

Presentación Corporativa SMU S.A.

Enero 2026



Disclaimer



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



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

Supermercadista puro con una posición de **Liderazgo** en una **industria altamente defensiva** en la **economía más estable** de América Latina

Estrategia Multiformato



#3

supermercadista
en Chile

us\$1 bn

Capitalización
bursátil

us\$3 bn

Ingresos anuales

98%

de las ventas son
alimentos

+10 MM

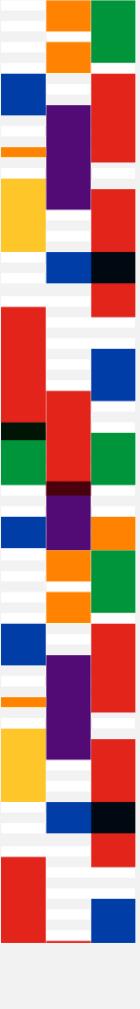
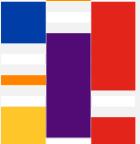
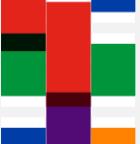
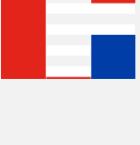
de clientes

+86%

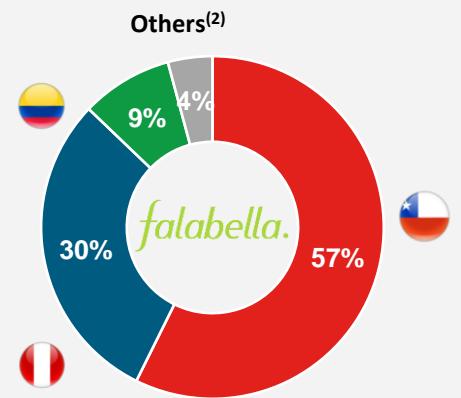
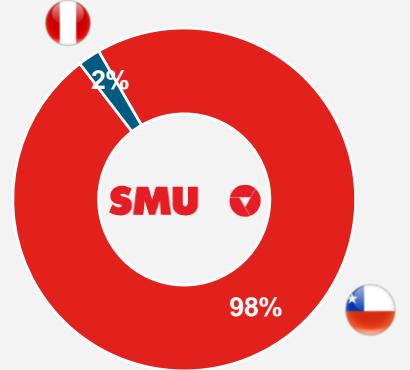
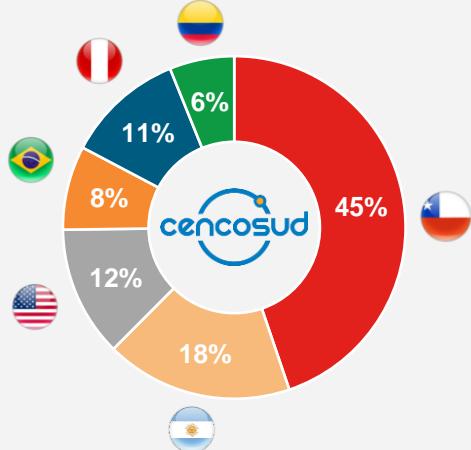
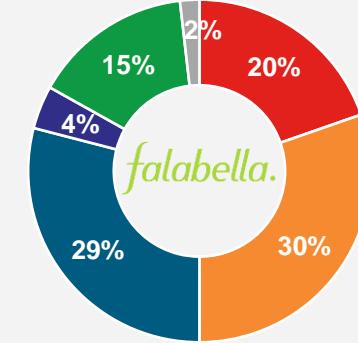
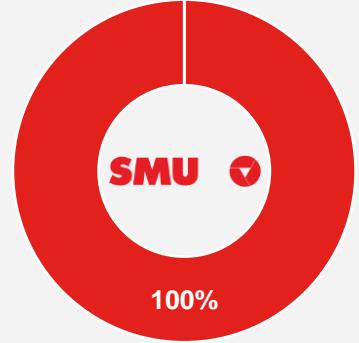
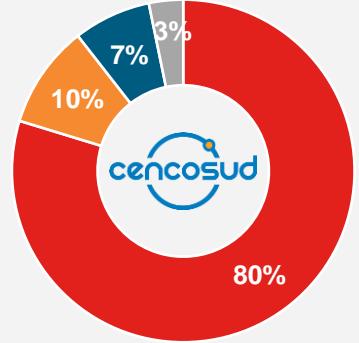
Cobertura
poblacional



Investment Highlights

| | | |
|--|--|---|
|  | Supermercadista puro con una posición de liderazgo en una industria altamente defensiva en la economía más estable de América Latina | 1 |
|  | Estrategia multiformato alineada con las tendencias de la industria, brindando cobertura de clientes finales y comerciantes de todos los segmentos socioeconómicos para satisfacer sus necesidades y preferencias | 2 |
|  | Amplia cobertura geográfica , con ubicaciones en las 16 regiones de Chile, soportada por una plataforma operativa y logística integrada | 3 |
|  | Estrategia comercial enfocada en la competitividad , mejorando la ecuación de valor del cliente, reduciendo costos de adquisición y aprovechando la escala de SMU | 4 |
|  | Administración experimentada y estable , con amplia experiencia en la industria y una trayectoria probada de ejecución de estrategia | 5 |
|  | Planes de acción para crecimiento y rentabilidad en el futuro , incluyendo expansión en todos sus formatos | 6 |
|  | Sólida posición financiera , con una generación de efectivo saludable y una atractiva rentabilidad por dividendos | 7 |
| | Cultura sostenible , con destacado desempeño ASG (#1 en la industria en Chile según S&P Corporate Sustainability Assessment) | 8 |

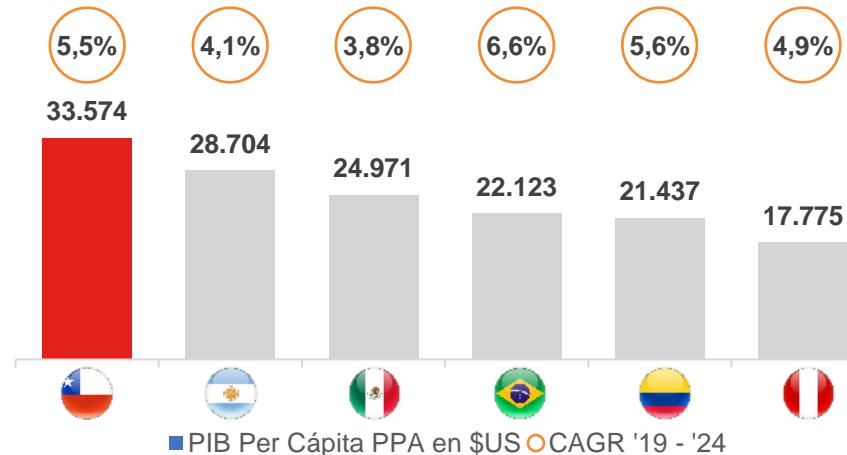
Supermercadista puro con una posición de **liderazgo** en una industria altamente defensiva en la economía más estable de América Latina



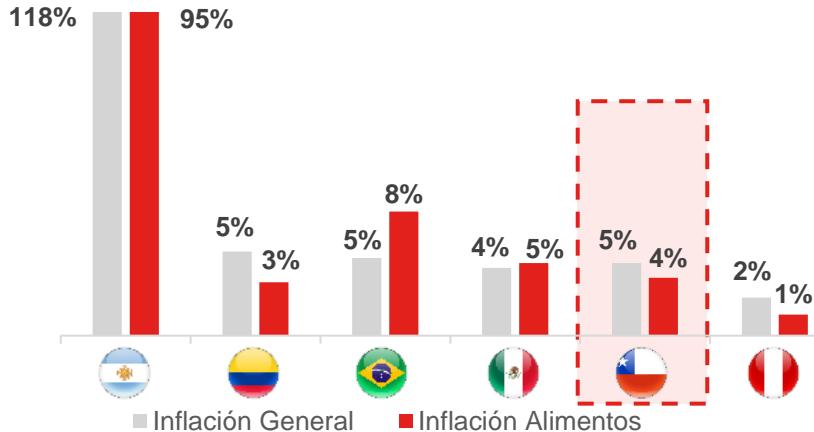
(1) Otros incluyen Centros Comerciales y Alianzas Comerciales para Cencosud
(2) Otros incluyen Argentina, Uruguay, Brasil y México

Industria altamente defensiva en la economía más estable de América Latina

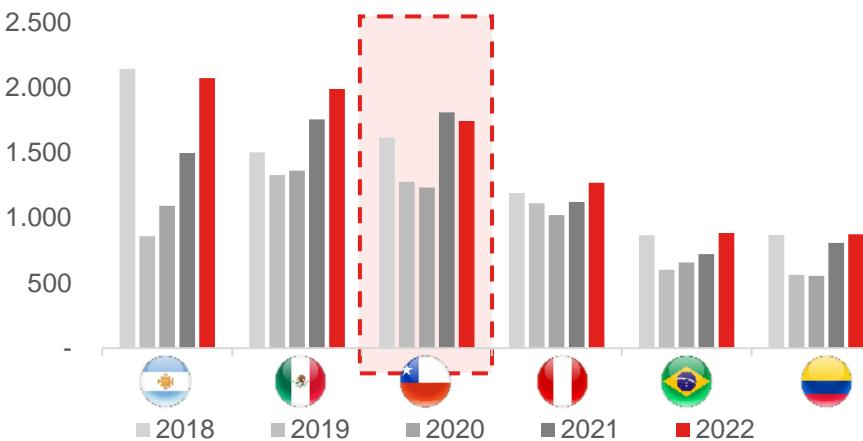
PIB per Cápita (US\$ a PPA 2024)⁽¹⁾



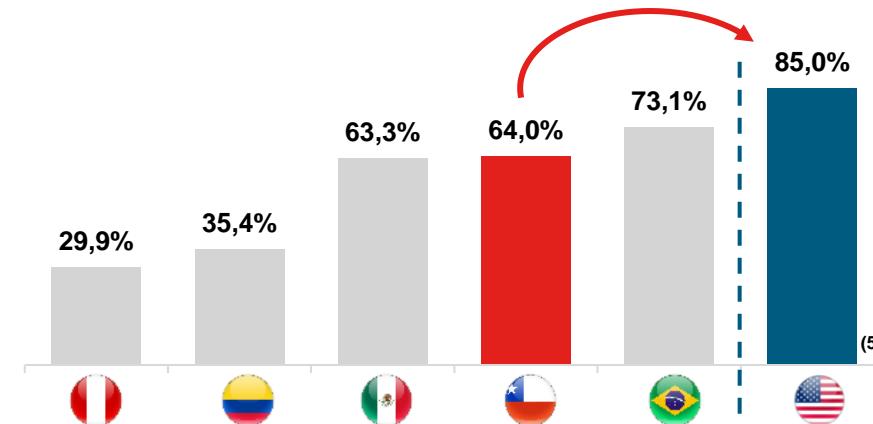
Índice de Precios al Consumidor (Var. % cierre 2024)⁽²⁾



Gasto en Alimentos per Cápita (US\$)⁽³⁾



Ventas de Alimentos Canal Moderno (% del Total de Ventas Minoristas de Alimentos)⁽⁴⁾

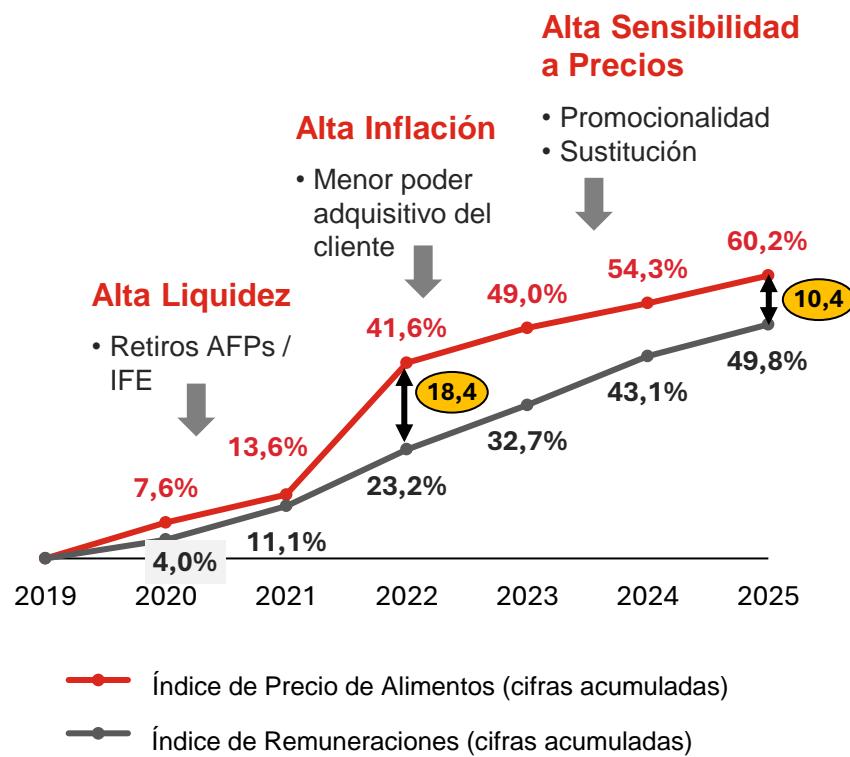


Condiciones del mercado mejorando, brindando espacio a SMU para seguir creciendo en Chile

- Crecimiento del PIB proyectado entre 1,5% y 3,0% para 2026 y 2027
- Inflación convergiendo a la meta del Banco Central de Chile del 3% en 2026
- Gasto en alimentos per cápita entre los más altos de la región, pero aún con espacio para crecer
- Ventas de alimentos del canal moderno con una penetración de mercado del 64%, aún baja en comparación con EE.UU.
- La TPM⁽⁶⁾ se ha reducido al 4,5%, desde un máximo de 11,25% en 2023
- Tasa de desempleo de 8,4% en comparación con el 4,9% de la OCDE, mostrando potencial de mejora
- La reforma de pensiones aumentará el ingreso disponible, afectando a 2,8 millones de personas, con un incremento en las pensiones entre 14% y 35%

Las tendencias que se ven en la industria y el consumo son favorables para el desarrollo de nuestros formatos

Recuperación del poder adquisitivo, con menor brecha entre inflación de alimentos y remuneraciones



Misión de compra de reposición en alza (+ participación)

- Disminución del tamaño de los hogares de 3,1 personas (2017) a 2,8 (2024)
- Aumento en los hogares unipersonales de 17,7% (2017) a 21,8% (2024).

Crecimiento de marca propia (+ participación)



Aumenta número promedio de canales visitados por consumidores



Crecimiento del canal tradicional (+ establecimientos y mantiene 33% de penetración)



Brinda cobertura de **clientes finales y comerciantes** de **todos los segmentos socioeconómicos**, alineado con las tendencias de industria

Tu día más fácil en



Supermercado tradicional **líder en reposición** que ofrece una **compra rápida y fácil**, con **cercanía, frescura y conveniencia**, orientado a clientes de media y alta sofisticación.

300 **6 mil** **67%**

locales SKUs ingresos



Super 10
Súper Barato!

Supermercado **soft discount**, con foco en **abastecimiento a precios bajos** y un **surtido eficiente**, orientado a clientes de **sofisticación baja**.

54 **3,7 mil** **17%**

locales SKUs ingresos



iTu mejor socio!

Alvi.cl

Líder del segmento mayorista, con foco en satisfacer las necesidades de negocios de **clientes comerciantes** en **compras de reposición**, con un **surtido especialista**.

57 **3 mil** **14%**

locales SKUs ingresos



**maxi
ahorro**

¡Donde comprar,
es ahorrar!

Supermercado soft discount, con foco en **abastecimiento a precios bajos** y un **surtido eficiente**.

29 **78%** **2%**

locales zona norte ingresos

Mayorsa

iCOMPRA MÁS,
AHORRA MÁS!

Formato mayorista, con foco en **satisfacer las necesidades de negocios de clientes comerciantes**.

6
locales

Amplia cobertura geográfica, con ubicaciones en las 16 regiones de Chile, apoyada por una plataforma operativa y logística integrada

Red de Distribución SMU

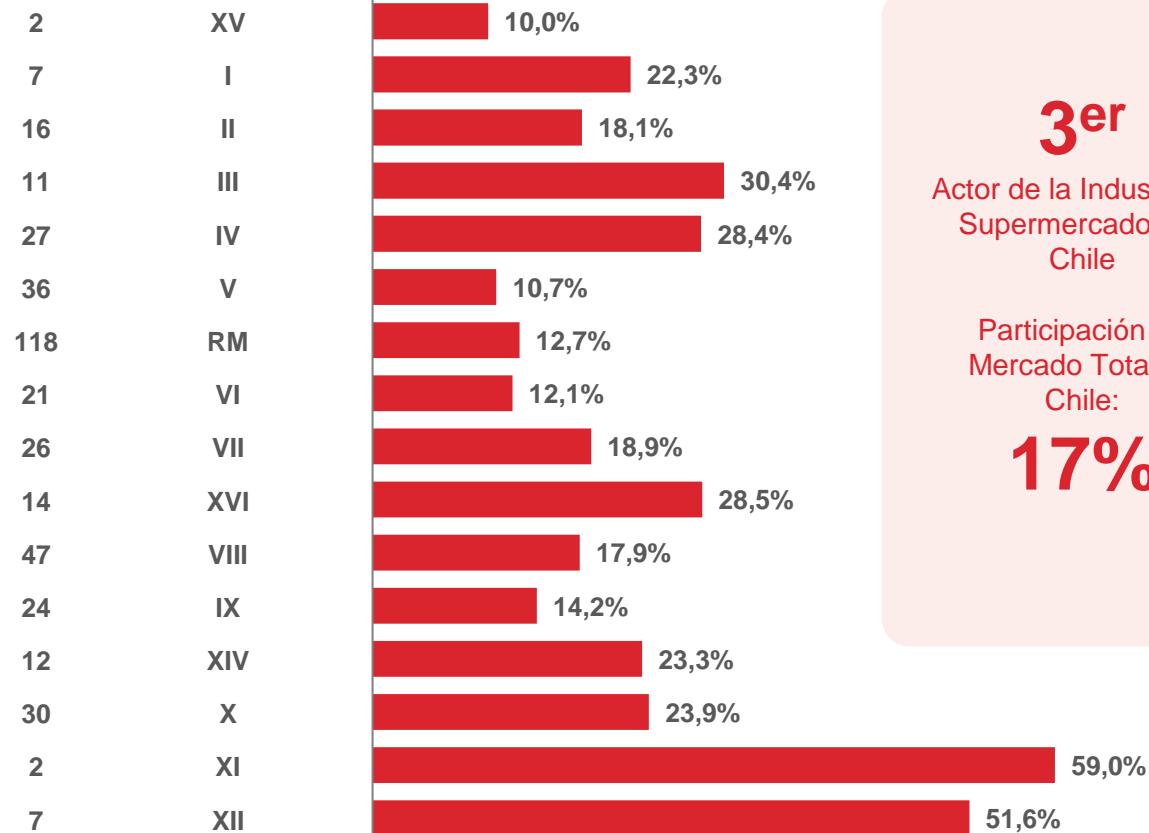


Red de Tiendas SMU⁽¹⁾



Región

Participación de Mercado SMU⁽²⁾



3er

Actor de la Industria de Supermercados en Chile

Participación de Mercado Total en Chile:

17%

(1) Número de tiendas Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10 al 31.12.2024.

(2) Participación de mercado = ventas de SMU Chile año 2024 sobre las ventas totales de supermercados en Chile en 2024 según el INE.

Foco en la competitividad, mejorando la ecuación de valor del cliente, reduciendo costos de adquisición y aprovechando la escala de SMU

Precios y promociones atractivos

para cada segmento de cliente

Surtidos relevantes y atractivos

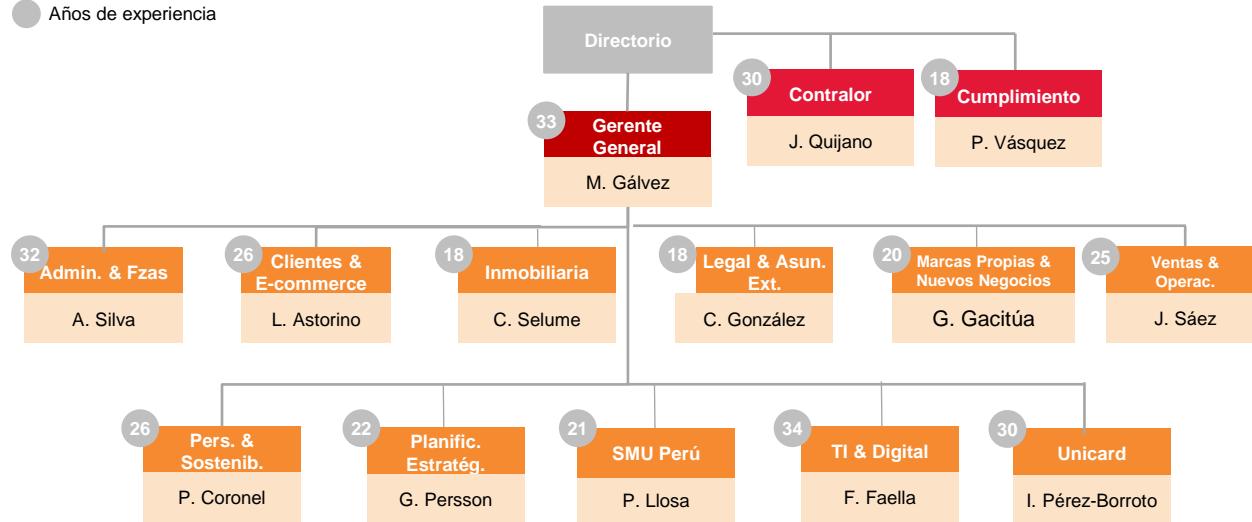
Crecimiento de marcas propias, con desarrollo de proveedores, contribuyendo a diferenciación, competitividad y rentabilidad



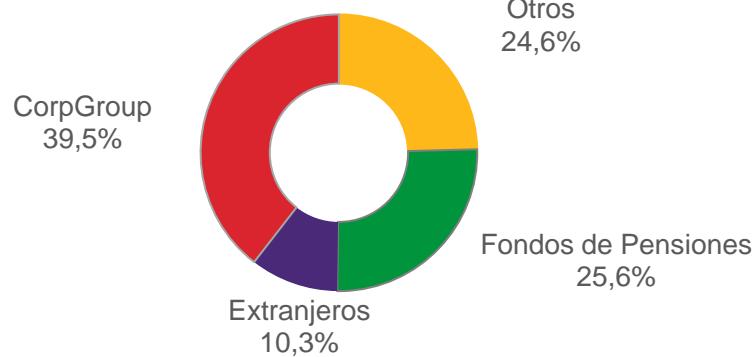
Marcas propias representan
13%
de las ventas

Administración experimentada y estable, con amplia experiencia en la industria

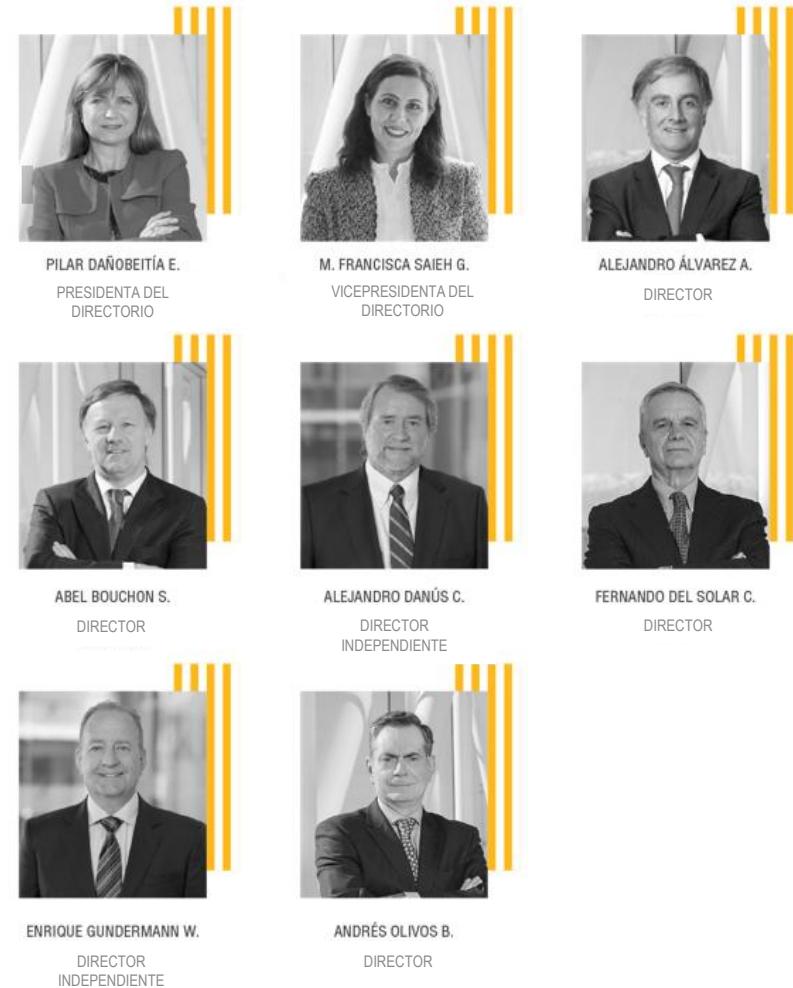
Administración con Experiencia



Estructura de Propiedad



Directorio



Administración experimentada y estable, con trayectoria probada de ejecución de estrategia

2007

- Unimarc es adquirida por la familia Saieh, iniciando la implementación de una **estrategia de crecimiento inorgánico** para competir de manera más efectiva con los principales actores de la industria.

2008-2011

- Período de fuerte crecimiento inorgánico, con la adquisición de más de 60 cadenas regionales de supermercados en **múltiples formatos**, logrando **escala** y **ubicaciones estratégicas**.

2014-2016

- Primer plan estratégico trienal, logrando un exitoso *turnaround*, impulsado por significativas mejoras comerciales y operacionales.

2020-2022

- Se potencia estrategia multiformato con lanzamientos Super10 y Unimarc.cl, y fortalecimiento área desarrollo inmobiliario.
- Se alcanza margen EBITDA de 9% y ROE de doble dígito.

2017-2019

- IPO, aumentos de capital y gestión de pasivos fortalecen posición financiera.
- Plan CIMA 2017-2019 agrega iniciativas estratégicas de **experiencia del cliente, excelencia organizacional (CERCA), sostenibilidad y desarrollo tecnológico**.
- Utilidades 2019 triplican las de 2016.

2023-2025

- Consolidación y optimización de la estrategia multiformato, con fuerte crecimiento orgánico: 54 aperturas en tres años.

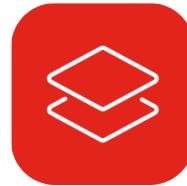
Planes de acción para crecimiento y rentabilidad en el futuro, incluyendo expansión en todos sus formatos

+ Crecimiento + Competitividad + Eficiencia

Nuestra hoja de ruta para 2026-2028 se construye sobre la base de la **optimización y consolidación de nuestra estrategia multiformato** lograda en 2025, con propuestas de valor bien definidas y masa crítica, que responden a las tendencias de mercado



Crecimiento con
Valor para el Cliente



Activo
Tecnológico



Eficiencia y
Productividad



Cultura Sostenible



Crecimiento con Valor para el Cliente

Extenderemos la implementación de nuestros exitosos prototipos por formato, tanto en las tiendas existentes, así como también a través de nuevas aperturas, potenciando marcas propias y exclusivas y categorías de alta relevancia, generando valor para nuestros clientes

80
store upgrades

60
nuevas aperturas


**+Cobertura y
escala**

+50
Comunidades omnicanales



+3pp
participación marcas propias

**+ foco en
surtidos relevantes**

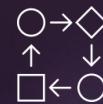


+ Competitividad





Continuaremos desarrollando nuestro activo tecnológico de manera de contar con la flexibilidad y agilidad para seguir implementando tecnologías que den el mejor soporte a nuestro negocio



Integración Digital

Nueva Arquitectura
100% Disponible en 2026



Cloud First

Migración & Modernización a
Nuevo Cloud
Ahorros CLP +6 MMM 2026-
2028



Nuevas Tecnologías

IA & Data First



Agilidad, Simplificación & Eficiencias



Seguridad & Resiliencia

Estándar 4 de 5 según ISO 27001





Eficiencia y Productividad

Mantendremos la disciplina en gastos que nos caracteriza, sumando más optimizaciones de procesos y nuevas herramientas tecnológicas que contribuirán a la productividad, ayudarán a mitigar presiones en gastos, y contribuirán a nuestra rentabilidad



+tecnologías

en sala



+ optimización

sistemas de transporte,
warehouse management



+ disponibilidad

de productos



+ agentes de IA

en procesos de backoffice
y supply chain



+25%

capacidad de la
red logística

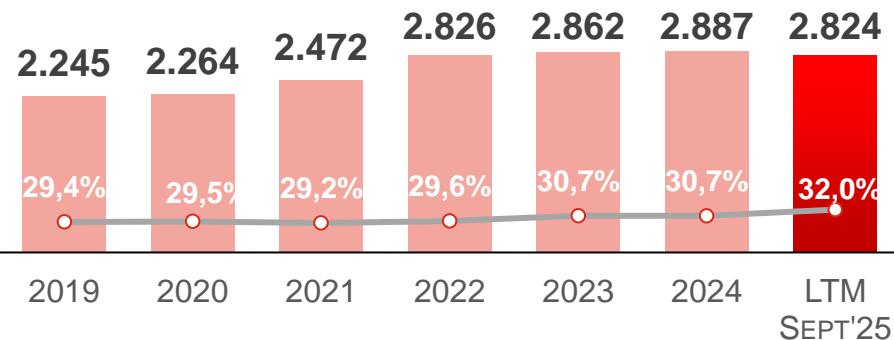


+37 pp

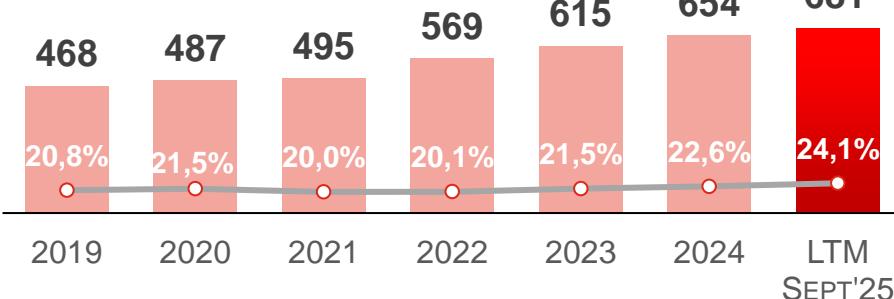
Consumo energía tarifa
no regulada y de
fuentes renovables,
alcanzando 55%

Sólida posición financiera, con una generación de efectivo saludable y un atractivo rendimiento por dividendos

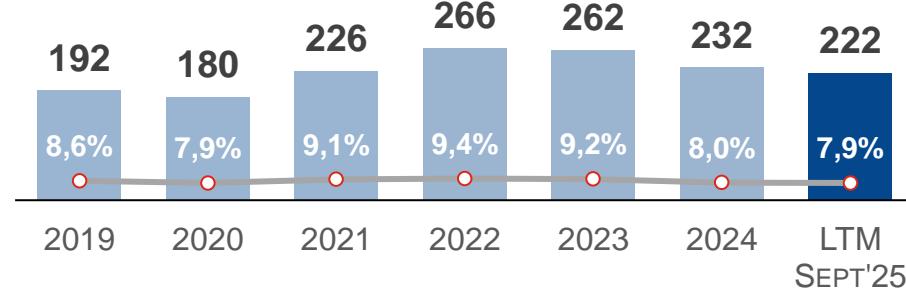
Ingresos y Margen Bruto ⁽¹⁾
(CLP MMM; %)



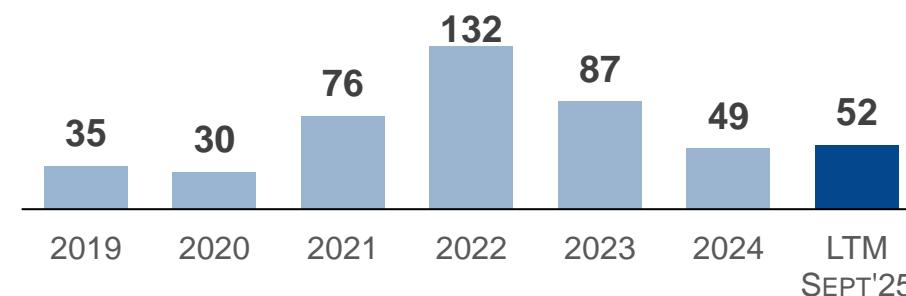
Gastos Operacionales y Margen OPEX ^(1,2)
(CLP MMM; %)



EBITDA y Margen EBITDA ^(1,3)
(CLP MMM; %)



Utilidad Neta ⁽⁴⁾
(CLP MMM)



Política de dividendos

➤ 75% de la utilidad neta

➤ Pagos trimestrales

(1) Ingresos, gastos operacionales, y EBITDA excluyen OK Market en todos los períodos.

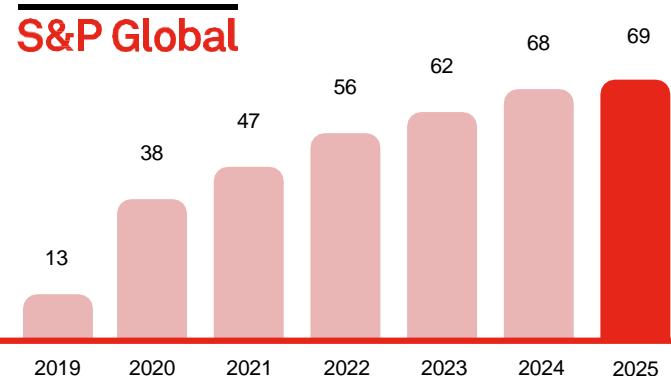
(2) Gastos Operacionales: Suma de gastos administrativos y de distribución, excluyendo depreciación y amortización.

(3) EBITDA = Margen bruto - gastos administrativos - costos de distribución + depreciación + amortización

(4) Utilidad neta de 2022 incluye impacto no recurrente por venta OK Market (CLP 20,5 MMM)

Destacado desempeño ASG (#1 en la industria en Chile según S&P Corporate Sustainability Assessment), clasificando para los índices Dow Jones Best-in-Class Chile y MILA

S&P Corporate Sustainability Assessment



Puntaje al 15.01.2026
Escala de 0 a 100

S&P Global

©S&P Global 2025.

SMU S.A.
Food & Staples Retailing

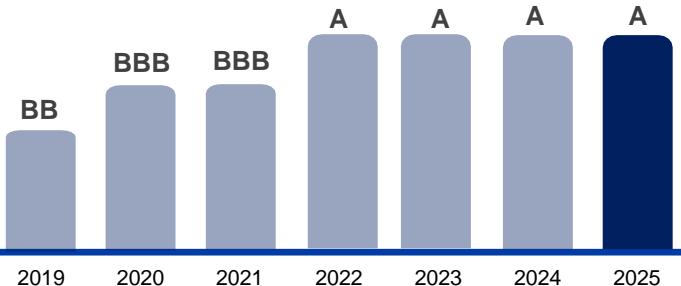
**Sustainability
Yearbook Member**

**Corporate Sustainability
Assessment (CSA) 2024**

68/100 | Score date
February 5, 2025

For terms of use, visit www.spglobal.com/yearbook.

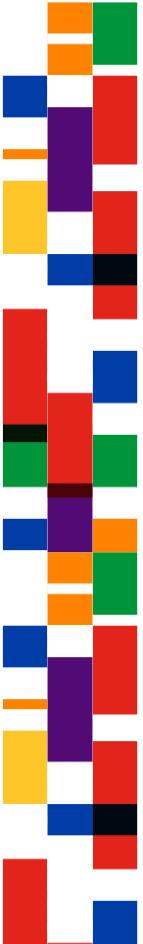
MSCI ESG Ratings



Puntaje al 21.10.2025
Escala de CCC a AAA

Desempeño destacado dentro de la industria de venta minorista de alimentos y productos básicos*: #1 en Chile, #2 en Latam y #8 a nivel mundial, siendo incluida por primera vez en el Anuario de Sostenibilidad 2025 de S&P Global.

*Desempeño CSA 2024.



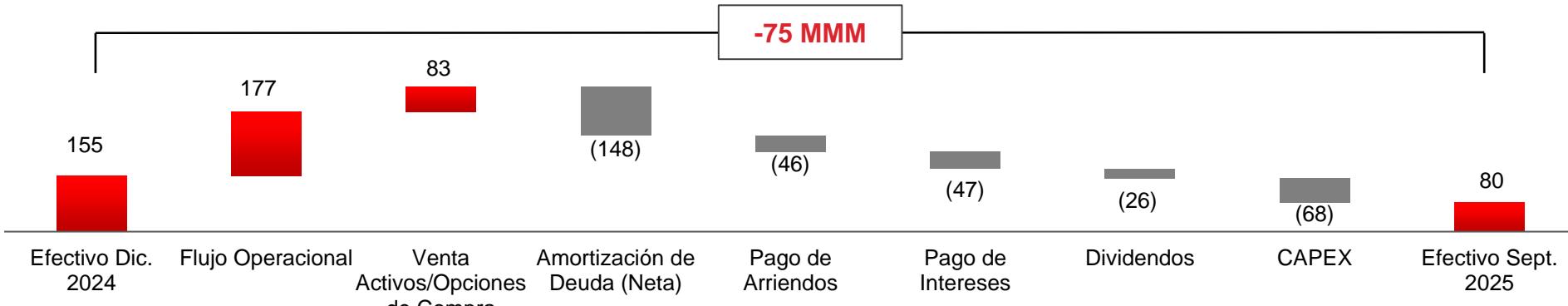
Apéndice:

Posición Financiera

Posición Financiera

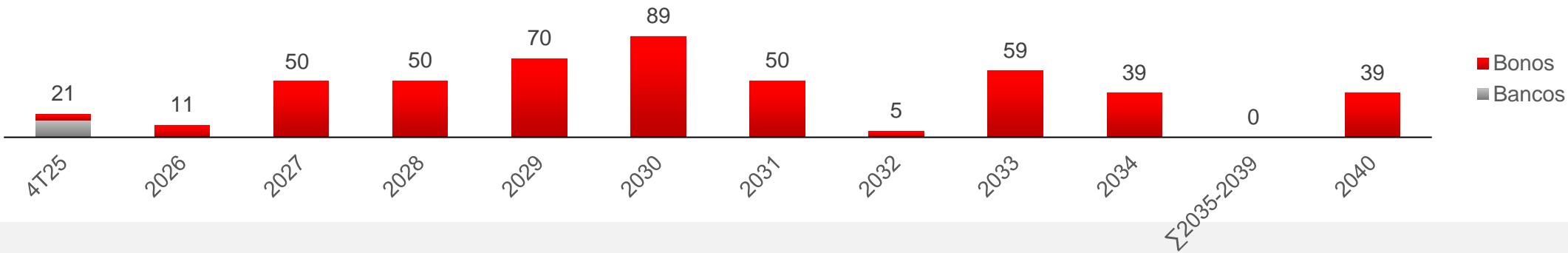
Sólida posición de caja permite cumplir obligaciones financieras, financiar CAPEX y pagar dividendos con holgura, sumado a un **perfil de vencimientos cómodo** para los próximos años

Flujo de efectivo 9M25 (CLP MMM)



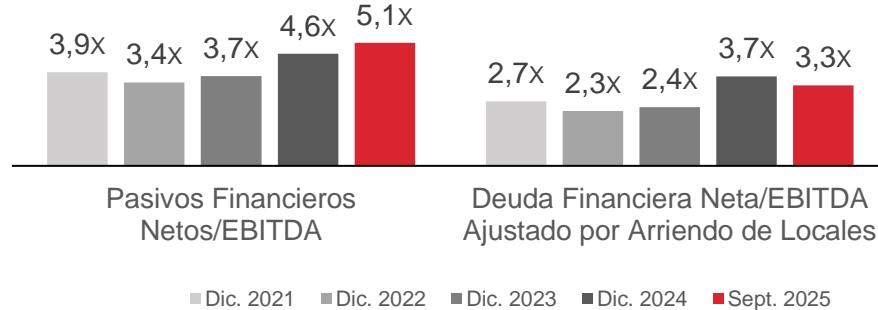
- Pago de bonos series T y AK (CLP 145 MMM) en 1S25 utilizando fondos de colocaciones del año 2024.
- Efecto neto venta activos: CLP 83 MMM, con una cuenta por cobrar por CLP 11 MMM al 30 sept.
- Saldo de efectivo sigue por encima del promedio histórico.
- Muy bajo monto de amortizaciones de deuda en 2026.

Perfil de vencimientos al 30 de septiembre 2025 (Bonos y bancos - CLP MMM)

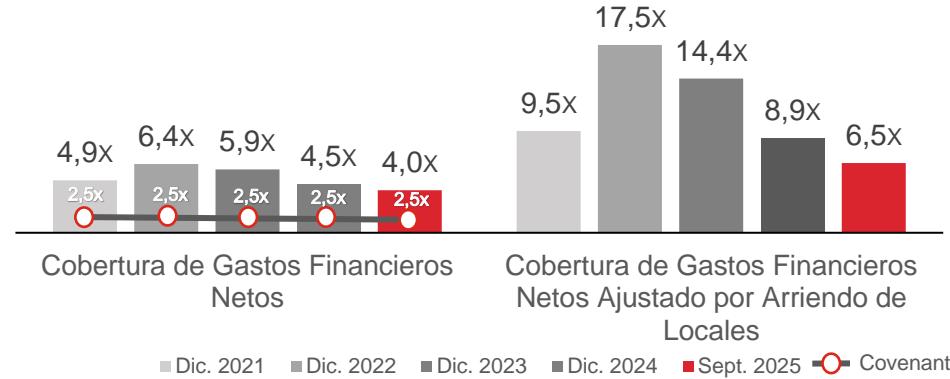


Indicadores financieros afectados por menor EBITDA, sin incremento del endeudamiento y con holgura en el cumplimiento de los covenants de bonos

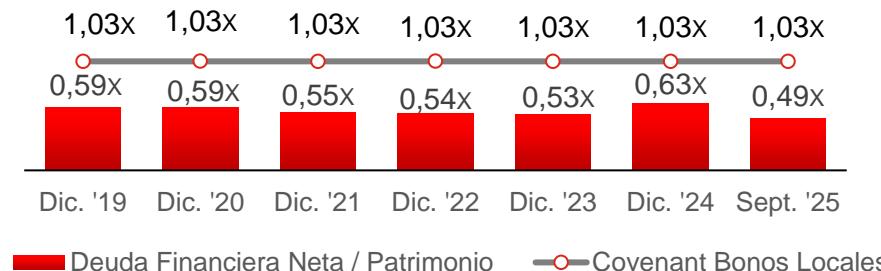
Deuda Financiera Neta / EBITDA ^{(1) (2) (3)}



Cobertura de Gastos Financieros Netos ^{(4) (5)}



Deuda Financiera Neta / Patrimonio



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

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

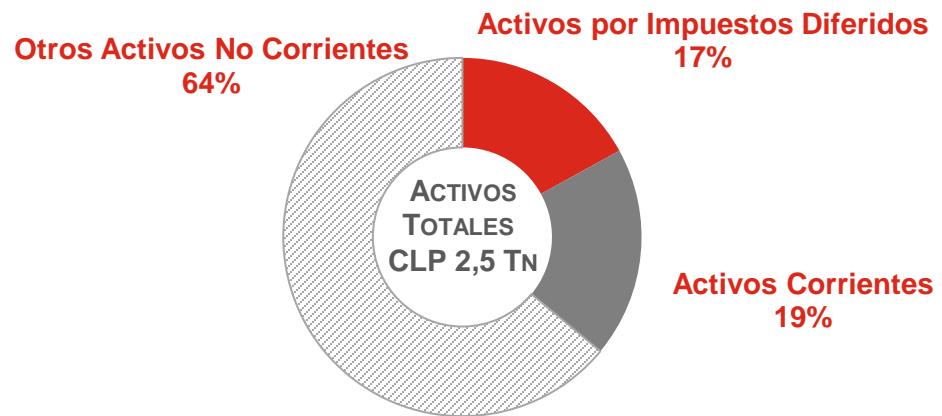
(3) EBITDA ajustado por arriendo de locales= EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración bajo NIIF

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

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

Flexibilidad en la posición financiera de la Compañía, apoyado además por pérdidas tributarias

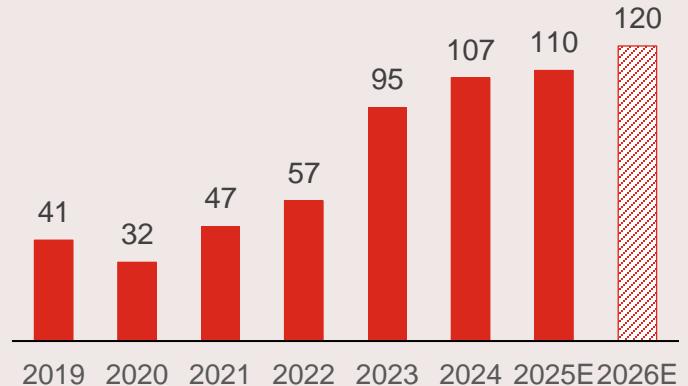
Pérdidas Fiscales – Sept.2025



Highlights:

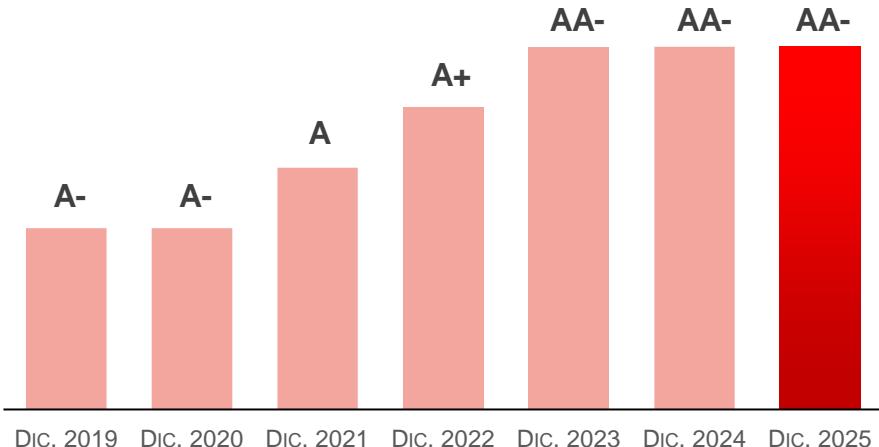
- SMU ha acumulado pérdidas tributarias y cuenta con un activo por impuestos diferidos por CLP 467 MMM
- Bajo la ley chilena estas pérdidas no vencen y pueden compensar impuestos a la renta en períodos futuros
- No hay límite anual sobre la utilización de pérdidas fiscales en Chile
- Pérdidas fiscales se ajustan por inflación

CAPEX (CLP MMM)

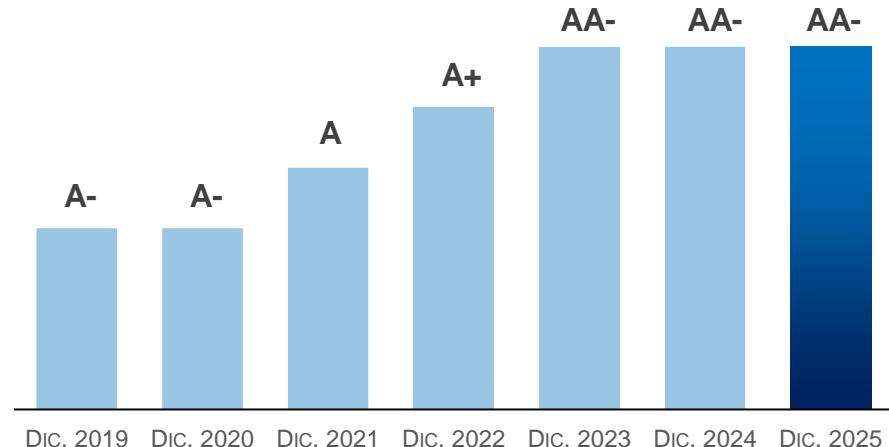


Clasificación de riesgo bonos locales

Clasificación de Riesgo SMU (ICR)



Clasificación de Riesgo SMU (Feller-Rate)



Presentación Corporativa SMU S.A.

Enero 2026

