.027**	**100.206**	**(53,1%)**
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	1.723	(12.932)	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	**48.750**	**87.274**	**(44,1%)**
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	48.750	88.784	(45,1%)
Pérdida atribuible a participaciones no controladoras	0	(1.510)	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	**48.750**	**87.274**	**(44,1%)**

*n.a. = no aplica. Indica la comparación en términos porcentuales entre un número positivo en un período y un número negativo en otro período.

11.1.2.1
RESULTADOS OPERACIONALES

Ingresos de Actividades Ordinarias

Los **ingresos de actividades ordinarias** de 2024 alcanzaron los CLP 2.887.165 millones, un aumento de 0,9% con respecto a los CLP 2.862.383 millones generados en 2023. Respecto al 4T24, los ingresos fueron CLP 749.781 millones, mayor en un 1,5% a los CLP 738.847 millones registrados en el cuarto trimestre de 2023.

Cuadro 2.1: Ingresos Trimestrales (CLP MMM)

Ingresos (CLP MMM)	4T24	4T23	% Variación
Unimarc	506	494	2,4%
Mayoristas	220	222	-1,1%
Otros (*)	5,9	5.0	18,1%
Supermercados Chile	732	722	1,4%
Supermercados Perú	17,7	17	4,1%
TOTAL SMU	**750**	**739**	**1,5%**

Cuadro 2.2: Ingresos Anuales (CLP MMM)

Ingresos (CLP MMM)	2024	2023	% Variación
Unimarc	1.945	1.912	1,6%
Mayoristas	864	871	-0,9%
Otros (*)	17,3	17,5	-1,0%
Supermercados Chile	2.826	2.802	0,8%
Supermercados Perú	61,6	60	2,0%
TOTAL SMU	**2.887**	**2.862**	**0,9%**

(*) 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.

Los ingresos del segmento **Supermercados Chile** aumentaron en un 1,4% en el cuarto trimestre de 2024 con respecto al 4T13, impulsado por un aumento de un 2,4% en el formato Unimarc, con una contribución importante de las nuevas tiendas abiertas en el último año como parte del plan estratégico de la Compañía. En el año completo 2024, los ingresos del segmento Supermercados Chile crecieron 0,8%, y los ingresos de Unimarc, un 1,6%.

En el caso del segmento mayoristas, que incluye los formatos de precio Alvi, Mayorista 10 y Super10, los ingresos disminuyeron en un 1,1% en el 4T24 (-0,9% en el año 2024 vs. 2023), explicado principalmente por la base de comparación. Cabe destacar que desde el año 2021, los ingresos de este segmento han tenido una tasa de crecimiento anual compuesto sobre 8%.

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 el cuarto trimestre, SMU abrió tres tiendas en Chile y tres en Perú, alcanzando un total de 20 en el año. Asimismo, en el año 2023 la Compañía había abierto otros 14 locales, sumando un total de 34 nuevas aperturas entre 2023 y 2024. Estas tiendas contribuyen al crecimiento de las ventas, teniendo en promedio, un desempeño por sobre el esperado en materia de ventas y EBITDA.

Por otra parte, las **ventas online**, realizadas tanto a través de las plataformas propias de SMU, así como también a través de alianzas estratégicas con *last milers*, crecieron en 21% tanto en el año 2024, pasando a representar un 4% de participación de las ventas de locales con operaciones online[33], un avance con respecto al 2,8% alcanzado en 2023.

Con respecto al desarrollo de productos de **marcas propias**, durante 2024, la Compañía agregó cerca de 200 productos nuevos, y las ventas de marcas propias pasaron a representar el 13% de la venta total en Chile.

Los ingresos de **Supermercados Perú**, medidos en pesos chilenos, aumentaron en un 4,1% en el cuarto trimestre de 2024 (+2,0% en el año 2024). Medidos en moneda local, los ingresos disminuyeron en un 4,3% en 4T24 (-9,3% en 2024), reflejando el complejo escenario económico que afecta al consumo. Adicionalmente, se cerraron tres tiendas antiguas del formato Maxiahorro a principios del año, por motivos de desempeño, permitiendo optimizar el portafolio de locales. El efecto de estos cierres fue parcialmente compensado por la apertura de seis nuevas tiendas a lo largo del año.

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

SSS (Δ %)	4T24	4T23	2024	2023
Unimarc	0,4%	-4,9%	-0,3%	-0,7%
Mayoristas	-4,5%	-4,8%	-4,3%	1,4%
Supermercados Chile	-1,1%	-4,8%	-1,5%	-0,1%
Supermercados Perú	-5,0%	-8,8%	-9,7%	-3,2%
TOTAL SMU	**-1,0%**	**-4,9%**	**-1,5%**	**-0,2%**

[33] Considera el formato Unimarc.

Las **ventas de locales equivalentes (SSS)** presentaron una disminución de 1,0% en el cuarto trimestre de 2024, y de 1,1% en Supermercados Chile, principalmente explicado por el formato mayoristas, que registró una disminución de 4,5%, reflejando la base de comparación, tal como se describió más arriba. Por su parte, las ventas de locales equivalentes del formato Unimarc aumentaron en 0,4% en 4T24.

En el caso de Supermercados en Perú, las SSS (medido en soles) disminuyeron en un 9,7% en 2024 y en un 5,0% en 4T24.

Cuadro 4: Evolución de Ventas por Metro Cuadrado (CLP M/M^2)

VENTAS POR M^2 (CLP M/M^2)	4T24	4T23	Δ %	2024	2023	Δ %
Supermercados Chile	494	494	0,2%	480	484	-1,0%
Supermercados Perú	289	279	3,8%	266	251	6,3%
TOTAL SUPERMERCADOS	**487**	**485**	**0,4%**	**472**	**475**	**-0,7%**

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 486.754 en 4T24, mayor en un 0,4% vs. 4T23 (CLP 471.564 para 2024, un 0,7% menor que en 2023). En Chile se registró un aumento de 0,2% en 4T24 (disminución de 1,0% en 2024), reflejando el comportamiento en ventas, además del efecto de nuevos metros agregados durante el año, correspondientes a tiendas nuevas que todavía no alcanzan la madurez en ventas.

Con respecto a Perú, se registró un aumento de 3,8% en 4T24 y de 6,3% en 2024, reflejando el comportamiento en ventas (medidas en pesos chilenos), además de la diferencia de metros cuadrados por el cierre de tiendas mencionado más arriba. Los cierres ocurrieron al principio de año y eran tiendas de mayor tamaño, mientras que las nuevas tiendas son más pequeñas, y las aperturas estuvieron concentradas en el último trimestre.

Cuadro 5: Número de Locales y Superficie de Ventas (Miles de M^2)

	N° LOCALES		SUPERFICIE DE VENTAS	
SSS (Δ %)	4T24	4T23	4T24	4T23
Unimarc	296	292	353	355
Mayoristas	104	98	134	127
Supermercados Chile	400	390	486	482
Supermercados Perú	33	30	19	20
TOTAL SUPERMERCADOS	**433**	**420**	**506**	**502**

Cuadro 6: Evolución de Aperturas y Cierres de Locales

APERTURAS Y CIERRES	4T23		1T24		2T24		3T24		4T24	
	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.
Unimarc	4	1	0	2	2	0	5	1	1	1
Mayoristas	3	0	1	0	0	0	3	0	2	0
Supermercados Chile	7	1	1	2	2	0	8	1	3	1
Supermercados Perú	0	0	1	2	1	1	1	0	3	0

Al cierre de 2024, SMU cuenta con 400 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, 10 más que los 390 locales al cierre del 4T23, y un total de 486.271 metros cuadrados. En Perú, se totalizan 33 locales (19.433 metros cuadrados). En total, la Compañía cuenta con **433 tiendas** y **505.703 metros cuadrados** entre Chile y Perú.

SMU logró un avance significativo en su **plan de crecimiento** durante el año, abriendo 20 tiendas: ocho tiendas Unimarc, cuatro de Super10, dos de Alvi y seis de Maxiahorro. Las aperturas en Chile están ubicadas en las regiones de Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana y Los Lagos, mientras que todos los locales nuevos en Perú se abrieron en la zona norte del país. Por otra parte, la Compañía cerró siete locales—cuatro del formato Unimarc en Chile y tres del formato Maxiahorro en Perú—, los cuales arrastraban un bajo desempeño durante los últimos años.

Además de las nuevas aperturas, la Compañía completó cinco reconversiones de tiendas, desde el formato Mayorista 10 al formato Super10, y 25 remodelaciones de tiendas Unimarc.

Gastos Operacionales

Los **gastos operacionales** (gastos de distribución más los gastos de administración y ventas, excluyendo depreciación y amortización) totalizaron CLP 653.749 millones en 2024, un aumento de 6,2% con respecto a los CLP 615.420 millones registrados en 2023. Como proporción de la venta, los gastos operacionales fueron un 22,6% en 2024, un aumento de 114 pbs con respecto al 21,5% registrado en 2023. En cuanto al cuarto trimestre de 2024, los gastos operacionales fueron CLP 169.732 millones (22,6% de la venta), un aumento del 7,6% con respecto a los CLP 157.707 millones (21,3% de la venta) registrados en 4T23.

Los **gastos de distribución** de 2024 alcanzaron CLP 45.367 millones, un aumento de 9,2% con respecto a los CLP 41.557 millones de 2023. Como porcentaje de la venta, los gastos de distribución alcanzaron 1,6% en 2024 y un 1,5% para 2023. Para el período 4T24, los gastos de distribución alcanzaron los CLP 11.642 millones (1,6% de la venta), un aumento del 7,7% respecto a los CLP 10.814 millones (1,5% de la venta) del mismo período del año anterior. El aumento en los gastos de distribución es explicado por el alza en el precio del petróleo, sumado a la inflación, variables que influyen en el polinomio de las tarifas de

transporte, además de aumentos en la centralización, contribuyendo a una mejor gestión de inventarios y disponibilidad de productos.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) totalizaron CLP 608.383 millones (21,1% de la venta) en 2024, un aumento de 6,0% respecto a los CLP 573.863 millones (20% de la venta) registrados en 2023. En cuanto al cuarto trimestre de 2024, los gastos de administración alcanzaron CLP 158.090 millones (21,1% de la venta), un aumento de 7,6% con respecto a los CLP 146.894 millones (19,9% de la venta) del 4T23.

Las principales variaciones en los gastos de administración de 2024 fueron:

a. Aumento de CLP 20.783 millones (+7,4% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (9,9%), ajustes de inflación (4,3%) y aperturas de locales, parcialmente compensado por una menor dotación promedio.
b. Aumento de CLP 14.508 millones (+13,0% a/a) en servicios, principalmente explicado por alzas en las tarifas eléctricas, además de mayores gastos por servicios de seguridad y aseo, estas últimas fuertemente ligadas a alzas de inflación y salario mínimo. de tarjetas de crédito y débito como medio de pago.

Las principales variaciones del trimestre fueron:

a. Aumento de CLP 7.683 millones (+11,1% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio, ajustes de inflación y aperturas de locales.
b. Aumento de CLP 5.254 millones (+18,2% a/a) en servicios, principalmente explicado por alzas en las tarifas eléctricas, además de mayores gastos de seguridad y aseo.
c. Disminución de CLP 3.684 millones (-52,2% a/a) en servicios externos, debido a menores gastos por asesorías.
d. Aumento de CLP 1.937 millones (+49,0% a/a) en mantención.

Cuadro 7: Dotación Promedio

DOTACIÓN PROMEDIO	4T24	4T23	Δ %	2024	2023	Δ %
Locales Chile	21.011	20.604	2,0%	20.789	20.977	-0,9%
Corporativo Chile	2.082	2.027	2,7%	2.066	2.152	-4,0%
Supermercados Chile	**23.093**	**22.631**	**2,0%**	**22.855**	**23.128**	**-1,2%**
Locales Perú	605	583	3,8%	580	588	-1,3%
Corporativo Perú	137	134	2,2%	135	131	2,8%
Supermercados Perú	**742**	**717**	**3,5%**	**715**	**719**	**-0,5%**
TOTAL SUPERMERCADOS	**23.834**	**23.348**	**2,1%**	**23.569**	**23.847**	**-1,2%**

Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

La **ganancia bruta** para el cuarto trimestre de 2024 alcanzó los CLP 236.204 millones, un aumento de un 3,9% con respecto a los CLP 227.417 millones totalizados en 4T23. En términos del **margen bruto** porcentual, este alcanzó un 31,5% en el 4T24, un aumento de 70 pb comparado con el 30,8% registrado en el mismo período de 2023. El desempeño en margen bruto marcó una recuperación importante, luego de dos trimestres en que este indicador había registrado una caída con respecto al mismo período del año anterior.

En el segundo trimestre del año, la Compañía implementó un cambio en su estrategia promocional, poniendo foco en productos básicos de alta sensibilidad al precio para los consumidores, mejorando la competitividad a través de precios más atractivos y contribuyendo a una mejora en las ventas. Sin embargo, el cambio en el mix de ventas tuvo un impacto en el margen bruto. Durante el cuarto trimestre, a través de mejoras en la eficiencia comercial y de la optimización del surtido promocional, la Compañía recuperó el nivel del margen bruto. De esta forma, en el año completo, la ganancia bruta alcanzó los CLP 885.703 millones, mayor en un 0,9% a los CLP 877.900 millones generados en 2023. Asimismo, el margen bruto del año 2024 alcanzó 30,7%, el mismo nivel que en 2023.

El **margen de contribución** del 4T24 alcanzó CLP 224.563 millones (30,0% de los ingresos), un aumento de 3,7% con respecto a los CLP 216.603 millones (29,3% de los ingresos) obtenidos en 4T23. En tanto, en el año 2024 alcanzó CLP 840.336 millones (29,1% de los ingresos), un aumento de 0,5% con respecto a los CLP 836.343 millones (29,2% de los ingresos) de 2023.

El **EBITDA** del cuarto trimestre de 2024 alcanzó CLP 66.472 millones (margen EBITDA 8,9%), menor en un 4,6% a los CLP 69.709 millones (margen EBITDA 9,4%) del 4T23. En el año 2024, fue de CLP 231.953 millones (margen EBITDA 8,0%), una disminución de 11,6% con respecto a los CLP 262.480 millones (margen EBITDA 9,2%) de 2023.

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 2024 alcanzó CLP 42.344 millones, menor en un 11,3% a los CLP 47.764 millones registrados en 4T23. En el año completo 2024, el EBITDA ajustado por arriendo de locales alcanzó los CLP 138.576 millones, menor en un 21,4% con respecto a los CLP 176.370 millones del 2023. En ambos casos, la variación refleja el menor EBITDA, además del mayor pago de arriendos asociado a la mayor inflación.

El **resultado operacional** del 4T24 alcanzó los CLP 38.144 millones, menor en un 12,6% a los CLP 43.620 millones del 4T23. Asimismo, el resultado operacional del año 2024 ascendió a CLP 123.338 millones, una disminución del 23,8% respecto a los CLP 161.782 millones del 2023. Lo anterior se debió al menor EBITDA, además de un aumento en la depreciación y amortización (+7,9% en 2024 y +8,6% en 4T24), reflejando los mayores niveles de inversión de la Compañía en los últimos años como parte de sus planes estratégicos.

11.1.2.2
RESULTADO NO OPERACIONAL[34]

El **resultado no operacional** de SMU para el año 2024 totalizo una pérdida de CLP -76.311 millones, una variación de CLP 14.734 millones con respecto a la pérdida de CLP -61.577 millones registrada en 2023. La variación se explica principalmente por:

a. Un aumento de CLP 7.812 millones (14,6%) en los **costos financieros**, relacionado principalmente al aumento en las obligaciones con el público, producto de colocaciones de bonos efectuadas durante 2024 para anticipar el refinanciamiento de vencimientos de deuda de los años 2024 y 2025, generando una superposición de deuda entre las fechas de colocación de los bonos nuevos y las fechas de vencimientos de los bonos refinanciados, aumentando el gasto financiero de la Compañía, parcialmente compensado por un mayor ingreso financiero (+11,8% vs. 2023). Adicionalmente, aumentaron los costos financieros por derechos de uso, producto de la adición de nuevos contratos de arriendo en el período.
b. Una disminución de CLP 5.360 millones (-106,9%) en el rubro **otras ganancias y pérdidas**, principalmente debido a dos efectos que ocurrieron en el año 2023, afectando la base de comparación para 2024: (1) en agosto 2023, se llevó a cabo un plan de optimización de la estructura organizacional, generando una pérdida por CLP -8.186 millones; y (2) en 4T23, SMU llegó a un acuerdo con las compañías de seguros para el pago de un monto del monto provisionado para el recupero del seguro correspondiente a los actos vandálicos ocurridos a partir del 18 de octubre 2019, generando una ganancia por CLP 12.794 millones.
c. Un incremento de CLP 2.666 millones (12,4%) en la **pérdida por resultados por unidades de reajuste**, principalmente debido al mayor stock de deuda financiera denominada en UF en 2024 con respecto a 2023.

En cuanto al cuarto trimestre de 2024, la **pérdida no operacional** totalizó CLP -21.670 millones, una variación de CLP 15.537 millones con respecto a los CLP -6.133 millones registrados en 2023, principalmente explicado por la variación de CLP 13.620 millones (98,8%) en las **otras ganancias y pérdidas**, debido a la ganancia no recurrente relacionada con el recupero del seguro en 4T23 (CLP 12.794 millones) mencionada más arriba. Adicionalmente, los **costos financieros** aumentaron en CLP 1.879 millones (13,8%).

[34] 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

11.1.2.3
IMPUESTO A LAS GANANCIAS Y RESULTADO NETO

El **resultado antes de impuestos** alcanzó CLP 47.027 millones en 2024, una disminución de CLP 53.179 millones (53,1%) con respecto al 2023, explicado principalmente por el menor resultado operacional, mientras que en el 4T24, el resultado antes de impuestos alcanzó CLP 16.474 millones, una disminución de CLP 21.013 millones (56,1%), explicado principalmente por el menor resultado no operacional.

El **ingreso (gasto) por impuestos a las ganancias** para el año 2024 alcanzó un ingreso de CLP 1.723 millones, una variación positiva de CLP 14.654 millones con respecto al gasto de CLP -12.932 millones registrado en 2023. En el cuarto trimestre, en tanto, se registró un gasto por impuestos a las ganancias de CLP -915 millones (variación positiva de CLP 530 millones vs. el gasto de CLP -1.445 millones del 2023). En ambos períodos, la variación se explica por el menor resultado antes de impuestos, además de diferencias en los impuestos diferidos de los períodos 2023 y 2024.

En consecuencia, la **utilidad neta** para 2024 alcanzó los CLP 48.750 millones, menor en CLP 38.525 millones (44,1%) con respecto a los CLP 87.274 millones obtenidos en 2023. Con respecto al cuarto trimestre, la utilidad neta alcanzó CLP 15.560 millones, una disminución de CLP 20.483 millones (-56,8%) con respecto a los CLP 36.042 millones registrados en 4T23.

11.1.3
ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Cuadro 8.1: Estado de Situación Financiera al 31 de dic. de 2024 y 2023 – Activos

(Millones CLP)	Dic. 2024	Dic. 2023	Δ $	Δ %
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	154.890	105.218	49.672	47,2%
Otros Activos Financieros Corrientes	3.168	3.685	(517)	(14,0%)
Otros Activos No Financieros Corrientes	43.167	26.940	16.227	60,2%
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	96.566	141.894	(45.328)	(31,9%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	1.656	506	1.150	227,1%
Inventarios	236.300	218.438	17.861	8,2%
Activos por Impuestos Corrientes	4.976	4.428	548	12,4%
Total Activos Corrientes	**540.723**	**501.111**	**39.612**	**7,9%**
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros No Corrientes	383	392	(9)	(2,3%)
Otros Activos No Financieros No Corrientes	3.120	2.561	560	21,9%
Cuentas por Cobrar No Corrientes	3.472	2.184	1.287	58,9%
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	7.148	3.104	4.044	130,3%
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	74.528	66.832	7.696	11,5%
Plusvalía	476.155	473.848	2.307	0,5%
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	931.196	867.478	63.718	7,3%
Activos por Impuestos Diferidos	469.199	466.662	2.537	0,5%
Total Activos No Corrientes	**1.965.202**	**1.883.062**	**82.139**	**4,4%**
TOTAL ACTIVOS	**2.505.924**	**2.384.173**	**121.751**	**5,1%**

Cuadro 8.2: Estado de Situación Financiera al 31 de dic. de 2024 y 2023 – Pasivos

(Millones CLP)	Dic. 2024	Dic. 2023	Δ $	Δ %
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	233.701	170.205	63.496	37,3%
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	405.666	428.082	(22.416)	(5,2%)
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	484	619	(134)	(21,7%)
Otras Provisiones Corrientes	4.042	3.998	44	1,1%
Pasivos por Impuestos Corrientes	1.251	1.183	69	5,8%
Beneficios a los Empleados	25.080	37.530	(12.450)	(33,2%)
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	13.234	9.226	4.008	43,4%
Total Pasivos Corrientes	**683.459**	**650.842**	**32.616**	**5,0%**
PASIVOS NO CORRIENTES				9,5%
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	996.226	909.666	86.559	9,5%
Cuentas por Pagar No Corrientes	9.725	10.210	(486)	(4,8%)
Beneficios a los Empleados	4.338	406	3.933	969,3%
Total Pasivos No Corrientes	1.010.289	920.282	90.006	9,8%
TOTAL PASIVOS	**1.693.747**	**1.571.125**	**122.623**	**7,8%**

Cuadro 8.3: Estado de Situación Financiera al 31 de dic. de 2024 y 2023 – Patrimonio

(Millones CLP)	Dic. 2024	Dic. 2023	Δ $	Δ %
PATRIMONIO				
Capital Emitido	522.909	523.742	(833)	(0,2%)
Acciones Propias en Cartera	0	(833)	833	(100,0%)
Utilidad (Pérdida) Acumulada	137.197	140.754	(3.558)	(2,5%)
Otras Reservas	152.072	149.386	2.686	1,8%
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	812.177	813.048	(871)	(0,1%)
Total Patrimonio	**812.177**	**813.048**	**(871)**	**(0,1%)**
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	**2.505.924**	**2.384.173**	**121.751**	**5,1%**

Activos

Al 31 de diciembre de 2024, los **activos totales** de SMU aumentaron en CLP 121.751 millones (5,1%) con respecto al 31 de diciembre de 2023, totalizando CLP 2.505.924 millones.

Los **activos corrientes** al 31 de diciembre de 2024 aumentaron en CLP 39.612 millones (7,9%) respecto de diciembre de 2023, totalizando CLP 540.723 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

a. Aumento de CLP 49.672 millones en efectivo y equivalentes al efectivo, explicado por los movimientos que se describen en la sección 3 del presente documento.

b. Disminución de CLP 45.328 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, debido principalmente a la recepción, en enero de 2024, de CLP 51.815 millones correspondientes al pago de indemnización del seguro por daños ocasionados en los actos vandálicos ocurridos a partir del 18 de octubre de 2019, así como también el perjuicio por paralización asociado a dichos daños. Lo anterior, parcialmente compensado por un aumento de CLP 6.487 millones en cuentas por cobrar netas del deterioro.

c. Aumento de CLP 17.861 millones en inventarios.

d. Aumento de CLP 16.227 millones en otros activos no financieros corrientes, principalmente explicado por (i) un aumento de CLP 10.351 millones en IVA crédito fiscal; (ii) un aumento de CLP 2.895 millones en anticipos a proveedores extranjeros; y (iii) un aumento de 2.321 millones en seguros pagados por anticipado, debido a pólizas renovadas en el período.

Los **activos no corrientes** al 31 de diciembre de 2024 aumentaron en CLP 82.139 millones (4,4%) respecto de diciembre de 2023, totalizando CLP 1.965.202 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

a. Aumento de CLP 63.718 millones en propiedades, plantas y equipos neto, explicado principalmente por las adiciones del período (CLP 176.499 millones), parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 101.733 millones) y por bajas y retiros (CLP 13.064 millones). Las adiciones del período incluyen tanto proyectos de capex, como la habilitación de nuevas tiendas y la compra de terrenos para desarrollo futuro, además de renovaciones y nuevos contratos de arriendo, reconocidos como derechos de uso.

b. Aumento de CLP 7.696 millones en activos intangibles distintos de la plusvalía, explicado por las adiciones del período (CLP 14.654 millones), parcialmente compensado por la amortización del período (CLP 6.882 millones).

c. Aumento de CLP 4.044 millones en inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación, debido a la compra del 33% de la propiedad de la sociedad Rentas Comerciales III SpA, dueña de algunas propiedades en las cuales la Compañía es arrendataria.

d. Aumento de CLP 2.537 millones en activos por impuestos diferidos, principalmente debido a la corrección monetaria de las pérdidas acumuladas y a los impuestos diferidos propios del período.

Pasivos

Al 31 de diciembre de 2024, los **pasivos totales** de SMU aumentaron en CLP 122.623 millones (7,8%) con respecto al 31 de diciembre de 2023, totalizando CLP 1.693.747 millones.
Los **pasivos corrientes** al 31 de diciembre de 2024 aumentaron en CLP 32.616 millones (5,0%) respecto de diciembre de 2023, totalizando CLP 683.459 millones.
Las principales variaciones durante el período fueron:

a. Aumento de CLP 63.496 millones en otros pasivos financieros corrientes, principalmente explicado por el traspaso de no corriente a corriente de los próximos vencimientos de bonos y el aumento del valor de la UF, parcialmente compensado por pagos de los vencimientos del período.

b. Disminución de CLP 22.416 millones en cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes, principalmente explicado por las fechas de corte de pagos a proveedores.

c. Disminución de CLP 12.450 millones en provisiones corrientes por beneficios a empleados, principalmente explicado por una disminución de CLP 13.207 millones en la provisión de beneficios y bonos al personal, por bonos de incentivos pagados en el período, parcialmente compensado por nuevas provisiones por bonos de incentivos constituidas durante el período.

d. Aumento de CLP 4.008 millones en otros pasivos no financieros corrientes, principalmente explicado por un aumento de CLP 3.939 millones en IVA débito fiscal.

Los **pasivos no corrientes** al 31 de diciembre de 2024 aumentaron en CLP 90.006 millones (9,8%) respecto de diciembre de 2023, totalizando CLP 1.010.289 millones. La principal variación en el período fue un aumento de CLP 86.559 millones en otros pasivos financieros no corrientes, principalmente explicado por (i) la colocación del bono serie AR en marzo (UF 1.000,000); (ii) la colocación del bono serie AQ en abril (UF 1.500.000); (iii) la colocación del bono serie AS en julio (UF 2.000.000); (iv) la colocación del bono serie AW en noviembre (UF 1.000.000); (v) la adición de nuevos contratos de arriendo firmados durante el período; y (vi) el aumento en el valor de la UF durante el período; parcialmente compensado por el traspaso de no corriente a corriente de los próximos vencimientos. Adicionalmente, los beneficios a los empleados no corrientes aumentaron en CLP 3.933 millones, principalmente explicado por la provisión del incentivo de largo plazo.

Patrimonio

El **patrimonio** presenta una disminución de CLP 871 millones (0,1%), explicado principalmente por la disminución de CLP 3.558 millones en utilidad acumulada, debido al pago de dividendos durante el período (CLP 52.307 millones), parcialmente compensado por las utilidades del período (CLP 48.750 millones).

11.1.4
ANÁLISIS DEL ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los Años Terminados al 31 de dic. de 2024 y 2023

(Millones CLP)	Dic. 2024	Dic. 2023	Δ $
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	225.119	286.301	(61.182)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	(109.909)	(90.174)	(19.735)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(65.539)	(215.440)	149.902
Incremento (Disminución) Neto en el Efectivo y Equivalentes al efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio	**49.672**	**(19.313)**	**68.985**
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo	**49.672**	**(19.313)**	**68.985**
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	105.218	124.531	(19.313)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	**154.890**	**105.218**	**49.672**

Durante el año 2024, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 225.119 millones, menor en CLP 61.182 millones con respecto a los CLP 286.301 millones obtenidos en 2023. La menor generación de flujo se explica principalmente por mayores pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios (CLP 123.113 millones); mayores otros pagos por actividades de operación, esencialmente pagos de IVA (CLP 13.172 millones); y mayores otros pagos por cuenta de empleados (CLP 10.480 millones), parcialmente compensado por mayores cobros procedentes de las ventas de bienes y servicios (CLP 32.066 millones); y el recupero de los seguros relacionados a los actos vandálicos de octubre de 2019, por CLP 51.815 millones.

El flujo utilizado en **actividades de inversión** alcanzó una salida neta de CLP -109.909 millones en 2024, una variación de CLP -19.735 millones con respecto a la salida neta de CLP -90.174 millones de 2023. La principal salida de efectivo corresponde al **CAPEX**, que incluye las compras de propiedades, planta y equipo y también las compras de activos intangibles, y totaliza CLP 107.148 millones en 2024, comparado con CLP 94.601 millones en 2023. En 2024, adicionalmente hay un desembolso de CLP 4.648 millones por la compra del 33% de la propiedad de la sociedad Rentas Comerciales III SpA, dueña de algunas propiedades en las cuales la Compañía es arrendataria, y de CLP 1.500 millones por la compra de las sociedades Comercial BForties SpA y Sucseed LLC, con el propósito de potenciar el desarrollo del programa de marcas propias de la Compañía.

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó una salida neta de CLP -65.539 millones en 2024, una variación positiva de CLP 149.902 millones con respecto a 2023. Los principales desembolsos fueron: (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. En tanto, en el año 2023, las actividades de financiación generaron una salida neta de CLP -215.440 millones, explicado por (i) reembolsos de préstamos por CLP 94.141 millones; (ii) pagos de dividendos por CLP 62.612 millones; (iii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 59.114 millones; y (iv) pagos de intereses por CLP 54.174 millones; parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos a largo plazo por CLP 54.601 millones, por la colocación del bono serie AP.

11.1.5
INDICADORES FINANCIEROS

Cuadro 10: Indicadores Financieros

			Dic. 2024	Dic. 2023
LIQUIDEZ				
Índice de Liquidez	Veces	Activo corriente / Pasivo corriente	0,79	0,77
Razón Ácida	Veces	(Activo corriente menos inventario) / Pasivo corriente	0,45	0,43
ENDEUDAMIENTO				
Pasivo Exigible / Activos Totales	Veces	Total pasivos / Total activos	0,68	0,66
Pasivo Exigible / Patrimonio	Veces	Total pasivos / Patrimonio	2,09	1,93
Pasivos Financieros Neto / Patrimonio	Veces	(Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / Patrimonio	0,63	0,53
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	Total pasivos corrientes /Total pasivos	40,35	41,43
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	4,63	3,71

			Dic. 2024	Dic. 2023
ACTIVIDAD				
Rotación de Inventarios	Días	Inventario promedio del período / Costo de ventas diario del período	40,90	42,07
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)	12,49	11,81
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)	63,01	66,68
EFICIENCIA				
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)	4,52	5,90
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%		30,68	30,67
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM		231.953	262.480
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%		8,03	9,17

			Dic. 2024	Dic. 2023
RENTABILIDAD				
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	Utilidad últimos 12 meses / Activos totales	1,95	3,66
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	Utilidad últimos 12 meses / (Activos totales - plusvalía)	2,40	4,57
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	Utilidad últimos 12 meses / Patrimonio	6,00	10,73
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + plusvalía + propiedad, planta y equipos)	6,80	9,15
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + propiedad, planta y equipos)	9,21	12,50
EBITDA AJUSTADO POR ARRIENDO DE LOCALES				
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses	CLP MMM	EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración	138.576	176.370
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)	8,85	14,37
Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales	Veces	(Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes – obligaciones por derechos de uso corrientes y no corrientes – Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses	3,70	2,43

Con respecto a los indicadores de **liquidez**, no hay variaciones significativas entre diciembre 2023 y diciembre 2024.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, los aumentos se deben principalmente a la disminución en el EBITDA de los últimos 12 meses y el aumento en pasivos, por las razones que se describen en las secciones 1 y 2 del presente documento.

En cuanto a los indicadores de **actividad**, las disminuciones en la rotación de inventarios y en la rotación de cuentas por cobrar se deben principalmente a los menores inventarios y cuentas por cobrar promedios durante los períodos en comparación, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **eficiencia**, la menor cobertura de gastos financieros se debe principalmente al menor EBITDA anualizado, además de los mayores costos financieros, tal como se describe en la sección 1 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **rentabilidad**, los menores ROA, ROE y ROIC se explican principalmente por la menor utilidad y el menor resultado operacional, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento.

11.1.6
GESTIÓN DE RIESGOS

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 31 de diciembre de 2024, se encuentra una descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía, así como de las medidas utilizadas para mitigar dichos riesgos.

11.1.7
HECHOS RELEVANTES DEL PERÍODO

1. Con fecha 18 de marzo de 2024, SMU anunció su plan de inversiones para 2024, el cual contempla un monto de aproximadamente CLP 120 mil millones. Dicho monto incluye iniciativas de crecimiento, con aperturas y remodelaciones de tiendas, así como también, inversiones en eficiencia y continuidad operacional.

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

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

3. Con fecha 25 de marzo de 2024, mediante hecho esencial, se comunicó que el Directorio de SMU S.A. acordó:

   a. Citar a Junta Ordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta”) de la Sociedad para el día 25 de abril de 2024, a las 10:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, y someter a consideración de la Junta todos los asuntos de su competencia, incluyendo las siguientes materias:

      i. Pronunciamiento sobre la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2023;
      ii. Pronunciamiento sobre el Informe de los Auditores Externos;
      iii. Elección de los miembros del Directorio;
      iv. Pronunciamiento sobre la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2024 e informar gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2023;
      v. Informar sobre las actividades y gastos del Comité de Directores del ejercicio 2023 y determinación de su remuneración y presupuesto para el ejercicio 2024;
      vi. Dar a conocer la información prevista en el Título XVI de la Ley 18.046;
      vii. Designación de la Empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2023;
      viii. Designación de los Clasificadores Privados de Riesgo para el ejercicio 2024;
      ix. Pago de dividendo y distribución de utilidades del ejercicio 2023;

x. Designación del periódico donde se realizarán las publicaciones de la Sociedad hasta la próxima junta ordinaria de accionistas; y
xi. Otras materias de interés social y de competencia de la Junta Ordinaria.

b. Proponer a la Junta Ordinaria de Accionistas, repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2023, un dividendo de $4,75686 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de $2,89043 por acción, $2,44451 por acción y $1,46218 por acción, pagados a partir del 5 de junio 2023, 7 de septiembre de 2023, y 5 de diciembre 2023, respectivamente. Todos ellos equivalentes al 75% de las utilidades del año, lo que representa un monto total de $66.587.963.359. El saldo pendiente a distribuir asciende a $4,75686 por acción, equivalente a un monto total de $27.414.762.652. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 08 de mayo de 2024 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.

4. Con fecha 04 de abril de 2024, mediante hecho esencial, se comunicó la colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador de la Serie AQ (código nemotécnico BCSMU-AQ), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la CMF bajo el número 1.171 (en adelante, los “Bonos Serie AQ”). La colocación de los Bonos Serie AQ se realizó por una suma total de 1.500.000 de Unidades de Fomento, a una tasa de interés de 4,27%, con una tasa anual de carátula de 4,2%, y con vencimiento al 15 de marzo de 2029.

5. Con fecha 25 de abril de 2024, mediante hecho esencial, se comunicó que en Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el mismo día, se acordó:
   a. Aprobar la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2023.
   b. Aprobar el Informe de los Auditores Externos correspondiente al ejercicio 2023.
   c. Elegir como Directores de la Sociedad para los próximos tres años a las personas que a continuación se indican:
      - Pilar Dañobeitía Estades
      - Francisca Saieh Guzmán
      - Alejandro Álvarez Aravena
      - Abel Bouchon Silva
      - Fernando del Solar Concha
      - Andrés Olivos Bambach
      - Raúl Sotomayor Valenzuela
      - Alejandro Danús Chirighin (Director Independiente)
      - Enrique Gundermann Wylie (Director Independiente)
   d. Aprobar la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2024. Se informó además de los gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2023.

e. Aprobar las remuneraciones del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2024 junto con informar sobre las actividades y gasto de dicho Comité durante el ejercicio 2023.

f. Aprobar el informe sobre las operaciones del título XVI de la Ley 18.046.

g. Designar a Ernst & Young (EY) como empresa de auditoría externa para el ejercicio 2024; y a Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada e ICR Compañía Clasificadora de Riesgo Limitada, como clasificadoras de riesgo para el ejercicio 2024.

h. Designar al diario La Tercera en su segmento el Pulso como periódico en el cual deberán realizarse las publicaciones sociales.

i. Repartir a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2023, un dividendo de $4,75686 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de $2,89043 por acción, $2,44451 por acción y $1,46218 por acción, pagados a partir del 5 de junio 2023, 7 de septiembre de 2023, y 5 de diciembre 2023, respectivamente. Todos ellos equivalentes al 75% de las utilidades del año, lo que representa un monto total de $66.587.963.359. El saldo pendiente de distribuir asciende a $4,75686 por acción, equivalente a un monto total de $27.414.762.652. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 08 de mayo de 2024 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.

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

a. Designar como Presidenta del Directorio a doña Pilar Dañobeitía Estades y como Vicepresidenta a doña Francisca Saieh Guzmán.

b. Designar como integrantes del Comité de Directores constituido de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 50 bis de la Ley 18.046, a don Alejandro Danús Chirighin, don Enrique Gundermann Wylie y don Alejandro Álvarez Aravena.

c. Designar a los siguientes Directores como miembros de otros Comités del Directorio:

Comité de Auditoría y Riesgos
Pilar Dañobeitía Estades
Andrés Olivos Bambach
Alejandro Álvarez Aravena

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

Comité de Personas y Sostenibilidad
Fernando del Solar Concha
Pilar Dañobeitía Estades
Francisca Saieh

Comité de Cumplimiento
Pilar Dañobeitía Estades
Andrés Olivos Bambach
Enrique Gundermann Wylie

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

6. Con fecha 13 de mayo de 2024, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de $14.334.475.738, lo que corresponde a un dividendo de $2,48724 por acción. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del primer trimestre del presente ejercicio. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 5 de junio de 2024 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
7. Con fecha 10 de julio de 2024, mediante hecho esencial, se comunicó la colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador de la Serie AS (código nemotécnico BCSMU-AS), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la CMF bajo el número 1.179 (en adelante, los “Bonos Serie AS”). La colocación de los Bonos Serie AS se realizó por una suma total de 2.000.000 de Unidades de Fomento, a una tasa de interés de 4,14%, con una tasa anual de carátula de 4,4%, y con vencimiento al 30 de mayo de 2030.
8. Con fecha 12 de agosto de 2024, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de $4.956.990.852, lo que corresponde a un dividendo de $0,86011 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 5 de septiembre de 2024 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
9. Con fecha 27 de agosto de 2024, mediante hecho esencial, se comunicó que en sesión ordinaria de Directorio celebrada el 26 de agosto de 2024, y previo pronunciamiento favorable del Comité de Directores, se acordó aprobar una nueva Política de Operaciones Habituales con Partes Relacionadas de la Sociedad, de conformidad con las disposiciones contenidas en la Norma de Carácter General 501 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.
10. Con fecha 11 de noviembre de 2024, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio

acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de $5.060.913.825, lo que corresponde a un dividendo de $0,97184 por acción. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del tercer trimestre del presente ejercicio. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 4 de diciembre de 2024 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.

11. Con fecha 21 de noviembre de 2024, mediante hecho esencial, se comunicó la colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador de la Serie AW (código nemotécnico BCSMU-AW), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la CMF bajo el número 1.098 (en adelante, los “Bonos Serie AW”). La colocación de los Bonos Serie AW se realizó por una suma total de 1.000.000 de Unidades de Fomento, a una tasa de interés de 3,55%, con una tasa anual de carátula de 3,60%, y con vencimiento al 01 de noviembre de 2031.

12. Mediante hecho esencial de fecha 25 de noviembre de 2024, se informó que el Directorio de SMU S.A. acordó prorrogar por 12 meses adicionales la autorización a la Administración para ejecutar el Programa de adquisición de acciones de su propia emisión, manteniendo las condiciones establecidas en el Hecho Esencial de 30 de mayo de 2022.

13. Con fecha 23 de diciembre de 2024, se informó que SMU había sido seleccionada para integrar los Índices de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI) Chile y MILA, reconocimiento que destaca su desempeño en materia de economía y gobernanza, medio ambiente y social. En la versión 2024 de la Evaluación de Sostenibilidad Corporativa de S&P (CSA), SMU alcanzó un puntaje de 68/100, ubicándose en el primer lugar de su industria en Chile, segundo en Latinoamérica y octavo a nivel mundial.

14. Con fechas 9 y 17 de diciembre de 2024, la Compañía informó acerca de nuevas aperturas de tiendas en sus formatos Unimarc, Super10 y Maxiahorro. En el cuarto trimestre, SMU realizó seis nuevas aperturas, completando un total de 20 en el año completo. De esta forma, la Compañía ha inaugurado 34 tiendas entre 2023 y 2024, un avance relevante hacia su meta de abrir 58 nuevos locales entre 2023 y 2025.

11.1.8
HECHOS POSTERIORES

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.

12

INFORMACIÓN **ADICIONAL**

MALLA SOCIETARIA 2024

100%
INVERSIONES SMU SPA.
76.142.764-4
99,916667%
UNIDATA S.A.
(EX-CORP FIDELIDAD SA)
76.203.126-4
100%
OMICRON SPA
76.023.547-4
100%
INVERSIONES
OMEGA LTDA.
76.007.938-3
100%
COMERCIAL
BFORTIES SPA.
77.601.436-2
100%
SUCSEED LLC.
Extranjero
33,33%
RENTAS COMERCIALES III SPA.
76.629.856-7
No consolida con SMU S.A.
99,9999998%
INVERSIONES
DEL SUR S.A.
76.007.938-3
99,999900%
RENDIC
HERMANOS S.A.
81.537.600-5
48,9999212%
UNIRED S.A
76.063.653-3
No consolida con SMU S.A.
99,99998%
MAYORISTAS
DEL SUR LTDA..
76.027.289-2
99,9999999%
SUPERMERCADOS
DEL SUR LTDA
76.027.291-4
99,9%
PUERTO
VARAS S.A.
76.032.752-2
99,9%
VALDIVIA S.A.
76.032.772-7
99,9%
PALOMA S.A.
76.032.763-8
99,9%
SAN
SEBASTIÁN
76.032.749-2
99,9%
CHILOE S.A.
76.032.756-5
99,9997%
COMERCIALIZADORA
DEL SUR UNO LTDA.
76.029.643-3
99,99999%
COMERCIALIZADORA
DEL SUR DOS LTDA.
76.029.209-5
99,99996%
COMERCIALIZADORA
DEL SUR TRES LTDA.
76.029.208-7
99,99996%
COMERCIALIZADORA
DEL SUR CUATRO LTDA.
76.029.651-9
99,999997%
COMERCIALIZADORA
DEL SUR CINCO LTDA.
76.029.738-0
99,9999570%
COMERCIALIZADORA
DEL SUR SEISLTDA.
76.029.743-7

12.1
INFORMACIÓN SOBRE FILIALES Y ASOCIADAS

12.1.1
SUBSIDIARIAS DIRECTAS

Inversiones SMU Limitada	
Razón social	Inversiones SMU Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.147.279-8
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	834.970.314
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	43,524%
Objeto social	Inversión en distintos instrumentos tales como cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de créditos en general, incluyendo acciones para percibir sus dividendos, en moneda nacional o extranjera, o de bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos; y podrá participar como socio, accionista o comunero en empresas o sociedades de cualquier naturaleza si con ello se consigue aumentar los fondos invertidos, cosa que no será necesario acreditar a terceros; podrá administrar los activos adquirido con sus inversiones y obtener las rentas y frutos provenientes de ellos y, en general, realizar toda clase de negocios rentísticos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 99,9999001% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

Inversiones SMU SpA	
Razón social	Inversiones SMU SpA
Tipo de sociedad	Sociedad por Acciones
R.U.T.	76.142.764-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0001%
Objeto social	Inversión en distintos instrumentos, tales como: cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de créditos en general, incluyendo acciones para percibir sus dividendos, en moneda nacional o extranjera, o de bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos; y podrá participar como socio, accionista o comunero en empresas o sociedades de cualquier naturaleza si con ello se consigue aumentar los fondos invertidos, cosa que no será necesario acreditar a terceros; podrá administrar los activos adquirido con sus inversiones y obtener las rentas y frutos provenientes de ellos y, en general, realizar toda clase de negocios rentísticos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 100% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

OMICRÓN SpA	
Razón social	Omicrón SpA
Tipo de sociedad	Sociedad por Acciones
R.U.T.	76.023.547-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	100
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0000%)
Objeto social	Inversión en toda clase de bienes, sean muebles o inmuebles, corporales o incorporales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio, y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estos valores y sus frutos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 100% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

INVERSIONES OMEGA LIMITADA	
Razón social	Inversiones Omega Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.007.938-3
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	421.031.248
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	20,4667%
Objeto social	Inversión en toda clase de bienes, sean muebles o inmuebles, corporales o incorporales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio, y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estos valores y sus frutos.
Actividad que desarrolla	Inversiones Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 99,9999999% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

UNIDATA S.A.	
Razón social	UNIDATA S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.203.126-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.200
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,8178%)
Objeto social	Fidelización de clientes de empresas nacionales e internacionales, a través de la prestación, suministro y desarrollo de múltiples servicios y la participación de toda clase de negocios en Chile y en el extranjero cuyo objeto se relacione directa o indirectamente con la actividad antes señalada, para lo cual la sociedad podrá concurrir a formar, modificar y tomar parte en toda clase de sociedades o asociaciones con dicho propósito; y así también tendrá como objeto la realización de actividades de consultoría de informática y de gestión de instalaciones informáticas; como también otras actividades y desarrollos de tecnología de la información y de servicios informáticos.
Actividad que desarrolla	Fidelización
Directorio	Arturo Silva Ortiz*, Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa *, Claudia González Montt* y Fernando Faella Lopez *
Gerente general	Luisa Astorino Morales*
Participación	SMU S.A. 99,9166667% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, tecnológico y mercantil.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

INVERSIONES RF S.A.	
Razón social	Inversiones RF S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.208.961-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	39.063.329
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	1,2876%
Objeto social	Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Invertir en distintos instrumentos tales como cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de crédito en general, incluyendo acciones para percibir dividendos en moneda nacional o extranjera, o bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos. Y la participación e inversión en todo tipo de sociedades, sea con fines especulativos o de cualquier otro orden.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Arturo Silva Ortiz*, Marcelo Gálvez Saldías* y Jorge Saez Correa*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	SMU S.A. 100%. Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

COMERCIAL BFORTIES S.P.A.	
Razón social	Comercial Bforties SpA
Tipo de sociedad	Sociedad por Acciones
R.U.T.	77.601.436-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	322.165
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0015%)
Objeto social	a) Importación, exportación, comercialización, adquisición, intermediación, compra, venta e inversión en toda clase de bienes muebles de cualquier tipo, y b) asesoría y consultoría, charlas y entrenamientos comerciales relacionados con las actividades y giro de la sociedad, y c) cualquier otra actividad complementaria del giro de la sociedad.
Actividad que desarrolla	Trading
Directorio	Arturo Silva Ortiz*, Gustavo Persson Donoso*, Claudia Gonzalez Montt*, Gastón Gacitúa Rocha*, y Marcelo Galvez Saldías*
Gerente general	Gustavo Zuñiga Chimenti
Participación	SMU S.A. 100%
Relación contractual con la matriz	Trading

SUCSEED LLC	
Razón social	SUCSEED LLC
Tipo de sociedad	Sociedad de responsabilidad limitada (limited liability company)
R.U.T.	Employer Identification Number (EIN) 32-0671942
Domicilio	1000 N. West St., Suite 1501, City of Wilmington, New Castle County 19801
Teléfono	-
Capital suscrito y pagado (USD)	$2.500
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0054%
Objeto social	Realizar cualquier acto o actividad que pueda ser realizada por sociedades de responsabilidad limitada bajo la normativa de Delaware (Delaware Act) y las actividades complementarias
Actividad que desarrolla	Servicios de sourcing estratégico, desarrollo de marcas y productos con foco en alimentos.
Directorio	-
Gerente general	SUCSEED LLC no cuenta con Gerente General, sino que es administrada por SMU S.A.
Participación	SMU S.A. 100%
Relación contractual con la matriz	Trading

12.1.2
ASOCIADAS

UNIRED S.A.	
Razón social	Unired S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima Cerrada
R.U.T.	76.063.653-3
Domicilio	Cerro el plomo 5680, piso 9, comuna de Las Condes.
Teléfono	No tiene
Capital suscrito y pagado (M$)	5.986.838
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,2973%
Objeto social	Efectuar, por cuenta de bancos u otras empresas y pudiendo actuar a nombre propio, las siguientes actividades, actos jurídicos y operaciones vinculadas con la prestación de los siguientes servicios: Uno.- Recaudación y/o pagos de cuentas de agua, gas, electricidad, teléfono, televisión, autopistas, impuestos, otros servicios básicos, prestaciones previsionales, de seguros y mutuales; de prestaciones de salud; de créditos otorgados a personas naturales o jurídicas, tales como créditos de consumo, créditos automotriz, hipotecario, tarjeta y línea de crédito, leasing, entre otros; de cuotas de colegios, universidades, institutos, jardines, preuniversitarios y a cualquier otro establecimiento de carácter educativo; de cuotas, derechos, patentes, permisos, tasas, intereses, multas, partes, y otros similares correspondientes a instituciones privadas o públicas, a comunidades, condominios, institutos públicos y privados, de los pagos que les efectúen sus propios clientes o usuarios; de recargas telefónicas, de transporte, tarjetas de prepago, billetera electrónica y otras similares; y en general, todo tipo de operaciones de recaudación, de pagos de dinero o transferencia de dinero. Dos. - Pagos de remuneraciones, beneficios, premios, canjes, bonos y otros similares de instituciones privadas o públicas. Tres. - realizar depósitos y giros en cuenta corriente, de ahorro, vista, tarjeta de crédito, línea de crédito. Cuatro. - Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos; Cinco. - La participación e inversión en todo tipo de sociedades; Seis. - Servicios de difusión, promoción, marketing y arriendo de espacios a personas, naturales o jurídicas, de y/o para los productos o servicios comercializados por estas últimas; Siete. - Comercialización y venta de productos propios o de terceros. Ocho. - Desarrollar, gestionar y administrar portales y/o soluciones digitales propios o de terceros.
Actividad que desarrolla	Recaudaciones
Directorio	Andrés Winter Salgado, Horacio Salamanca Uboldi, Luisa Astorino Morales*, Cecilia Vergara Fisher y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcela Sáez Villouta
Participación	Inversiones SMU Limitada 48,99992% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración e inmobiliario

12.1.3
SUBSIDIARIAS INDIRECTAS

SUPERMERCADOS CHILE S.A.	
Razón social	Supermercados Chile S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.147.310-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	195.443.250
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	5,5792%
Objeto social	Invertir en distintos instrumentos tales como cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de créditos en general, incluyendo acciones, para percibir sus dividendos, en moneda nacional o extranjera, o bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos; y podrá participar como socio, accionista o comunero en empresas o sociedades de cualquier naturaleza si con ello se consigue aumentar los fondos invertidos, cosa que no será necesario acreditar a terceros; podrá administrar los activos adquiridos con sus inversiones y obtener las rentas y frutos provenientes de ellos y, en general realizar toda clase de negocios rentísticos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Inversiones SMU Limitada 99,9998306% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

RENDIC HERMANOS S.A.	
Razón social	Rendic Hermanos S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	81.537.600-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	642.085.432
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	63,0396%
Objeto social	La sociedad tendrá por objeto la realización de toda clase de actos de comercio, como la compra y/o permuta de cosas muebles para su posterior venta, permuta o arrendamiento en la misma forma original y/o en otra distinta, la explotación de supermercados, la compra de establecimientos de comercio, el arrendamiento de cosas muebles o inmuebles hecho con ánimo de arrendarlas, en la comisión o mandato comercial; empresas de almacenes, tiendas, bazares y otros establecimientos semejantes, empresa de transporte por tierra, mar y/o aéreo, empresas de construcción de bienes inmuebles por adherencia, como edificios, caminos, instalaciones industriales y otros similares; compra, venta y/o permuta de bienes inmuebles; la realización de actividades de promoción, distribución y comercialización de tarjetas de crédito, programas de concursos, campañas promocionales y en general toda clase de productos o servicios; y de todo tipo de operaciones de recaudación, pago, entrega de dinero o transferencias de dinero por si o por cuenta de terceros; y/o cualquier otro negocio u operación financiera que el Directorio por unanimidad decida ejecutar
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Lionel Gubler Cruz
Participación	Inversiones SMU Limitada 99,99989% - Sin variación durante el año 2024.
Actos o contratos	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, inmobiliario, tecnológicos, y mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

SUPER 10 S.A.	
Razón social	Super 10 S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.012.833-3
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	119.996
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	1,1690%
Objeto social	Uno.- El comercio de toda clase de bienes por cuenta propia o ajena, en especial explotando el ramo de supermercados y farmacias, sea bajo la forma de compraventa, importación, exportación, distribución, comisiones para comprar y vender, y consignación de toda clase de bienes muebles, sea como mayorista o minorista. Dos.- Efectuar inversiones por si o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Tres.- Prestar servicios de gestión, organización y administración de empresas y asesorías en materias financieras, comerciales, económicas, organizacionales, tributarias, legales y de marketing. Cuatro.- La Participación e inversión en todo tipo de sociedades. Cinco.- La realización de actividades de promoción, distribución y comercialización de tarjetas de crédito, programas de concursos, campañas promocionales y en general de toda clase de productos o servicios; y de todo tipo de operaciones de recaudación, pago, entrega de dinero o transferencia de dineros por si o por cuenta de terceros.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Nicolas Delsol
Participación	Supermercados Chile S.A. 99,999998% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, tecnológicos y mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

ALVI SUPERMERCADOS MAYORISTAS S.A.	
Razón social	Alvi Supermercados Mayoristas S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	96.618.540-6
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	69.725.327
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	4,5425%
Objeto social	La actividad comercial en sus más amplias y variadas formas o modalidades, en especial, la compraventa, importación, exportación, distribución y comercialización de toda clase de bienes, por cuenta propia o ajena, la representación de empresas nacionales o extranjeras, y demás actividades relacionadas que los accionistas acuerden; especialmente, la sociedad dedicará su actividad a la explotación del rubro de Supermercados de venta al por mayor y/o menor; la distribución y comercialización de productos lácteos, cecinas, abarrotes, confites, artículos de aseo y en general de toda clase de productos alimenticios de consumo masivo, al por mayor y/o menor; la distribución y comercialización de licores y bebidas alcohólicas, al por mayor y/o menor; y la distribución y comercialización de materiales de construcción y similares.- Todas las operaciones que sean natural antecedente o consecuencia de las anteriores.- Podrá participar en otra u otras empresas, sea cual fuere la forma jurídica que revistan o la nacionalidad que ostenten. Asimismo, podrá realizar actividades de promoción, distribución y comercialización de tarjetas de crédito, programas de concursos, campañas promocionales y en general de toda clase de productos o servicios; y de todo tipo de operaciones de recaudación, pago, entrega de dinero o transferencia de dineros por si o por cuenta de terceros.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Francisco Gaete Bascuñán
Participación	Supermercados Chile S.A. 99,99872% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, tecnológicos, y mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

ABU GOSCH Y COMPAÑÍA LIMIADA	
Razón social	Abu Gosch y Compañía Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	85.641.200-8
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	466.150
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,3123%
Objeto social	Fabricación de tejidos de lana y algodón; la fabricación de ropa de trabajo y vestuario en general; importación, exportación, representación, distribución, comercialización, y el comercio en general y cualquier otro negocio que los socios acordaren de común acuerdo, digan relación directa o indirecta con lo señalado, o formar o participar, en sociedades de igual o distinto giro ya sea de carácter civil o comercial.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Rendic Hermanos S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Sáez Correa
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99,46% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

SERVICIOS LOGÍSTICOS SANTIAGO S.A.	
Razón social	Servicios Logísticos Santiago S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.051.937-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,7083%)
Objeto social	Prestación de toda clase de servicios de bodegaje, custodia, almacenaje, control de inventario y logística en general. Distribución y Transporte de mercaderías por cuenta propia o ajena, prestación de toda clase de servicios de transporte de mercaderías y productos en vehículos propios o ajenos. Comercio de toda clase de bienes por cuenta propia o ajena, en especial explotando el ramo de supermercados y farmacias, sea bajo forma de compraventa, importación, exportación, distribución, comisiones para cobrar y vender y consignación de toda clase de bienes muebles, sea como mayorista o Minorista. Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Prestar servicios de gestión, organización, y administración de empresa y asesorías en materias financieras, comerciales, económicas, organizacionales, tributarias, legales y de marketing. La participación e inversión de todo tipo de sociedades.
Actividad que desarrolla	Logística
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Martin Celedón Yañez
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99,9% - Sin variación durante el año 2024.
Relación con la matriz	Servicios tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

SERVICIOS LOGÍSTICOS LA SERENA S.A.	
Razón social	Servicios Logísticos La Serena S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.051.947-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,1249%)
Objeto social	Prestación de toda clase de servicios de bodegaje, custodia, almacenaje, control de inventario y logística en general. Distribución y Transporte de mercaderías por cuenta propia o ajena, prestación de toda clase de servicios de transporte de mercaderías y productos en vehículos propios o ajenos. Comercio de toda clase de bienes por cuenta propia o ajena, en especial explotando el ramo de supermercados y farmacias, sea bajo forma de compraventa, importación, exportación, distribución, comisiones para cobrar y vender y consignación de toda clase de bienes muebles, sea como mayorista o Minorista. Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Prestar servicios de gestión, organización, y administración de empresa y asesorías en materias financieras, comerciales, económicas, organizacionales, tributarias, legales y de marketing. La participación e inversión de todo tipo de sociedades.
Actividad que desarrolla	Logística
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Martin Celedón Yañez
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99,9% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicios de administración y tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

ESCUELA DE CAPACITACIÓN Y OFICIOS SUPERMERCADISTAS LIMITADA	
Razón social	Escuela de Capacitación y Oficios Supermercadistas Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.033.021-3
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,1286%
Objeto social	Prestación de servicios de capacitación de acuerdo a la Ley N° 19.518, que fija el nuevo estatuto de capacitación y empleo, sus modificaciones y alcances, pudiendo prestar servicios de capacitación laboral u ocupacional y desarrollar actividades de capacitación dirigidas a vigilantes privados y guardias de seguridad en, materias inherentes a seguridad privada, a su especialidad y conforme sea autorizada por las autoridades e instituciones correspondientes.
Actividad que desarrolla	Capacitación
Administrador	Rendic Hermanos S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Sáez Correa
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicios de administración

INMOBILIARIA SMU S.A.	
Razón social	Inmobiliaria SMU S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.139.841-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.001.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,2541%)
Objeto social	La compra, venta, arrendamiento, subarrendamiento, corretaje u otra forma de explotación, loteo, subdivisión, fusión, construcción y urbanización de bienes raíces, ya sea por cuenta propia o ajena; y en general, la inversión por sí o por cuenta de terceros, en toda clase de bienes raíces o muebles, corporales o incorporales, valores, acciones y en toda clase de títulos de crédito e inversión; administrarlos, explotarlos, percibir sus frutos y rentas y disponer de ellas; La construcción por cuenta propia o ajena de toda clase de edificaciones, proyectos urbanísticos, complejos turísticos, hoteleros, comerciales y otros; La administración y explotación en todas sus formas de hoteles, centros comerciales, complejos turísticos, y/o proyectos inmobiliarios de toda clase, ya sea por cuenta propia o ajena; La prestación de servicios de gestión, organización y administración de empresas y asesorías en materias financieras, comerciales, económicas, organizacionales, tributarias, legales y de marketing; participación e inversión en todo tipo de sociedades sea con fines especulativos o de otro orden.
Actividad que desarrolla	Inmobiliaria
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99,9999001%. - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

ALVI SERVICIOS LOGÍSTICOS LIMITADA	
Razón social	Alvi Servicios Logísticos Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	78.381.240-1
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	315.553
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,1043%)
Objeto social	Prestación de Servicios Logísticos a empresas nacionales y extranjeras, relacionado con el transporte terrestre de carga, en vehículos propios o de terceros, arrendamiento de todo tipo de vehículos motorizados, almacenaje en bodegas propias o ajenas, distribución de mercaderías, comercialización de productos alimenticios al por mayor y/o menor. En general, podrá dedicarse a cualquier otra actividad que socios acordaren estando o no comprendido en el giro social.
Actividad que desarrolla	Logística
Administrador	Alvi Supermercados Mayoristas S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Francisco Gaete Bascuñán
Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99,8677% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

SERVI 2000 S.A.	
Razón social	Servi 2000 S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	96.781.670-1
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	262.944
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0008%)
Objeto social	Comprar, vender, arrendar, subarrendar, distribuir, comercializar, importar, exportar, toda clase de equipos y sistemas computacionales. Prestar servicios de mantención, reparación y soportes de equipos y sistemas computacionales. Prestar servicios de asesoría computacional y para la gestión, desarrollo, marcha y administración de empresas y servicios contables y tributarios.
Actividad que desarrolla	Servicios computacionales
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99,98%. - Sin variación durante el año 2024.
Actos o contratos	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

RED APOYO S.A.	
Razón social	Red Apoyo S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.948.390-K
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	3.401.127
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0616%
Objeto social	La operación como central de compras, comisionista e intermediador de toda clase de bienes y servicios; La compra y venta de todo tipo de mercadería; La distribución y logística de productos de consumo masivo y de equipamiento; El otorgamiento de créditos y servicios de asesoramiento financiero; La intermediación de servicios financieros, seguros y otros relacionados; El arriendo y subarriendo de equipos para negocios: La producción de eventos; La prestación de todo tipo de asesorías; La capacitación en el ámbito de los recursos humanos: La representación de marcas; y, La realización de inversiones en toda clase de bienes, sean muebles o inmuebles, corporales o incorporales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estas inversiones y sus frutos; la autorización y registro de las transacciones que efectúen los titulares o usuarios de tarjetas de provisiones de fondo (prepago), crédito y/o débito, tarjetas de alimentación, cupones o tickets, otros similares y cualquier medio que se desarrolle en el futuro, en adelante denominados en conjunto e indistintamente “los medios de pago”; las gestiones de afiliación de entidades al sistema, sin que las mismas comprendan la provisión de servicios normados como parte de la operación de los medios de pago, la provisión de terminales de punto de venta o de canales o aplicaciones de carácter electrónico o informático que permitan la autorización, captura, agregación y comunicación de operaciones de pago, para que posteriormente sean procesadas por un operador de medios de pago para fines de su liquidación y/o pago; Otras actividades relacionadas con la operación de medios de pago, incluyendo la liquidación y/o pago de las sumas que correspondan a las entidades afiliadas conforme a la normativa vigente; y En general todo tipo de operaciones de recaudación, pago o transferencia de dinero a nombre de terceros; y la realización de actividades de promoción, distribución y comercialización de tarjetas de crédito, programas de concursos, campañas promocionales y en general de toda clase de productos o servicios; y de todo tipo de operaciones de recaudación, pago, entrega de dinero o transferencia de dineros por sí o por cuenta de terceros.
Actividad que desarrolla	Administradora de servicios financieros para la red de almacenes de ALVI.
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99%. Sin variaciones durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

TELEMERCADOS EUROPA S.A.	
Razón social	Telemercados Europa S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	87.711.200-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	147.623
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,2931%)
Objeto social	Comercializar, comprar y vender, distribuir, representar importar y exportar toda clase de artículos para el hogar u otros, tales como abarrotes, ropa, artículos para deportes o recreación, muebles, productos de aseo del hogar o personal, de perfumería, línea blanca, vender y distribuir cigarros y tabaco al por mayor y por menor, distribución y comercialización de licores y bebidas alcohólicas, al por mayor y/o menor,u otros de similar naturaleza. Podrá participar en otras sociedades cuyo objeto se relacione con lo expuesto.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Javier Fernández Fernández
Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99,99999%. - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

INVERSIONES DEL SUR S.A.	
Razón social	Inversiones del Sur S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.027.259-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	425.585.662
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	12,4749%
Objeto social	La realización de inversiones en toda clase de bienes. Sean muebles e inmuebles, corporales o incorporales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estas inversiones y sus frutos. La prestación de servicios en materias económicas, financieras, de organización y/o administración de empresas, de análisis, de negociación y estructuración de financiamiento, de administración integral de tesorería y ejecución presupuestaria, la realización de todo tipo de mandatos mercantiles y en general la prestación de todo tipo de servicios en áreas de actividades relacionadas con el desarrollo y administración de negocios.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Inversiones Omega Limitada 99,999999%. - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

SUPERMERCADOS DEL SUR LIMITADA	
Razón social	Supermercados del Sur Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.027.291-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	231.233.337
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	2,8168%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Inversiones del Sur S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Inversiones del Sur S.A. 99,999999% - Sin variación durante el año 2024.
Relación comercial con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MAYORISTAS DEL SUR LIMITADA	
Razón social	Mayoristas del Sur Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.027.289-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	17.671
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,1104%)
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Inversiones del Sur S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Inversiones del Sur S.A. 99,99998% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

VALDIVIA S.A.	
Razón social	Valdivia S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.772-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0014%)
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

PALOMA S.A.	
Razón social	Paloma S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.763-8
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0041%)
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

SAN SEBASTIÁN S.A.	
Razón social	San Sebastián S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.749-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0037%)
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

CHILOÉ S.A.	
Razón social	Chiloé S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.756-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0018%)
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

PUERTO VARAS S.A.	
Razón social	Puerto Varas S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.752-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0005%)
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2024.
Actos o contratos	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIALIZADORA DEL SUR UNO LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Uno Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.0299.643-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	18.303
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,4713%)
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9997% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIALIZADORA DEL SUR DOS LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Dos Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.209-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	3.917.266
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,4978%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,99999% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIALIZADORA DEL SUR TRES LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Tres Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.208-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	700.858
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0673%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,99996% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIALIZADORA DEL SUR CUATRO LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Cuatro Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.661-9
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	2.936
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0444%)
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,99996% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIALIZADORA DEL SUR CINCO LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Cinco Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.738-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	1.426.231
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,1649%)
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,999997% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIALIZADORA DEL SUR SEIS LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Seis Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.743-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M$)	70.936
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,1805%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9999957% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

UNICARD S.A.	
Razón social	Unicard S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima Especial
R.U.T.	76.086.272-K
Domicilio	Cerro El Plomo 5680, piso 9, Las Condes, Santiago
Teléfono	No tiene
Capital suscrito y pagado (M$)	75.500.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	2,0759%
Objeto social	El objeto social exclusivo de la Sociedad será la emisión de tarjetas de crédito y la realización de todas las actividades complementarias que autorice la Superintendencia de Banco e Instituciones Financieras o la institución o servicio público que la reemplace o suceda.
Actividad que desarrolla	Emisión tarjeta crédito Unipay (ex tarjeta Unimarc)
Directorio	Andrés Olivos Bambach, Horacio Salamanca Uboldi, Marcelo Galvez Saldías*, Arturo Silva Ortiz* y Andrés Winter Salgado
Gerente general	Inguer Pérez-Borroto
Participación	SMU S.A. 42,63% directamente; Inversiones RF 57,373% indirectamente. Sin cambios durante 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio administración, inmobiliario, y tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

ADMINISTRADORA DE TECNOLOGÍAS Y SERVICIOS UNICARD LTDA.	
Razón social	Administradora de Tecnologías y Servicios Unicard Ltda.
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.891.181-9
Domicilio	Cerro El Plomo 5680, piso 9, Las Condes, Santiago
Teléfono	No tiene
Capital autorizado y pagado (M$)	11.331.314
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,1666%
Objeto social	Efectuar por cuenta propia o de terceros, y pudiendo actuar a nombre propio, las siguientes actividades, actos jurídicos y operaciones vinculadas a la prestación de los siguientes servicios: la prestación a personas naturales o jurídicas, de todo tipo de servicios, materiales y/o inmateriales, y en especial, la prestación de servicios computacionales, operacionales, administrativos y de soporte a los negocios, así como cualesquiera otros destinados a ayudar a dichas personas en la puesta en marcha y/o administración y/o mantención de sistemas de financiamiento para la adquisición de todo tipo de bienes; el análisis y evaluación de riesgo; la obtención de créditos a corto y/o largo plazo; la evaluación, organización, estructuración, intermediación, agenciamiento y ejecución, por cuenta propia o ajena, de la comercialización de toda clase de instalaciones, mantención, asesorías y/o servicio de seguridad, reparaciones, vehículos de reemplazo, asistencia en ruta, grúas, y asistencias de cualquier naturaleza tales como viajes, robos, u otras, para personas y su hogar, y la ejecución de todas las operaciones, actos jurídicos e implementación de negocios conforme al giro social y en general la prestación de todo tipo de servicios, incluyendo el diseño y estructuración de éstos, junto a la celebración de todos los actos y contratos necesarios o conducentes a la realización del objeto social, o que se relacionen directa o indirectamente con el objeto social.
Actividad que desarrolla	Prestación de servicios
Gerente general	Raúl Leal Rozas
Participación	SMU 42,63% directamente; Inversiones RF 57,37% indirectamente. Sin cambios durante 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio administración

UNIMARC CORREDORES DE SEGUROS LIMITADA	
Razón social	Unimarc Corredores De Seguros Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.454.856-6
Domicilio	Cerro El Plomo 5680, piso 9, Las Condes, Santiago
Teléfono	No tiene
Capital autorizado y pagado (M$)	1.927.500
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0366%
Objeto social	a) Actuar como corredor o intermediario en la contratación de toda clase de seguros de daños o de personas, excepto los seguros previsionales, con cualquier entidad aseguradora autorizada para operar en Chile, de conformidad con lo establecido en el artículo 57, del DFL 251, de 1931 b) Ofrecer, comercializar y/o producir todo tipo de servicios complementarios o conexos con el negocio asegurador, tales como servicios de asistencia, inspecciones, asesorías técnicas, etc. la sociedad no podrá dedicarse al giro de liquidador de siniestros ni a ningún otro giro prohibido por ley o restringido a sociedades anónimas especiales. En el desarrollo de su giro la sociedad podrá efectuar todo tipo de asesorías y prestaciones de servicios relacionados condichos objetos, en la forma más amplia que actualmente o en el futuro lo permita la legislación.
Actividad que desarrolla	Corredores de seguros
Representante legal	Raúl Leal Rozas
Participación	SMU 42,63% directamente; Inversiones RF 57,37% indirectamente. Sin cambios durante 2024.
Relación contractual con la matriz	Servicio administración, inmobiliario

SMU PERÚ S.A.C.	
Razón social	SMU Perú S.A.C.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima Cerrada
RUC	20514675156
Domicilio	Avenida El Polo 670 interior 801, Centro Empresarial El Polo II, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, Perú.
Teléfono	+51-1-7006700
Capital suscrito y pagado (MPEN)	248.174
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	1,3501%
Objeto social	Adquirir y ser tenedora de acciones de MAYORSA S.A. Para realizar su objeto y practicar las actividades vinculadas a él, la Sociedad podrá realizar y celebrar actos, acuerdos, convenios y/o contratos relacionados con las acciones de su propiedad en MAYORSA S.A.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Pilar Dañobeitía Estades*, Marcelo Gálvez Saldías*, Arturo Silva Ortiz*, Gustavo Persson Donoso*, Claudia González Montt*, Carolina Andrea Selume Aguirre* y Paula Coronel Kurte*
Gerente general	Patricio Llosa Bellido*
Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99,999999% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MAYORSA S.A.	
Razón social	Mayorsa S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
RUC	20108730294
Domicilio	Avenida El Polo 670 interior 801, Centro Empresarial El Polo II, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, Perú.
Teléfono	+51-1-7006700
Capital suscrito y pagado (MPEN)	162.010
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	1,0963%
Objeto social	Dedicarse a la industria, producción, manufacturación, distribución, compra venta de abarrotes, productos afines y dedicados al quehacer diario, importación y exportación de todo tipo de bienes y productos, artesanías, textiles, productos agrícolas, servicio en general, actividades conexas.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Pilar Dañobeitía Estades*, Marcelo Gálvez Saldias*, Arturo Silva Ortiz*, Gustavo Persson Donoso*, Claudia González Montt*, Carolina Andrea Selume Aguirre* y Paula Coronel Kurte*
Gerente general	Patricio Llosa Bellido*
Participación	SMU Perú S.A.C. 99,999999%.
Relación contractual con la matriz	Servicios tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

INVERSIONES PACUCHA S.A.	
Razón social	Inversiones Pacucha S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
RUC	20537302306
Domicilio	Avenida El Polo 670 interior 801, Centro Empresarial El Polo II, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, Perú.
Teléfono	+51-1-7006700
Capital suscrito y pagado (MPEN)	1
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0177%)
Objeto social	Otras actividades empresariales NCP.
Actividad que desarrolla	Otras actividades empresariales NCP.
Directorio	No tiene
Gerente general	Patricio Llosa Bellido*
Participación	Alvi Supermercados Mayoristas S.A. 99,9% - Sin variación durante el año 2024.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

12.1.4
INVERSIONES EN OTRAS SOCIEDADES

RENTAS COMERCIALES III S.P.A.	
Razón social	Rentas Comerciales III SpA
Tipo de sociedad	Sociedad por Acciones
R.U.T.	76.629.856-7
Domicilio	Juan de Valiente N°3669, Vitacura, Santiago
Capital suscrito y pagado (M$)	13.880.818
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,6632%
Actividad que desarrolla	Administradora de un Fondo de Inversión Privado
Participación	SMU S.A. 33,33%.

12.2
CERTIFICACIONES INDEPENDIENTES

A continuación se incluye copia de las siguientes certificaciones independientes:

- Informe de Aseguramiento sobre Contenidos ASG
- Certificación Indicadores de Seguridad Laboral
- Certificación ISO 50.001
- Certificación Plan de Cumplimiento Protección Derechos Consumidores

Building a better working world

Informe de Aseguramiento del Profesional Independiente

Señores
Directores
SMU S.A. y filiales

Alcance

Hemos sido contratados por SMU S.A. y filiales (“SMU" o la "Compañía") para realizar un trabajo de aseguramiento limitado, según lo definido por las Normas Internacionales sobre Trabajos de Aseguramiento, en adelante, el trabajo, para reportar sobre los indicadores de desempeño seleccionados por SMU (el “Asunto Objeto”) de la compañía contenido en su Memoria Integrada de SMU y mencionados en el Anexo A; correspondientes al periodo entre el 1 de enero 2024 y 31 de diciembre de 2024. (el “Informe”).

Aparte de lo descrito en el párrafo anterior, que establece el alcance de nuestro trabajo, no realizamos procedimientos de aseguramiento sobre el resto de la información incluida en el Informe, y, por lo tanto, no expresamos una conclusión sobre esa información.

Criterios aplicados por SMU S.A. y filiales

En la preparación de indicadores de desempeño seleccionados, SMU S.A. y filiales aplicó indicadores definidos por los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI por sus siglas en inglés) en adelante y de forma colectiva, “los Criterios”.

Responsabilidades de SMU S.A. y filiales

La administración de SMU S.A. y filiales es responsable de seleccionar los Criterios, y de presentar los indicadores de desempeño seleccionados de acuerdo con esos Criterios, en todos los aspectos significativos. Esta responsabilidad incluye el establecimiento y mantención de controles internos, la mantención de registros adecuados y la realización de estimaciones que sean pertinentes para la preparación del asunto objeto, de modo que esté libre de errores materiales, ya sea debido a fraude o error.

Indicador / Contenido	Nombre del indicador	Alcance del cumplimiento del contenido

GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la Organización	a, b, c.i, c.ii, c.iii, c.iv, d.i, d.ii, d.iii, d.iv, e, f
GRI 303-5	Consumo de agua	a, b, c, d
GRI 306-3	Residuos generados	a, b
GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral	a.i, a.ii, a.iii, a.iv, b.i, b.ii, b.iii, b.iv, c.i, c.ii, c.iii, d, e, f, g
GRI 405-2	Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	a, b

Responsabilidades de EY

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión sobre la presentación del Asunto Objeto en base a las pruebas que hemos obtenido.

Realizamos nuestro trabajo de acuerdo con las Normas Internacionales de Encargos de Aseguramiento Distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica ('ISAE 3000 (Revisada)' y los términos de referencia para este trabajo según lo acordado con SMU S.A. el 20 de febrero de 2025. Esas normas requieren que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo para expresar una conclusión sobre si tenemos conocimiento de cualquier modificación significativa que necesita ser realizada al Asunto Objeto para que esté de acuerdo con los Criterios, y para emitir un informe. La naturaleza, la oportunidad y el alcance de los procedimientos seleccionados dependen de nuestro juicio, incluyendo una evaluación del riesgo de errores materiales, sean debido a fraude o error.

Estimamos que la evidencia obtenida es suficiente y apropiada para proveer una base para nuestras conclusiones de aseguramiento limitado.

Nuestra independencia y gestión de calidad

Hemos mantenido nuestra independencia y confirmamos que hemos cumplido con los requisitos del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitidos por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores, y tenemos las competencias y la experiencia requerida para realizar este trabajo de aseguramiento.

EY también aplica Norma Internacional de Gestión de Calidad 1, Gestión de Calidad para Firmas que Realizan Auditorías o Revisión de Estados Financieros u Otros Trabajos de Aseguramiento o de Servicios Relacionados, lo que requiere que

Building a better working world

diseñemos, implementemos y operemos un sistema de gestión de calidad incluyendo políticas o procedimientos respecto del cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

Descripción de los procedimientos realizados

Los procedimientos realizados en un trabajo de aseguramiento limitado varían en su naturaleza y oportunidad y son de menor alcance que para un trabajo de aseguramiento razonable. Consecuentemente, el nivel de aseguramiento obtenido en un trabajo de aseguramiento limitado es sustancialmente menor que el aseguramiento que hubiese sido logrado si se hubiese realizado un trabajo de aseguramiento razonable. Nuestros procedimientos fueron diseñados para obtener un nivel limitado de aseguramiento en el cual basar nuestra conclusión y no proveen toda la evidencia que sería necesaria para proporcionar un nivel de aseguramiento razonable.

Aun cuando consideramos la efectividad de los controles internos de la administración al determinar la naturaleza y alcance de nuestros procedimientos, nuestro trabajo de aseguramiento no fue diseñado para proporcionar aseguramiento sobre los controles internos. Nuestros procedimientos no incluyeron pruebas de controles o la realización de procedimientos relacionados con revisar la agregación o cálculo de datos dentro de los sistemas de TI.
Un trabajo de aseguramiento limitado consiste en realizar indagaciones, principalmente a las personas responsables por la preparación de indicadores de desempeño seleccionados por SMU y la información relacionada, y aplicar procedimientos analíticos y otros procedimientos apropiados.

Nuestros procedimientos incluyeron:

1. Realizar entrevistas con el personal de la Compañía para comprender el negocio y el proceso de preparación del Informe.
2. Realizar entrevistas con los responsables del Informe para comprender el proceso de recopilación, consolidación y presentación la información del Asunto Objeto.
3. Comprobar que los criterios de cálculo se han aplicado correctamente de acuerdo con las metodologías descritas en los Criterios.
4. Realizar procedimientos de revisión analítica para respaldar la razonabilidad de los datos.
5. Identificar y verificar los supuestos que respaldan los cálculos.
6. Probar, con base en muestreo, la información fuente para verificar la precisión de los datos.

También realizamos otros procedimientos que consideramos necesarios dadas las circunstancias.

Building a better working world

Conclusión

Sobre la base de nuestros procedimientos y la evidencia obtenida, no tenemos conocimiento de ninguna modificación material que se le debería realizar a los indicadores seleccionados por SMU S.A. al 31 de marzo 2025 para el periodo desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre 2024, para que esté de acuerdo los Criterios.

Cristopher Reveco V.
EY Audit Ltda.

31 de marzo 2025
Santiago, Chile

IN.002643-25
RGS/jsg
11671790

Building a better working world

ANEXO 1

Asunto Objeto

La información de sostenibilidad identificada (el "Asunto Objeto") en el alcance de este Informe e incluida en el Reporte emitido por SMU S.A. y filiales en su página web se presenta en la siguiente tabla. Los datos se presentan basándose en el Global Reporting Initiative (los "Criterios"), en todos sus aspectos materiales.

Asunto Indicador	Indicador	Valor referenciado
GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la Organización La organización informante debe presentar la siguiente información: a. El consumo total de combustibles procedentes de fuentes no renovables dentro de la organización, en julios o múltiplos, incluidos los tipos de combustible utilizados. b. El consumo total de combustibles procedentes de fuentes renovables dentro de la organización, en julios o múltiplos, incluidos los tipos de combustible utilizados. c. En julios, vatios·hora o múltiplos, el total de: i. consumo de electricidad ii. consumo de calefacción iii. consumo de refrigeración iv. consumo de vapor d. En julios, vatios·hora o múltiplos, el total de: i. la electricidad vendida ii. la calefacción vendida iii. la refrigeración vendida iv. el vapor vendido	a. Consumo total de combustibles procedentes de fuentes no renovables dentro de la organización: • Gas: 34.091 MWh b. Consumo total de combustibles procedentes de fuentes renovables dentro de la organización: 0 MWh c. Consumo total de: i. Electricidad: 255.037 MWh ii. Calefacción: 0 MWh iii. Refrigeración: 0 MWh iv. Vapor: 0 MWh d. Combustible vendido: i. Electricidad vendida: 0 MWh ii. Calefacción vendida: 0 MWh iii. Refrigeración vendida: 0 MWh iv. Vapor vendido: 0 MWh e. Consumo total de energía dentro de la organización: 289.104 MWh

Asunto Indicador	Indicador	Valor referenciado
	e. El consumo total de energía dentro de la organización, en julios o múltiplos. f. Los estándares, metodologías, suposiciones y herramientas de cálculo utilizados.	f. La información se presenta en la página 253 de la Memoria Integrada 2024.
GRI 303-5	Consumo de agua La organización informante debe presentar la siguiente información: a. Consumo total de agua (en megalitros) de todas las zonas. b. Consumo total de agua (en megalitros) de todas las zonas con estrés hídrico. c. Cambio en el almacenamiento de agua (en megalitros), siempre que se haya identificado que el almacenamiento de agua genera un impacto significativo relacionado con el agua. d. Cualquier información contextual necesaria para comprender cómo se han recopilado los datos (como estándares, metodologías y supuestos utilizados), así como si la información se calcula, se estima, se obtiene a partir de un modelo o procede de mediciones directas, y el método empleado para ello, tal como el uso de factores específicos para el sector.	a. Consumo total de agua de todas las zonas: 1,21 millones de metros cúbicos b. Consumo total de agua de todas las zonas con estrés hídrico: 140 ML c. Cambio en el almacenamiento de agua: No aplica. d. Capítulo 10 de la Memoria Integrada SMU 2024, sección 10.4 Gestión de la Huella Hídrica, página 255.
GRI 306-3	Residuos generados La organización informante debe presentar la siguiente información: a. Peso total de los residuos generados en toneladas métricas y desglose de este total en función de la composición de los residuos.	a. Peso total de los residuos • Total residuos valorizados: 17.895,65 ton • Residuos asimilables a domésticos: 63.390,56 ton • Residuos peligrosos: 21,89 ton b. La información se presenta en la página 251 de la Memoria Integrada 2024.

Asunto Indicador	Indicador	Valor referenciado
	b. Información contextual necesaria para entender los datos y la manera en que se recopilaron.	
GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral La organización informante debe presentar la siguiente información: a. Para todos los empleados: i. La cantidad y la tasa de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral; ii. La cantidad y la tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos); iii. La cantidad y la tasa de lesiones por accidente laboral registrables; iv. Los principales tipos de lesiones por accidente laboral. b. Para todos los trabajadores que no sean empleados, pero cuyos trabajos o lugares de trabajo estén controlados por la organización: i. La cantidad y la tasa de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral; ii. La cantidad y la tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos); iii. La cantidad y la tasa de lesiones por accidente laboral registrables; iv. Los principales tipos de lesiones por accidente laboral. c. Los peligros laborales que presentan un riesgo de lesión con grandes consecuencias, incluido: i. de qué modo se han determinado estos peligros; ii. cuáles de estos peligros han ocasionado o contribuido a ocasionar lesiones con grandes consecuencias durante el periodo objeto del informe;	a. Para todos los empleados: i. Fallecimientos • Total: 0 ii. Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos): No aplica iii. Lesiones por accidente laboral registrables • Tasa: 21,7 iv. Principales tipos de lesiones por accidente laboral: La información se presenta en la página 190. b. Para todos los trabajadores que no sean empleados: i. Fallecimientos • Total: 1 ii. Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos): No aplica iii. Lesiones por accidente laboral registrables • Tasa: 20,8 iv. Principales tipos de lesiones por accidente laboral: La información se presenta en la página 190. c. Los peligros laborales que presentan un riesgo de lesión con grandes consecuencias: No aplica. d. Las medidas tomadas o proyectadas para eliminar otros peligros laborales y minimizar riesgos mediante

Asunto Indicador	Indicador	Valor referenciado
	iii. las medidas tomadas o proyectadas para eliminar estos peligros y minimizar riesgos mediante la jerarquía de control. d. Las medidas tomadas o proyectadas para eliminar otros peligros laborales y minimizar riesgos mediante la jerarquía de control. e. Si las tasas se han calculado por cada 200 000 o por cada 1 000 000 horas trabajadas. f. Si hay trabajadores excluidos de este contenido, incluidos los tipos de trabajadores y el motivo para la exclusión. g. Cualquier tipo de información contextual necesaria para comprender cómo se han recopilado los datos, como estándares, metodologías o supuestos usados.	la jerarquía de control: La información se presenta entre las páginas 182 a 193. e. Si las tasas se han calculado por cada 200 000 o por cada 1 000 000 horas trabajadas: 1 000 000 horas trabajadas. f. Si hay trabajadores excluidos de este contenido, incluidos los tipos de trabajadores y el motivo para la exclusión: La información de cobertura del Sistema de Gestión de Salud y Seguridad Operacional se presenta en la página 183. g. Cualquier tipo de información contextual necesaria para comprender cómo se han recopilado los datos, como estándares, metodologías o supuestos usados: La información se presenta entre las páginas 182 a 193.
GRI 405-2	Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres La organización informante debe presentar la siguiente información: a. Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres para cada categoría laboral, clasificado por ubicaciones de operación significativas. b. La definición utilizada para "ubicaciones de operación significativas".	a. Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres para cada categoría laboral, clasificado por ubicaciones de operación significativas Equiparidad Salarial (media) • Alta Gerencia: 99% • Gerencia: 80% • Jefatura: 94% • Operario: 102% • Fuerza de Venta: 112% • Administrativo: 108% • Otros Profesionales: 89% • Otros Técnicos: 92% b. La definición utiliza para “ubicaciones de operación significativas”: No aplica.

Seguridad y Salud en el Trabajo – SMU S.A. Y FILIALES

1. Antecedentes generales

Con base en el requerimiento realizado por la Empresa SMU S.A. Y FILIALES, Rut: 76012676-4, se procede a informar los detalles estadísticos.

2. Información requerida

2.1 Seguridad y Salud en el Trabajo – Fatales.

Fatales	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022	FY 2023	FY 2024
SMU S.A. y Filiales	0	0	0	0	0	0	0	0

2.2 Salud y Seguridad Ocupacional - Índice de Frecuencia de Lesiones con Tiempo Perdido (LTIFR) Trabajadores:

LTIFR LTIFR	Unidad	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022	FY 2023	FY 2024
Trabajadores	n/millón de horas trabajadas	34,0	29,7	26,5	19,1	22,6	28,0	22,4	22,7
Cobertura de datos (como % de trabajadores, operaciones o ingresos)	Porcentaje de: (trabajadores)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

2.3 Índice de Frecuencia de Enfermedades Profesionales (OIFR) – Trabajadores

OIFR	Unidad	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022	FY 2023	FY 2024
Trabajadores	n/millón de horas Trabajado	0,37	0,19	0,15	0,12	0,00	0,14	0,17	0,5
Cobertura de datos (como % de contratistas, operaciones o ingresos)	Porcentaje de: (trabajadores)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

El total de horas trabajadas por los trabajadores, estimado por el Instituto de Seguridad del Trabajo, utilizado para elaborar este documento es de 138,5 horas por trabajador.

Raúl Rojas Romero
Gerente de Prevención

Viña del Mar, 05 de marzo de 2025
RRR/SCV
(* Información proporcionada por la empresa.)

AENOR

Certificado del Sistema de Gestión Energética

AENOR
GESTIÓN ENERGÉTICA
ISO 50001

GE-2023/0004

AENOR certifica que la organización

SMU S.A.

dispone de un sistema de gestión energética conforme con la Norma UNE-ISO 50001:2018

para las actividades: Venta de productos alimenticios y no alimenticios, refrigerados y no refrigerados.
Elaboración de panadería y comidas rápidas. Almacenamiento de productos
refrigerados y no refrigerados.

que se realizan en: Direcciones indicadas en el Anexo

Primera emisión:2023-01-10
Expiración:2026-01-10

Modificación:2024-02-05

Rafael GARCÍA MEIRO
CEO

Original Electrónico

IAF ENAC IQNET

AENOR CONFIA S.A.U.
Génova, 6. 28004 Madrid. España
Tel. 91 432 60 00.- www.aenor.com

AENOR Chile Edificio Nueva Torre Santa María 2. Av. Los Conquistadores 1730 Oficina 1802. Providencia, Santiago de Chile - www.aenorchile.com

SMU

DocuSign Envelope ID: 5F4EDDD0-67E8-4AA9-8C8F-7D48E93927D0

MC COMPLIANCE
CREANDO VALOR CORPORATIVO

CERTIFICADO N° 2/2022

PLAN DE CUMPLIMIENTO - LEY 19.496 SOBRE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

DISEÑADO EN EL MARCO DE UNA COLABORACIÓN SUSTANCIAL DEL PROVEEDOR ANTE EVENTUALES INFRACCIONES CONFORME AL ARTÍCULO 24, INCISO CUARTO LETRA C) – LEY 19.496

En Santiago de Chile, a 30 de diciembre de 2022, MC Compliance S.A., RUT Nº76.125.969-5, registrada como entidad idónea para la Certificación de Planes de Cumplimiento en normas de Protección al Consumidor, ante el Servicio Nacional del Consumidor (en adelante "SERNAC"), de acuerdo con lo establecido en la Resolución Exenta Nº689, de fecha 10 de septiembre del año 2021, certifica que la empresa que se menciona a continuación:

- **SMU S.A. RUT 76.012.676-4**

Ha diseñado e implementado un plan de cumplimiento en normas sobre protección de los derechos de los consumidores, conforme a la Ley 19.496, y demás normativa vigente - reglamentaria o administrativa- aplicable, que alcanza a los deberes y obligaciones del proveedor en materia de:

a. **Protección de datos personales**, en cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 4 y 9 de la Ley 19.628 en relación con lo dispuesto en el artículo 2 bis letra b), y 15 bis de la Ley 19.496;
b. **Deberes de información**, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 3 letra b) de la Ley 19.496;
c. **Publicidad**, en cumplimiento de lo dispuesto en las normas del párrafo 1° Información y Publicidad, del Título III de la Ley 19.496;
d. **Normas sobre cumplimiento contractual,** en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 3 letra e) y 18 de la Ley 19.496;
e. **Garantía legal**, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 3 letra e) y 20 de la Ley 19.496;
f. **Promociones y ofertas**, en cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 35 y 36 de la Ley 19.496;
g. **Seguridad en los productos**, en cumplimiento en el artículo 3 letra d), 45 y 46 de la Ley 19.496; y
h. **Equidad en las estipulaciones**, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 16 de la Ley 19.496. Adicionalmente se ha observado la empresa a certificar ha adoptado medidas que contribuyen en la profesionalidad del proveedor tales como velar por la capacitación de sus colaboradores en materia de Protección de los Derechos de los consumidores, y el establecimiento de un Código de Ética que transmite el compromiso de la compañía por representar y cuidar las relaciones con sus clientes.

El contenido y alcance del plan de cumplimiento se ajusta a lo establecido en la resolución del Servicio N°689 de fecha 10 de septiembre de 2021, que aprueba la *circular interpretativa sobre el alcance, contenido, procedimiento de aprobación y presentación de los planes de cumplimiento de los artículos 24 inciso cuarto letra c) y 54 P de la Ley N°19.496*, y a la Especificación Técnica INN/ET1 *planes de cumplimiento para la protección de los derechos de los consumidores*.

Periodo de vigencia de la certificación de 24 meses contados desde el 30 de diciembre de 2022.

DocuSign Envelope ID: 5F4EDDD0-67E8-4AA9-8C8F-7D48E93927D0

Estuvo a cargo de la dirección del proceso de Certificación y de la evaluación del Plan de Cumplimiento la Sra. Johanna Scotti Becerra, RUT Nº13.852.271-7.

MC Compliance S.A., declara que no pertenece al grupo empresarial de la entidad Certificada y que ni MC Compliance S.A. ni sus personas relacionadas han asesorado a la entidad Certificada o a una entidad de su grupo empresarial para efectos del diseño o implementación del Plan de Cumplimiento.

En consideración a la mejora continua, los procesos actualmente en desarrollo del Plan de Cumplimiento elaborado por SMU S.A. y el rol de seguimiento y monitoreo, es que MC Compliance S.A. recomienda al proveedor subsanar las brechas y hallazgos levantados previo a la solicitud de aprobación ante el SERNAC.

DocuSigned by:
AA66F2AE8448492...
Patricio Eguiguren M.
Presidente Ejecutivo

DocuSigned by:
94C356C7C242483...
Sra. Johanna Scotti B.
Abogado Jefe

MC Compliance S.A.

13

METODOLOGÍA

13.1 SOBRE ESTE REPORTE

SMU presenta su sexta memoria integrada, correspondiente al período entre el 1 de enero y 31 de diciembre 2024 y abordando las operaciones de SMU y sus filiales en Chile y Perú.

Este reporte se realiza acorde a lo establecido por la Comisión para el Mercado Financiero en la Norma de Carácter General N°519, respondiendo además al estándar SASB (Sustainability Accounting Standards Board) para la industria de minoristas y distribuidores de alimentos, y haciendo referencia al estándar GRI (Global Reporting Initiative), año 2021.

El proceso de levantamiento de información para la elaboración de la memoria integrada consideró la participación de distintas áreas especializadas de la Compañía. Los contenidos abordados en este documento fueron validados con los responsables de las áreas especialistas, gerentes corporativos y el Directorio de SMU.

Para más información acerca del contenido de la presente memoria integrada, favor dirigirse al departamento de Relación con Inversionistas de SMU, correo electrónico investor_relations@smu.cl.

13.2 ASUNTOS MATERIALES

Los temas materiales[69] de una organización son los impactos más significativos que esta genera o podría generar sobre la economía, el medio ambiente o las personas, incluidos los efectos sobre los derechos humanos.

Siguiendo las mejores prácticas y tendencias actuales, para este ejercicio SMU adoptó un enfoque de **doble materialidad**, considerando tanto la *materialidad de impacto*—es decir, impactos materiales (reales o potenciales, positivos o negativos) de la empresa sobre las personas o el medio ambiente en el corto, mediano y largo plazo—como la *materialidad financiera*—asuntos que generan riesgos u oportunidades que afectan la posición o desempeño financiero, los flujos de efectivo, el acceso a financiamiento o el costo de capital de la empresa en el corto, mediano o largo plazo. De esta forma, un asunto de sostenibilidad cumple los criterios de doble materialidad si es material desde la perspectiva del impacto, desde la perspectiva financiera o desde ambas perspectivas.

SMU busca que su memoria integrada satisfaga las necesidades de información de todos sus grupos de interés, por lo que su proceso de materialidad consideró una consulta a sus *stakeholders*, permitiendo identificar sus requerimientos prioritarios.

[69] Definición según GRI, año 2021.

13.2.1
PROCESO DE MATERIALIDAD

Los temas materiales que se reportan en esta memoria integrada surgen de cinco etapas sugeridas por el estándar GRI, las que contemplan un exhaustivo levantamiento de información primaria y secundaria, con la participación de los grupos de interés, permitiendo identificar los impactos positivos y negativos, potenciales y reales para el negocio y las partes interesadas. A continuación, se describen las etapas del proceso:

Etapa 1: Entender el contexto de la organización
Revisión de las características de la organización y contexto de sostenibilidad, incluyendo aquí:

- Revisión de documentos corporativos, considerando la memoria integrada 2023, Plan Estratégico 2023-2025, Informe Debida Diligencia de Derechos Humanos, entre otros.
- Cobertura de prensa de la industria y SMU, identificando los temas más mencionados en Chile y Perú.
- Benchmark a los reportes de sostenibilidad y memorias integradas elaborados por actores relevantes de la industria supermercadista, a nivel local e internacional, con el objetivo de identificar sus temas materiales bajo un enfoque de doble materialidad, y levantar las mejores prácticas al reportarlos.
- Revisión de estándares SASB (industria minoristas y distribuidores de alimentos); Guía de la OCDE de Debida Diligencia para una Conducta Empresarial Responsable; informes de organismos internacionales y vinculados a la ONU, en los que abordan preocupaciones en materia de sostenibilidad en 2024.
- Requerimientos de información del cuestionario *S&P Corporate Sustainability Assessment* para el *Dow Jones Sustainability Index*.
- Normativas y regulaciones aplicables a la actividad desarrollada por SMU, en materia de protección al consumidor, libre competencia, prevención de delitos, seguridad laboral, inclusión laboral, etiquetado de alimentos y gestión de residuos, entre otras.

Etapa 2: Identificar los impactos significativos, reales y potenciales, negativos y positivos.
La selección de impactos fue definida a partir de los temas más relevantes identificados en la etapa 1, identificando 92 impactos reales y potenciales, y diferenciando los impactos negativos de los positivos.

Etapa 3: Evaluar la importancia de los impactos
En esta etapa se estableció un umbral de relevancia para priorizar los impactos más significativos.

Siguiendo los criterios sugeridos por el estándar del GRI, los impactos negativos fueron evaluados de acuerdo a los criterios de gravedad, alcance, cualidad (reparable o irreparable) y probabilidad. En el caso de los positivos, los criterios para evaluar fueron relevancia, alcance y probabilidad. De este proceso surgió una lista preseleccionada de 24 impactos.

SMU gestiona e informa sobre la totalidad de los impactos relevantes identificados, dado que esta información es necesaria para cumplir con requerimientos de la CMF y de otras instancias de reportería a las cuales la Compañía se somete.

Etapa 4: Priorizar los temas materiales
La lista preseleccionada se sometió a la opinión de los grupos de interés a través de una encuesta que se aplicó mediante entrevistas presenciales, focus groups y una encuesta dirigida a los clientes. La materialidad de impacto fue consultada a las autoridades, clientes, colaboradores, proveedores, vecinos, gremios y fundaciones donde participa SMU.

La materialidad financiera se abordó con los directores y principales ejecutivos de SMU, además de analistas financieros que hacen un seguimiento permanente de los resultados y gestión de la Compañía.

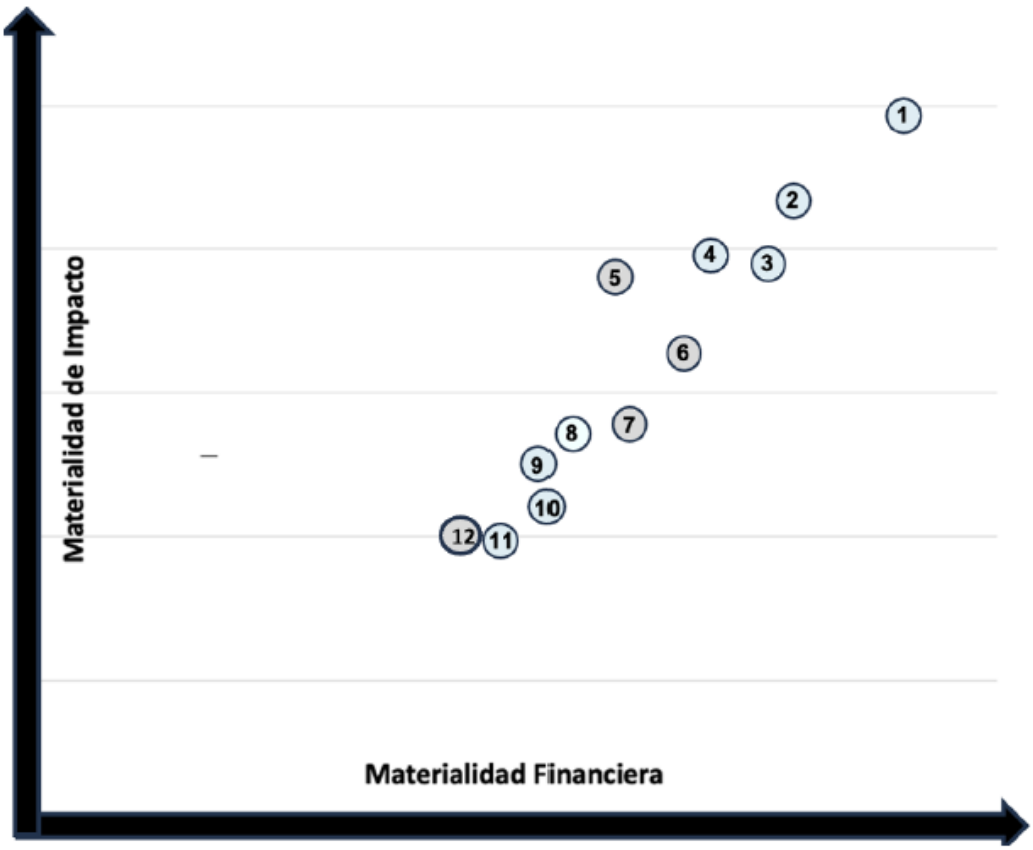
Los resultados se presentaron al Directorio de SMU S.A. y se aprobó priorizar los 12 impactos que concentraron las mayores votaciones en la materialidad de impacto y financiera. La priorización de los impactos se representa en la Matriz de Doble Materialidad.

Es importante mencionar además que los resultados del análisis de materialidad también se incorporan a los procesos de gestión de riesgos de la Compañía. Se realizó un análisis de si los temas materiales identificados y validados estaban cubiertos por los diferentes tipos de riesgos que la Compañía había identificado y estaba gestionando previamente, con el fin de detectar posibles brechas.

Priorización de Temas Materiales Identificados

N°	Tema Material	N°	Tema Material
1	Salud y seguridad de los clientes	7	Salud y seguridad laboral
2	Gestión estratégica de la sostenibilidad	8	Trato no discriminatorio a clientes
3	No desperdicio de alimentos	9	Packaging
4	Continuidad operacional	10	Residuos
5	Trabajo libre de acoso	11	Condiciones laborales
6	Privacidad del cliente	12	Experiencia de clientes

Matriz de Doble Materialidad



13.2.2
TEMAS MATERIALES

Temas Materiales	Materialidad de Impacto	Materialidad Financiera	Gestión	Sección Que Lo Aborda
Salud y seguridad de los clientes	Las fallas en los sistemas que aseguran la inocuidad (salubridad) de los alimentos, como el incumplimiento de los estándares y procesos de calidad por parte de los proveedores, pueden ocasionar una grave afectación a la salud de las personas.	Este tipo de fallas generan investigaciones de parte de la autoridad sanitaria que pueden determinar el cierre temporal del local afectado y el retiro total de los productos investigados, afectando la continuidad operacional y reputación de la Compañía	SMU cuenta con sistemas de inocuidad y protocolos para cautelar los estándares de calidad de sus proveedores.	7.2 Aseguramiento de la Calidad e Inocuidad.
Gestión estratégica de la sostenibilidad	Las estrategias de negocio que integran la gestión de aspectos ESG (ambientales, sociales y gobernanza) contribuyen a crear relaciones de confianza con sus grupos de interés y a promover la sostenibilidad.	La gestión de los aspectos ESG desde la estrategia de negocios, genera confianza y facilita la comprensión de cómo una organización alinea esta gestión a los proyectos que impulsa, contribuyendo así a la creación de valor para sus inversionistas.	SMU gestiona sus aspectos ESG desde su modelo corporativo de sostenibilidad y se somete a procesos de evaluación externos, como el *S&P Corporate Sustainability Assessment.*	3.1 Gestión de Sostenibilidad
No desperdicio de alimentos	La reducción del desperdicio de alimentos contribuye a reducir las emisiones de efecto invernadero asociadas a la sobreproducción de alimentos. Si la estrategia contempla la donación de alimentos, aporta además a que personas en situación de vulnerabilidad social accedan a alimentos.	La reducción de desperdicio de alimentos contribuye a reducir el costo de ventas. Asimismo, una adecuada gestión contribuye al cumplimiento legal.	La gestión para reducir el desperdicio de alimentos en SMU se aborda desde una mirada transversal que incluye desde la definición del surtido y la planificación de la demanda, hasta la liquidación y donación de productos próximos a su vencimiento.	10.1.1 No Desperdicio de Alimentos

Temas Materiales	Materialidad de Impacto	Materialidad Financiera	Gestión	Sección Que Lo Aborda
Continuidad operacional	La continuidad operacional tiene un impacto positivo en las localidades en que la Compañía opera, permitiendo llegar hasta las personas con insumos básicos para su vida diaria.	Contar con planes de contingencia para asegurar la continuidad operacional, y un plan de inversiones relativo a este mismo objetivo, mitiga los riesgos económicos, vinculados a la caída en las ventas por cierre de locales o falta de suministro.	SMU cuenta con una extensa cobertura logística a nivel nacional, así como estrategias y canales de distribución que aseguran la continuidad.	4.6.3 Factores de Riesgo
Trabajo libre de acoso	La falta de protocolos para prevenir y sancionar situaciones de acoso, así como también prácticas deficientes de difusión sobre la gravedad de estas situaciones y de los canales de denuncias, tienen un impacto negativo en la calidad de vida laboral de las personas.	La falta de protocolos o la mala comunicación de los canales de denuncias, puede derivar en multas y sanciones de parte de la autoridad, en caso de ocurrir un caso de acoso, como también generar un mal clima laboral que dé pie a una potencial fuga de talento y daño en la reputación de la Compañía.	SMU cuenta con iniciativas para prevenir el acoso en el trabajo. Realiza capacitaciones, cuenta con canales de denuncias y ejecuta campañas comunicacionales permanentes.	5.2.5.1 Prevención del Acoso Laboral, Acoso Sexual y Violencia en el Trabajo
Privacidad del cliente	La vulneración o el uso indebido de los datos personales y la información privada de los clientes, ya sea por la falta de políticas adecuadas o por fallas en los protocolos y procesos de seguridad, puede generar graves consecuencias, tales como fraudes financieros y suplantación de identidad.	La vulneración de datos privados como consecuencia de fallas en los sistemas de seguridad puede ocasionar demandas de parte de los afectados y sanciones por incumplimiento legal.	SMU cuenta con una filial dedicada al resguardo y tratamiento de datos, un Oficial de Seguridad de la Información con dedicación exclusiva para temas de protección de datos de clientes. La Compañía además refuerza a través de capacitaciones y comunicación interna.	5.2.4 Privacidad de Datos

Temas Materiales	Materialidad de Impacto	Materialidad Financiera	Gestión	Sección Que Lo Aborda
Salud y seguridad laboral	La falta de condiciones, protocolos y capacitaciones en materia de seguridad y salud laboral, así como estrategias deficientes en materia de prevención, ponen en riesgo la salud e incluso la vida de los trabajadores internos y externos.	Los accidentes laborales ocurridos por la falta de protocolos pueden generar multas, sanciones y demandas, y aumentos de otros gastos operacionales.	SMU cuenta con una Política de Seguridad y Salud en el Trabajo de SMU y un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.	6.6 Seguridad y Salud en el Trabajo
Trato no discriminatorio a clientes	Contar con políticas y prácticas para asegurar la no discriminación de clientes, tiene un impacto directo en el resguardo de los derechos humanos de las personas.	Las prácticas y políticas, como cualquier iniciativa en dirección al resguardo de los derechos humanos, reducen el riesgo de demandas legales, fortalece la reputación de la Compañía y da cumplimiento a principios internacionales, como son los diez principios de Pacto Global de Naciones Unidas.	SMU capacita permanentemente a sus colaboradores en prácticas éticas, incluyendo la no discriminación, y también en la atención al cliente. Asimismo, cuenta con un área de Servicio al Cliente que aborda potenciales casos de discriminación con la investigación y respuesta correspondiente.	6.3 Diversidad e Inclusión 5.1 Gestión de la Ética
Packaging	Contar con iniciativas orientadas a la reducción de los envases no reciclables, la eliminación de plásticos de un solo uso y la promoción de productos con envases reciclables y/o reutilizables, tiene un beneficio directo en el medio ambiente.	Iniciativas en esta dirección, reducen los riesgos de incumplir la legislaciones y normativas vinculadas a la Ley REP. Adicionalmente, generan una buena reputación entre los clientes.	SMU ha avanzado en la certificación de la reciclabilidad de sus empaques MMPP, promoviendo además la reutilización de envases, y eliminando los plásticos de un solo uso.	10.1.2 Comprometidos con el reciclaje

Temas Materiales	Materialidad de Impacto	Materialidad Financiera	Gestión	Sección Que Lo Aborda
Residuos	La generación de residuos en la industria supermercadista está asociada a desperdicios de alimentos, envases, embalajes y líquidos que provienen de sus labores de limpieza, aceites y grasas. En ese contexto, contar con planes de gestión eficientes tiene un impacto relevante en el medio ambiente.	Una buena gestión de residuos puede contribuir al cumplimiento regulatorio.	La Compañía gestiona sus residuos sólidos peligrosos y no peligrosos a través de empresas externas especializadas, asegurando así una buena recolección, tratamiento y disposición.	10.1 Gestión de Residuos
Condiciones Laborales	La entrega de condiciones laborales atractivas, con salarios competitivos, así como la promoción del trato respetuoso y de la conciliación laboral-personal de los trabajadores, contribuyen a la calidad de vida de los trabajadores y sus familias.	La gestión de las condiciones laborales en una organización contribuye a que una compañía retenga y atraiga el talento que necesita para alcanzar los objetivos trazados y el propósito de su negocio.	SMU cuenta con políticas, sistemas de gestión y programas que abordan materias como salud y seguridad laboral, remuneraciones, y desarrollo de colaboradores, entre otros.	6.2 Desarrollo de Personas
Experiencia de Clientes	Una mala experiencia de compra y servicio en canales de atención físicos y digitales puede tener una afectación en la calidad de vida de los clientes, por ejemplo, si no encontraron un producto que necesitaban.	Una experiencia de clientes negativa, en los canales físicos u online, junto con generar reclamos, puede significar la pérdida de un cliente y consecuentemente las ventas de la Compañía	SMU desarrolla iniciativas para conocer las necesidades de sus clientes; mide sus niveles de satisfacción; y cuenta con canales de comunicación para gestionar sus requerimientos; entre otros.	7.1 Experiencia del Cliente

13.3 ÍNDICE GRI

DECLARACIÓN DE USO	SMU S.A ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el período comprendido entre 1 de enero y 31 de diciembre de 2024 utilizando como referencia los Estándares GRI.
GRI 1 Usado	GRI 1: Fundamentos
GRI 2 Usado	GRI 2: Contenidos generales
GRI 3 Usado	GRI 3: Temas materiales
GRI 4 Usado	GRI 202: Presencia en el mercado
GRI 5 Usado	GRI 204: Prácticas de adquisición
GRI 6 Usado	GRI 205: Anticorrupción
GRI 7 Usado	GRI 206: Libre competencia
GRI 8 Usado	GRI 302: Energía
GRI 9 Usado	GRI 305: Emisiones
GRI 10 Usado	GRI 306: Residuos
GRI 11 Usado	GRI 401: Empleo
GRI 12 Usado	GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo
GRI 13 Usado	GRI 404: Capacitación
GRI 14 Usado	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades
GRI 15 Usado	GRI 406: No Discriminación
GRI 16 Usado	GRI 413: Comunidades locales
GRI 17 Usado	GRI 414: Evaluación social de los proveedores
GRI 18 Usado	GRI 416: Salud y seguridad de los clientes
GRI 19 Usado	GRI 417: Marketing y etiquetado
GRI 20 Usado	GRI 418: Privacidad del cliente

LA ORGANIZACIÓN Y SU PRESENTACIÓN DE INFORMES	PÁGINA
LA ORGANIZACIÓN Y SUS PRÁCTICAS DE PRESENTACIÓN DE INFORMES	
2-1 Detalles organizacionales	21, 97, 304
2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	353
2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	353
2-4 Actualización de la información	Las actualizaciones de información se explican a lo largo del texto
2-5 Verificación externa	77, 87, 338-346
2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	17-18, 21, 223-225
ACTIVIDADES Y TRABAJADORES	
2-7 Empleados	194-204
2-8 Trabajadores que no son empleados	180-181
GOBERNANZA	
2-9 Estructura de gobernanza y composición	56-67, 77-85
2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	72-73
2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	61
2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	69-70
2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	81-84,100-103, 119
2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	355
2-15 Conflictos de interés	65-66, 87
2-16 Comunicación de inquietudes críticas	77-85
2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	74-75
2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	74-75
2-19 Políticas de remuneración	67-68, 92-93
2-20 Proceso para determinar la remuneración	67-68
2-21 Ratio de compensación total anual	Información confidencial

ESTRATEGIA, POLÍTICAS Y PRÁCTICAS	
2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	7-10
2-23 Compromisos y políticas	39-43, 133-136
2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	39
2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	130, 161-162, 136
2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	45-47, 130
2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	146-148
2-28 Afiliación a asociaciones	48-50
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	44-45
2-30 Convenios de negociación colectiva	179-180

TEMAS MATERIALES	PÁGINA
3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	353-356
3-2 Lista de temas materiales	356-360
3-3 Gestión de los temas materiales	357-360
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES	
GRI 416: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES	
416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	216-218
GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO	
417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	218
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA SOSTENIBILIDAD	
PROPIO: Puntuación S&P Corporate Sustainability Assessment.	
NO DESPERDICIO DE ALIMENTOS	
FB-FR-150a.1 Cantidad de residuos alimentarios generados, porcentaje desviado del flujo de residuos	247
CONTINUIDAD OPERACIONAL	
PROPIO: Gestión de riesgos asociados a la continuidad operacional	
TRABAJO LIBRE DE ACOSO	
INDICADOR 5.5 NORMA DE CARÁCTER GENERAL 519	
Capacitación para prevenir acoso laboral y sexual/ N° de personas capacitadas	144
N° de denuncias por acoso laboral	144
N° de denuncias por acoso sexual	144
PRIVACIDAD DEL CLIENTE	
GRI 418: PRIVACIDAD DEL CLIENTE	
418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	142
SALUD Y SEGURIDAD LABORAL	
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	
403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	181-189
403-9 Lesiones por accidentes laborales	190-192
403-10 Dolencia y enfermedades laborales	193
TRATO NO DISCRIMINATORIO A CLIENTES	
PROPIO: N° de denuncias confirmadas de clientes por discriminación	Durante 2024 se registraron 48 denuncias confirmadas de clientes por discriminación
PACKAGING	
PROPIO: Porcentaje de productos certificados	249
PROPIO: Gestión del packaging reciclable	249-250

RESIDUOS	
GRI 306: RESIDUOS	
306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	245-251
306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	245-251
306-3 Residuos generados	245-251
306-4 Residuos no destinados a eliminación	247, 256
CONDICIONES LABORALES	
GRI 401: EMPLEO	
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal	154-155, 203
401-3 Permiso Parental	171-176
EXPERIENCIA DE CLIENTES	
PROPIO: Indicador NPS	
CRECIMIENTO ORGÁNICO, MULTIFORMATO Y OMNICANAL	
GRI 202: PRESENCIA EN EL MERCADO	
202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	67, 195-198

OTROS TEMAS DE INTERÉS Si bien los temas materiales recién expuestos, muestran los 12 impactos priorizados en la materialidad de impacto y financiera año 2024, a continuación, se presentan otros temas, que fueron presentados en la Memoria Integrada 2023 y que siguen siendo relevantes de informar para SMU.	
CRECIMIENTO ORGÁNICO, MULTIFORMATO Y OMNICANAL	
GRI 202: PRESENCIA EN EL MERCADO	
202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	67, 195-198
GESTIÓN ÉTICA Y CUMPLIMIENTO	
GRI 205: ANTICORRUPCIÓN	
205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	138-140
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	129
GRI 206: LIBRE COMPETENCIA	
206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	140
DERECHOS HUMANOS	
NCG461 3.6: GESTIÓN DE RIESGOS	100-103, 133-136
CONDICIONES LABORALES	
GRI 404: CAPACITACIÓN	
404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	156-158
404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	159
DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y NO DISCRIMINACIÓN	
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	
405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	67, 194-204
405-2 Ratio de salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	163
GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN	
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	131-132

ABASTECIMIENTO RESPONSABLE	
GRI 204: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN	
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	227, 233-234
GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES	
414-1 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	221-226
PROPIO: DESARROLLO DE PROVEEDORES LOCALES	227-231
GESTIÓN DE LOS IMPACTOS EN LA CALIDAD DE VIDA DE LAS COMUNIDADES	
GRI 413: COMUNIDADES LOCALES	
413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	237-242
CAMBIO CLIMÁTICO Y GESTIÓN DE EMISIONES	
GRI 302: ENERGÍA	
302-1 Consumo de energía dentro de la organización	259
GRI 305: EMISIONES	
305-1 Emisiones directas de GEI	257
305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía	257
305-3 Otras emisiones indirectas de GEI	258
305-5 Reducción de las emisiones de GEI	252-255

13.4 ÍNDICE CMF

Código CMF	Concepto	Página
2.1	Misión, visión, propósito y valores.	15-16
2.2	Información histórica	19-20
2.3.1	Situación de control	94
2.3.2	Cambios importantes en la propiedad o control	93-94
2.3.3	Identificación de socios o accionistas mayoritarios	95
2.3.4	Acciones, sus características y derechos	93-96
2.3.5	Otros valores	97-99
3.1	Marco de gobernanza	33;39-40; 44-53; 57-93; 127-145; 153-161
3.2	Directorio	61-76
3.3	Comités del Directorio	77-89
3.4	Ejecutivos principales	90-93
3.5	Adherencia a códigos nacionales o internacionales	59
3.6	Gestión de riesgos	29-32; 69-73; 100-124;127-145
3.7	Relación con los grupos de interés y el público en general	44-47; 57; 72-73
4.1	Horizontes de tiempo (estrategia)	29-33
4.2	Objetivos estratégicos	29-33
4.3	Planes de inversión	33
5.1.1	Número de personas por sexo	194
5.1.2	Número de personas por nacionalidad	195-198
5.1.3	Número de personas por rango de edad	199-200
5.1.4	Antigüedad laboral	201-202
5.1.5	Número de personas con discapacidad	204
5.2	Formalidad laboral	203
5.3	Adaptabilidad laboral	171-174
5.4.1	Política de equidad	162-163

Código CMF	Concepto	Página
5.4.2	Brecha salarial (equiparidad salarial)	163
5.5	Acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo	143-145
5.6	Seguridad laboral	181-193
5.7	Permiso postnatal	173-176
5.8	Capacitación y beneficios	155-158; 170-179
5.9	Política de subcontratación	180-181
6.1	Sector industrial	21-36; 44-53; 146-148
6.2	Negocios	21-36; 207; 221
6.3	Grupos de interés	44-53
6.4	Propiedades e instalaciones	28
6.5.1	Subsidiarias y asociadas	293-336
6.5.2	Inversión en otras sociedades	337
7.1	Pago a proveedores	232-233
7.2	Evaluación de proveedores	222-226
8.1	Cumplimiento legal y normativo: clientes	140-142
8.2	Cumplimiento legal y normativo: trabajadores	142-145
8.3	Cumplimiento legal y normativo: medio ambiente	145
8.4	Cumplimiento legal y normativo: libre competencia	139-140
8.5	Cumplimiento legal y normativo: otros	138-139
9.1	Métricas SASB	370-379
9.2	Verificación independiente	338-346
10	Hechos relevantes o esenciales	285-290
11	Comentarios de accionistas y del comité de directores	95
12	Informes financieros	Ver nota[70]

[70] Los estados financieros de SMU S.A. y filiales están disponibles en la página web de la CMF (https://www.cmfchile.cl/institucional/mercados/entidad.php?mercado=V&rut=76012676&grupo=&tipoentidad=RVEMI&row=AAAwy2ACTAAABzMAAB&vig=VI&control=svs&pestania=3) y en la página web de la Compañía (https://assets.ctfassets.net/63tonbtz0lhl/2vah4AvzgjIkQXkrws1L51/6e72403ebee9c024b0ac01abd36bb72e/Estados_financieros_2024-12.pdf).

13.5 TABLA DE CONTENIDOS SASB

Gestión del combustible de la flota		
Código SASB	**Parámetro**	**Respuesta**
FB-FR-110a.1	(1) La cantidad total de combustible consumido por los vehículos de su flota como una cifra conjunta y en gigajulios (GJ), (2) el porcentaje de la cantidad total de combustible consumido por los vehículos de su flota que sea combustible renovable	No aplica. Los vehículos utilizados en las operaciones de SMU son de propiedad de y operados por terceros.

Emisiones atmosféricas por la refrigeración		
Código SASB	**Parámetro**	**Respuesta**
FB-FR-110b.1	Total emisiones brutas de alcance 1 procedentes de gases refrigerantes (tCO2e)	211.204 Ton CO2e
FB-FR-110b.2	Porcentaje de refrigerantes consumidos con un potencial de agotamiento de la capa de ozono nulo	1,489%
FB-FR-110b.3	Tasa media de emisiones de refrigerantes	3.144,360%

Gestión de la energía		
Código SASB	**Parámetro**	**Respuesta**
FB-FR-130a.1	(1) Energía operativa consumida (GJ); (2) Porcentaje electricidad de la red; (3) Porcentaje de energía consumida que sea energía renovable	(1) 1.040.774 GJ (2) 85,72% (3) 14,28%

Gestión de residuos alimentarios		
Código SASB	**Parámetro**	**Respuesta**
FB-FR-150a.1	(1) Cantidad total de residuos alimentarios y alimentos invendibles que genera en toneladas métricas; (2) Porcentaje de residuos alimentarios o alimentos invendibles que se ha desviado o rescatado; (3) La entidad describirá los métodos de cuantificación utilizados para calcular la cantidad de residuos alimentarios y partes incomestibles de conformidad con las Directrices sobre el Método de Cuantificación FLW.	(1) 11.503,9 toneladas (2) 7,4% (3) El cálculo de los residuos alimentarios y partes incomestibles se realiza a partir de registros diarios de productos vendidos y no vendidos, utilizando datos de unidades de productos, que han sido escritos o almacenados en bases de datos automatizadas, con información de peso de alimentos netos, con embalajes y otros, los cuales sistemáticamente se recolectan para llevar el registro de los residuos alimentarios generados diariamente en cada establecimiento. Los registros consideran los alimentos vendidos, invendibles, donados, etc. Es el método de cuantificación a través de balance de masa.

Seguridad de Los Datos		
Código SASB	**Parámetro**	**Respuesta**
FB-FR-230a.1	(1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII), (3) número de clientes afectados	No ha habido ninguna filtración de datos en 2024.
FB-FR-230a.2	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	SMU establece el marco de referencia ISO 27000 y NIST como guías de buenas prácticas para la identificación de amenazas, vulnerabilidades y los riesgos de la seguridad de la información, así como la capacidad de respuesta ante ciber incidentes. Esto parte de la implicación, apoyo y seguimiento de la alta dirección, para que la seguridad sea inherente a la operación y la tecnología utilizada en los procesos de la Compañía. Así mismo y relacionado con lo anterior, hay controles establecidos para mitigar el riesgo desde diferentes ámbitos: - Seguridad desde el diseño que se hace tangible en la revisión de todo proceso, producto y proyecto tecnológico por parte del área de Seguridad TI como requerimiento necesario para la adquisición a un tercero o desarrollo interno. - Capacitación permanente de colaboradores, tanto teórica con cursos y boletines periódicos sobre hábitos de seguridad en sus funciones, como práctica mediante la realización de ejercicios de simulación de ataques de ingeniería social. - Análisis continuo de las nuevas amenazas externas y contramedidas basadas en la implementación de tecnologías de protección adecuadas tanto a la infraestructura tecnológica como al modelo de relación con clientes. tecnológica como al modelo de relación con clientes. - Establecimiento de protocolos de respuesta ante incidentes y guías técnicas que permiten reaccionar con rapidez ante

		cualquier intento de vulneración de la infraestructura tecnológica, evitando así el éxito del ataque. Durante 2024 se puso en marcha la verificación de las capacidades de protección mediante la táctica “Red Team / Blue Team” que permite robustecer los controles anteriores de manera continua y poniendo el foco en las oportunidades de mejora detectadas.

Seguridad alimentaria		
Código SASB	**Parámetro**	**Respuesta**
FB-FR-250a.1	Tasa de infracción de seguridad alimentaria de alto riesgo	SMU no recibió sumarios sanitarios relacionados con la seguridad alimentaria en 2024.
FB-FR-250a.2	(1) Número total de retiradas de productos relacionadas con la seguridad alimentaria; (2) Número de unidades retiradas; (3) Porcentaje de unidades retiradas que son productos de marca propia; (4) En caso de existir retiradas que afectaron a un número significativo de unidades de producto o relacionadas con una enfermedad grave o posible fallecimiento: describir 1. Descripción y causa de la retirada, 2. Cantidad total de productos alimenticios retirados, 3. Coste de reparación del problema, 4. Si la retirada fue voluntaria o involuntaria, 5. Medidas correctivas, 6. Cualquier otra consecuencia significativa (por ejemplo, procedimientos judiciales o fallecimientos de consumidores)	(1) Se realizaron 22 retiros relacionados a alertas sanitaria e inocuidad, 2 de los cuales fueron solicitados por la autoridad sanitaria, 3 de proveedor y el restante fueron articulados de manera preventiva por la Compañía. (2) 75.900 unidades retiradas aproximadamente (3) 55% de los retiros corresponden a marcas propias. (4) No hubo retiradas relacionadas a posible enfermedad o fallecimiento.

Salud y nutrición de los productos		
Código SASB	**Parámetro**	**Respuesta**
FB-FR-260a.1	Total de ingresos procedentes de las ventas de aquellos de sus productos cuyo etiquetado o marketing esté enfocado a promover los atributos de salud y nutrición	SMU busca informar a sus clientes acerca de los productos que comercializa, promoviendo, por ejemplo, los atributos nutricionales de las frutas y verduras en sus salas de ventas. Los esfuerzos de la Compañía se complementan con la legislación vigente en Chile, donde, para promover que los consumidores tomen decisiones informadas y prefieran alimentos saludables, existe la Ley de Etiquetado, la que obliga a los productores a poner un sello con forma de disco pare cuando un producto es alto en sodio, grasa, azúcar y/o calorías. Asimismo, existen campañas comunicacionales, recomendando a los consumidores a preferir alimentos sin sellos. Las ventas de productos sin sellos en 2024 ascendieron a $858.717 millones, equivalente al 30% de las ventas de mercaderías en el año.
FB-FR-260a.2	Análisis del proceso de identificación y gestión de los productos e ingredientes relacionados con las preocupaciones nutricionales y de salud de los consumidores, incluyendo (1) esfuerzos por identificar las preocupaciones, los productos y los ingredientes relacionados con esas preocupaciones, y los riesgos y oportunidades resultantes, (2) la forma en que se gestionan y comunican las preocupaciones y los riesgos identificados, (3) el uso de programas de certificación que aborden las preocupaciones	(1) Cada uno de los formatos de SMU define y ajusta el surtido de productos en función de las preferencias y necesidades de sus clientes, basado en el profundo conocimiento que posee, a partir de sus programas de fidelización, además de estudios y encuestas. De esta manera, identifica nuevas tendencias y cambios en preferencias de sus clientes, incluyendo aspectos de salud y nutrición, además de los ingredientes de los productos que consumen, y que pueden representar oportunidades de realizar modificaciones en el surtido de productos u otros aspectos de la experiencia de compra. (2) La gerencia corporativa de marketing y clientes es el área responsable de entender las necesidades de los clientes, y asesora a los diferentes formatos, proporcionando estudios y análisis que permitan generar planes de acción. A partir de esta información, cada formato aborda las nuevas tendencias de la manera que mejor se adecua a sus clientes.

	y preferencias de los consumidores sobre los ingredientes, aditivos y posibles alérgenos, (4) cualquier queja significativa, como las que puedan acabar con la presentación de demandas, concerniente a las preocupaciones nutricionales y de salud asociadas a productos o ingredientes, así como cualquier esfuerzo para mitigar los riesgos relacionados en el futuro	(3) SMU exige que sus proveedores de marcas propias y marcas controladas cuenten con certificaciones bajo los estándares de la Iniciativa Global de Inocuidad Alimentaria, en el caso de proveedores de alimentos, o bajo estándares de gestión de calidad ISO 9000 o equivalentes para proveedores de productos non-food. De no contar con estas certificaciones, se deben someter a auditorías de calidad realizadas por empresas independientes. (4) Durante 2024, SMU no recibió quejas significativas relacionadas con preocupaciones nutricionales y de salud asociadas a productos o ingredientes.

Etiquetado y Marketing de Productos		
Código SASB	**Parámetro**	**Respuesta**
FB-FR-270a.1	Número de incidentes de no conformidad de los códigos reglamentarios o del sector para el etiquetado o el marketing	Durante el año 2024 se presentaron 3 sumarios sanitarios por ley de etiquetado. Sin embargo, al realizar el análisis técnico y legal en cada caso, la Compañía concluyó que no hubo ningún incumplimiento de la normativa y realizó los descargos pertinentes.
FB-FR-270a.2	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las prácticas de etiquetado o de marketing	No aplica. No ha habido ningún procedimiento judicial en esta materia.
FB-FR-270a.3	Ingresos de los productos etiquetados como (1) que contienen organismos modificados genéticamente (OMG) y (2) que no contienen OMG	La Compañía se encuentra en proceso de levantamiento de esta información.

Prácticas Laborales		
Código SASB	**Parámetro**	**Respuesta**
FB-FR-310a.1	(1) Salario medio por hora y (2) porcentaje de empleados de tiendas y centros de distribución que ganan el salario mínimo, por región	(1) Salario medio por hora, colaboradores de tiendas y centros de distribución, SMU Chile: CLP 5.437 Salario medio por hora, colaboradores de tiendas y centros de distribución, SMU Perú: PEN 2.122 (2) % empleados que ganan salario mínimo, SMU Chile: 0% % empleados que ganan salario mínimo, SMU Perú: 0% Los salarios en SMU tanto en Chile como Perú incluyen el sueldo base (el que debe ser al menos equivalente al ingreso mínimo mensual, definido en cada país) además de gratificaciones mensuales y/o anuales y otras asignaciones fijas, como son la movilización, colación, vales de alimentación (Perú), entre otros. Por lo tanto, ningún empleado gana el salario mínimo. Las escalas de rentas de la Compañía se actualizan semestralmente según variación IPC que se aplica en los meses de junio y diciembre de cada año.
FB-FR-310a.2	Porcentaje de la fuerza laboral activa cubierta por los convenios colectivos de trabajo	66,4%
FB-FR-310a.3	(1) Número de interrupciones del trabajo y (2) total de días de inactividad	La Compañía no tuvo interrupciones del trabajo ni, por consiguiente, días de inactividad, durante el año 2024.
FB-FR-310a.4	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con: (1) las infracciones de la legislación laboral y (2) la discriminación laboral	(1) $1.323 millones. Este monto contempla sentencias ejecutoriadas, equivalentes jurisdiccionales (conciliaciones, avenimientos y transacciones) y multas laborales ejecutoriadas cursadas por la Dirección del Trabajo. Los principales motivos incluyen despido injustificado, accidentes del trabajo, documentación

		laboral, comunicación de factores de riesgos y gestión de turnos laborales. (2) Durante el año 2024, la Compañía no fue condenada por acciones de tutela laboral. Sin embargo, se registró una pérdida monetaria de $79,2 millones como resultado del pago de equivalentes jurisdiccionales tales como conciliaciones, avenimientos y transacciones, correspondientes a 13 acciones en materia de discriminación en el empleo. Para evitar nuevos incidentes, la Compañía busca prevenir las conductas asociadas a través de capacitaciones.

Gestión de los impactos ambientales y sociales en la cadena de suministro		
Código SASB	**Parámetro**	**Respuesta**
FB-FR-430a.1	Ingresos de productos certificados por terceros según los estándares de suministro sostenible ambiental o social	Las ventas de productos certificados por terceros según los estándares de suministro sostenible ambiental o social en 2024 ascendieron a $154.227 millones.
FB-FR-430a.2	Porcentaje de ingresos procedentes de (1) huevos de gallinas no enjauladas; (2) carne de cerdo producida sin el uso de jaulas de gestación	(1) El porcentaje correspondiente a ingresos procedentes de huevos de gallinas no enjauladas es del 4,4% de la venta total de huevos. (2) La Compañía está intentando recopilar esta información con sus proveedores.
FB-FR-430a.3	Análisis de la estrategia para gestionar los riesgos ambientales y sociales en la cadena de suministro, incluido el bienestar animal.	Las relaciones entre SMU y sus proveedores se rigen por políticas y procedimientos que buscan promover la transparencia, el trato

Entre las estrategias pertinentes que se pueden examinar se encuentran, entre otras, la selección de proveedores, la diversificación de proveedores, los programas de formación para proveedores sobre buenas prácticas de gestión ambiental, la participación de los proveedores en cuestiones laborales y de derechos humanos, el mantenimiento de un código de conducta de la cadena de suministro, las auditorías de la cadena de suministro y las certificaciones.

El análisis de bienestar animal incluirá, entre otros aspectos: (1) Objetivos de la entidad en relación con los estándares sobre bienestar animal y sus progresos para alcanzarlos; (2) Requisitos para los proveedores en relación con los estándares sobre bienestar animal; (3) Forma de encarar, si la hay, los estándares sobre bienestar animal en los contratos con los proveedores.

La entidad describirá el uso que hace de las certificaciones de bienestar animal.

justo y las buenas prácticas. Incluyen el Código de Ética y Conducta de Negocios y las políticas de prevención de delitos, derechos humanos, abastecimiento responsable y bienestar animal, entre otras políticas y procedimientos específicos dependiendo de la naturaleza de cada proveedor.

Para definir si se inicia o mantiene una relación contractual o comercial, SMU evalúa a los proveedores actuales y potenciales en función de criterios que dependen de la naturaleza del producto o servicio a contratar. Estos criterios pueden incluir, entre otros, factores relacionados con el sistema de control interno del proveedor, eficiencia energética, cumplimiento de normativa laboral, anticorrupción, inclusión social y agricultura sostenible.

Como parte de su gestión de riesgos en la cadena de suministro, durante 2022 y 2023, SMU realizó el primer proceso de debida diligencia en derechos humanos, cubriendo sus operaciones en Chile. Este proceso incluye riesgos de derechos humanos en la cadena de suministro.

Con respecto al bienestar animal, de acuerdo con su política de bienestar animal, SMU rechaza prácticas que se aparten del respeto por el bienestar animal y exige a sus proveedores que cumplan con los debidos permisos y normativa legal en esta materia. Asimismo, la Compañía se encuentra levantando información y buenas prácticas,

		incluyendo certificaciones, con sus proveedores de productos de origen animal para aumentar la visibilidad de factores relacionados con el bienestar animal y que éstos sean considerados en los procesos de compra, cumpliendo así con las condiciones sanitarias y éticas asociadas a estos productos.
FB-FR-310a.4	La entidad examinará sus estrategias para reducir los efectos ambientales de los embalajes, como la optimización del peso y el volumen del embalaje para una aplicación determinada o la utilización de materiales alternativos, incluidos aquellos que son renovables, reciclados, reciclables o compostables.	De acuerdo con su Política de Gestión Ambiental, SMU busca reducir su impacto a través del reciclaje, valorización y reutilización de sus residuos, y está permanentemente evaluando nuevas prácticas para mejorar su gestión. Adicionalmente, la Compañía promueva el reciclaje con sus clientes y colaboradores. En esta línea, busca aumentar la reciclabilidad de los productos de marcas propias de SMU.

Parámetros de Actividad		
Código SASB	**Parámetro**	**Respuesta**
FB-FR-000.A	Número de (1) puntos de venta al por menor y (2) centros de distribución	(1) 433 (2) 11
FB-FR-000.B	Superficie total de (1) espacio de venta al por menor y (2) centros de distribución	(1) 506.000 m2 (2) 163.900 m2
FB-FR-000.C	Número de vehículos en la flota comercial	No aplica. Los vehículos utilizados en las operaciones de SMU son de propiedad de y operados por terceros.
FB-FR-000.D	Toneladas por milla recorrida	No aplica. Los vehículos utilizados en las operaciones de SMU son de propiedad de y operados por terceros.

SMU