

# 3<sup>er</sup> Trimestre 2022

# RESULTADOS

# SMU S.A.

14 DE NOVIEMBRE DE 2022



## Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información

Con fecha 8 de octubre de 2020, SMU informó la suscripción de un acuerdo vinculante con la empresa mexicana FEMSA Comercio S.A. de C.V., operadora en Chile de las tiendas de conveniencia OXXO, para la venta de OK Market. Con fecha 26 de noviembre de 2021, la Fiscalía Nacional Económica resolvió aprobar la transacción, sujeta a las medidas propuestas por las partes. Producto de lo anterior, y de acuerdo a las disposiciones de la NIIF 5, en los Estados Financieros Consolidados al 30 de septiembre de 2022, el negocio OK Market se presenta como disponible para la venta. Cabe señalar que esta transacción se materializó con fecha 28 de febrero de 2022.

Producto de lo anterior, en las cuentas del estado de resultados de los primeros nueve meses y tercer trimestre de 2021, se han reclasificado todas las partidas del estado de resultados del negocio OK Market a una sola línea, "Utilidad del período de operaciones discontinuadas". De esta forma, las cifras de 2021 son comparables con las de los primeros nueve meses y tercer trimestre de 2022.

En el estado de flujo de efectivo, las cifras de 2022 no son comparables con las de 2021. El estado de flujo de efectivo de los primeros nueve meses de 2021 incluye flujos de efectivo correspondientes al negocio de OK Market, mientras que en los primeros nueve meses de 2022, dichos flujos no se incluyen.

En el caso del estado de situación financiera, las cifras son comparables, dado que los períodos presentados son al 30 de septiembre de 2022 y al 31 de diciembre de 2021, fecha en que OK Market ya se presentaba como disponible para la venta. Por lo tanto, en ambos períodos, los activos del negocio de OK Market se consolidan en una sola línea, bajo el rubro "Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta", y los pasivos de este negocio se consolidan en una sola línea bajo el rubro "Pasivos no corrientes o grupos de pasivos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta".



## Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados

Los **ingresos** de SMU de los primeros nueve meses de 2022 (9M22) **aumentaron en un 16,0%** con respecto a los primeros nueve meses de 2021 (9M21), alcanzando CLP 2.060.327 millones. Este aumento fue impulsado por un **crecimiento de 15,0% en ventas por local equivalente, o same-store sales**, así como también por las ventas de tiendas nuevas que se han abierto en el último tiempo, como parte de la estrategia de crecimiento omnicanal de la Compañía. En el tercer trimestre de 2022 (3T22), los ingresos aumentaron en un 14,2% con respecto al tercer trimestre de 2021 (3T21), alcanzando CLP 723.462 millones, y con un incremento en *same-store sales* de 13,0%. Se destaca el crecimiento en ventas de los formatos **Alvi, Mayorista 10 y Super10, con un aumento de 28,0% en los primeros nueve meses y de 32,3% en el tercer trimestre.**

Cabe mencionar que los ingresos de SMU Chile crecieron en 15,8% en 9M22 y 13,9% en 3T22, períodos en que la industria de supermercados registró crecimientos de 9,6% y 6,2%<sup>1</sup>, respectivamente. La estrategia multiformato, con foco en alimentos, de la Compañía **le ha permitido ganar participación de mercado**, satisfaciendo las necesidades y preferencias de clientes en diferentes segmentos.

La **ganancia bruta de la Compañía creció en un 15,1%** en los primeros nueve meses de 2022, alcanzando CLP 603.290 millones. En términos porcentuales, el **margen bruto alcanzó 29,3%**, levemente por debajo del 29,5% del mismo período de 2021, reflejando el cambio en el *mix* de venta, producto del fuerte crecimiento de los formatos económicos. Con respecto al tercer trimestre, la ganancia bruta creció en 14,8%, alcanzando CLP 211.167 millones. En términos del margen bruto del 3T22, alcanzó un 29,2%, mejorando en 20 puntos base (pb) con respecto al 29,0% registrado en 3T21.

Los **gastos operacionales**<sup>2</sup> aumentaron en un 14,1% en los 9M22, principalmente explicado por ajustes de inflación y el aumento del salario mínimo. Sin embargo, como porcentaje de los ingresos, disminuyeron en 40 pb, desde 20,3% en 9M21 a 19,9% en 9M22. Con respecto al tercer trimestre, los gastos operacionales aumentaron en 15,5%, y como porcentaje de la venta, aumentaron en 20 pb, desde 19,4% en 3T21 a 19,6% en 3T22.

El **EBITDA**<sup>3</sup> de los primeros nueve meses de 2022 aumentó en 17,1%, alcanzando CLP 192.552 millones. En el tercer trimestre de 2022, el EBITDA alcanzó CLP 69.420 millones, un aumento de 13,2% con respecto al mismo período de 2021. Con respecto al margen EBITDA, ascendió a 9,3% en los 9M22, estable con respecto a los 9M21. En el 3T22, alcanzó 9,6%, levemente por debajo del 9,7% del 3T21.

El **resultado operacional de los 9M22 mejoró en un 19,6%**, alcanzando CLP 125.444 millones, y en el tercer trimestre mejoró en un 10,0%, alcanzando CLP 45.799 millones.

<sup>1</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas de Chile.

<sup>2</sup> Gastos operacionales = gastos de distribución + gastos de administración y ventas – depreciación - amortización

<sup>3</sup> EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización



El **resultado no operacional** de los primeros nueve meses alcanzó una pérdida de CLP -62.626 millones, mejor en CLP 1.443 millones (2,3%) con respecto al mismo período de 2021. Esta variación positiva se explica principalmente por efectos no recurrentes de la cuenta Otras Ganancias (Pérdidas): (i) una pérdida de CLP 13.142 millones en 9M21 por el plan de optimización de estructura organizacional implementado en febrero 2021 que generó ahorros durante los siguientes meses; y (ii) una ganancia de CLP 18.034 millones en 9M22 producto de la materialización de la venta de OK Market en febrero de 2022. Estos efectos fueron parcialmente compensados por la alta inflación del período, generando mayores pérdidas por unidades de reajuste por CLP 32.066 millones. El resultado no operacional del tercer trimestre alcanzó una pérdida de CLP -27.778 millones, una variación de CLP -9.916 millones con respecto a los CLP -17.862 millones del 3T21, principalmente debido a las mayores pérdidas por unidades de reajuste debido a la inflación, con una variación de CLP 11.545 millones.

La **utilidad neta** de los primeros nueve meses de 2022 alcanzó CLP 100.836 millones, mayor en CLP 54.112 millones (115,8%) con respecto a los CLP 46.724 millones obtenidos en los 9M21, explicado por mejoras en el resultado operacional, el resultado no operacional y el impuesto a las ganancias. Con respecto al tercer trimestre, la utilidad neta aumentó en 30,0%, alcanzando CLP 29.344 millones.

Con respecto a la **posición financiera** de SMU, cabe destacar que en septiembre y octubre 2022, respectivamente, las clasificadoras **ICR y Feller-Rate mejoraron la clasificación de riesgo de la Compañía** desde categoría “A” con perspectivas positivas a categoría “A+” con perspectivas estables. El cambio responde al fortalecimiento en los últimos años, tanto del perfil de negocios de SMU como de su posición financiera, como consecuencia de la implementación de su plan estratégico.

Durante el tercer trimestre, los **indicadores financieros** de la Compañía siguieron su tendencia positiva: la cobertura de gastos financieros alcanzó 6,0 veces a septiembre 2022, comparado con 4,9 veces a diciembre 2021. Asimismo, el indicador pasivo financiero neto sobre EBITDA quedó en 3,62 veces a septiembre, comparado con 3,86 veces a diciembre de 2021. Ajustando estos indicadores por el efecto del arriendo de locales en el EBITDA y en los pasivos financieros, la cobertura de gastos financieros asciende a 16,7 veces a septiembre 2022 (9,5 veces a diciembre 2021), y la deuda financiera neta sobre EBITDA a septiembre 2022 es de 2,41 veces (2,66 veces a diciembre 2021).

Cabe destacar también la generación de caja de la Compañía: el flujo operacional mejoró en un 13% con respecto a los 9M21, y el saldo de efectivo y equivalentes aumentó en 14% con respecto a diciembre 2021, a pesar de que la Compañía solo ha refinanciado el 57% de los vencimientos de deuda financiera del período, amortizando aproximadamente CLP 24 mil millones con flujo operacional.



## Comentarios de la Administración

En relación con la publicación de los resultados de los primeros nueve meses y tercer trimestre de 2022, el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló, “Nuestro desempeño durante este tercer trimestre, con ingresos creciendo 14,2%, volvió a demostrar que los formatos de SMU están satisfaciendo las necesidades y preferencias de sus clientes, en los diferentes segmentos que atienden. Al igual que en el primer semestre, vimos un fuerte crecimiento en los formatos de precio – Alvi, Mayorista 10 y Super10 – con ingresos creciendo 32,3% con respecto al tercer trimestre del año pasado”.

El Sr. Gálvez continuó, “Los otros indicadores del negocio también están muy saludables. El número de clientes en todos nuestros formatos está creciendo, y también sigue la recuperación en el número de transacciones, con un aumento de 33% acumulado a septiembre. Todo lo anterior contribuye a un aumento en nuestra participación de mercado en Chile”.

“A pesar de las alzas que hemos tenido en gastos operacionales producto de la alta inflación y mayor salario mínimo, el aumento en la venta y la naturaleza defensiva de nuestro negocio con foco en alimentos nos permiten crecer con rentabilidad. El EBITDA de los primeros nueve meses del año aumentó en 17,1%, y en el tercer trimestre tuvimos un incremento de 13,2%. El margen EBITDA está por sobre nuestro nivel objetivo de 9%, alcanzando 9,3% en los nueve meses a septiembre y 9,6% en el tercer trimestre. Asimismo, la rentabilidad sobre patrimonio alcanzó un 17%, una mejora de siete puntos porcentuales con respecto a diciembre del año pasado”.

“Por otra parte, la solidez de nuestra posición financiera fue reconocida por nuestras dos clasificadoras de riesgo, quienes recientemente mejoraron la clasificación de SMU desde categoría A hasta categoría A+”.

“Seguimos avanzando con la implementación de nuestro plan estratégico para 2020-2022, y estamos muy satisfechos con los resultados hasta ahora. Por ejemplo, en el ámbito del crecimiento omnicanal, en el tercer trimestre abrimos tres tiendas de Unimarc y una tienda de Maxiahorro. Al fin de este mes vamos a lanzar el nuevo plan estratégico para el período 2023-2025”.

“En los últimos meses también hemos reforzado nuestro compromiso con la diversidad e inclusión, implementando un nuevo Servicio de Asistencia Inclusiva, permitiendo que personas con discapacidad o con movilidad reducida agenden la asistencia de un colaborador o colaboradora de Unimarc para que le acompañe durante su compra en tienda y/o al momento del pago en caja. Esta iniciativa surgió de nuestros mismos colaboradores, a partir de un concurso interno que promueva la innovación en SMU, lo que también demuestra el compromiso con la inclusión en toda la Compañía”.

“A esto se suma nuestra participación en la Teletón: llevamos 12 años consecutivos apoyando la rehabilitación de niños, niñas y jóvenes en situación de discapacidad, y este año nuestro aporte a la causa alcanzó CLP 1.315 millones, incluyendo el aporte corporativo y también donaciones de nuestros colaboradores, quienes desarrollaron actividades durante todo el año para reunir fondos. Estas acciones nos llenan de orgullo y motivación para seguir trabajando por una sociedad más inclusiva”, finalizó el Sr. Gálvez.



## Highlights

### Mejoras de Clasificación de Riesgo

El 26 de septiembre y el 5 de octubre 2022, respectivamente, las clasificadoras ICR y Feller-Rate mejoraron la clasificación de riesgo de la Compañía desde categoría “A” con perspectivas positivas a categoría “A+” con perspectivas estables. El cambio responde al fortalecimiento en los últimos años, tanto del perfil de negocios de SMU como de su posición financiera, como consecuencia de la implementación de su plan estratégico.

## Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día miércoles 16 de noviembre a las 11:00 am de Santiago/ 9:00 am ET para comentar los resultados de los primeros nueve meses y tercer trimestre de 2022.

Dial in:

Toll-Free US Dial in #: +1 (800) 319 4610

International Dial in #: +1 (416) 915 3239

*Por favor llame 5-10 minutos antes de la hora de inicio del call y pida el SMU Earnings Call*

Webcast (en vivo):

<https://services.choruscall.ca/links/smu2022q3.html>

Posteriormente, una grabación de la llamada estará disponible en:

<https://www.smu.cl/inversionistas/informacion-financiera/>



## Análisis Razonado de los Estados Financieros

A continuación se presentan los resultados consolidados de SMU S.A. y Filiales para los períodos de tres y nueve meses terminados al 30 de septiembre de 2022 y 2021. Todas las cifras están expresadas en pesos chilenos (CLP) y de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”).

**Cuadro 1: Estado de Resultados Consolidados**

| (Millones CLP)   | 3T22            | 3T21**          | △%              | 9M22            | 9M21**          | △%             |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Ingresos de Actividades Ordinarias   | 723.462         | 633.679         | 14,2%           | 2.060.327       | 1.776.767       | 16,0%          |
| Costo de Ventas  | (512.295)       | (449.667)       | 13,9%           | (1.457.038)     | (1.252.519)     | 16,3%          |
| <b>Ganancia Bruta</b>  | <b>211.167</b>  | <b>184.012</b>  | <b>14,8%</b>    | <b>603.290</b>  | <b>524.248</b>  | <b>15,1%</b>   |
| <i>Margen Bruto (%)</i>  | <i>29,2%</i>    | <i>29,0%</i>    |                 | <i>29,3%</i>    | <i>29,5%</i>    |                |
| Gastos de Distribución   | (9.794)         | (8.205)         | 19,4%           | (28.453)        | (22.653)        | 25,6%          |
| <b>Margen de Contribución</b>  | <b>201.373</b>  | <b>175.807</b>  | <b>14,5%</b>    | <b>574.837</b>  | <b>501.594</b>  | <b>14,6%</b>   |
| <i>Margen de Contribución (%)</i>  | <i>27,8%</i>    | <i>27,7%</i>    |                 | <i>27,9%</i>    | <i>28,2%</i>    |                |
| Gastos de Administración (Sin Depreciación)  | (131.953)       | (114.507)       | 15,2%           | (382.284)       | (337.221)       | 13,4%          |
| <b>EBITDA</b>  | <b>69.420</b>   | <b>61.300</b>   | <b>13,2%</b>    | <b>192.552</b>  | <b>164.373</b>  | <b>17,1%</b>   |
| <i>Margen EBITDA (%)</i>   | <i>9,6%</i>     | <i>9,7%</i>     |                 | <i>9,3%</i>     | <i>9,3%</i>     |                |
| Depreciación y Amortización  | (23.622)        | (19.667)        | 20,1%           | (67.109)        | (59.528)        | 12,7%          |
| <b>Resultado Operacional</b>   | <b>45.799</b>   | <b>41.633</b>   | <b>10,0%</b>    | <b>125.444</b>  | <b>104.845</b>  | <b>19,6%</b>   |
| Otras Ganancias (Pérdidas)   | 164             | (1.066)         | n.a.            | 16.854          | (13.474)        | n.a.           |
| Ingresos Financieros   | 3.267           | 318             | 926,4%          | 8.398           | 945             | 788,8%         |
| Costos Financieros   | (13.621)        | (11.538)        | 18,0%           | (39.400)        | (35.792)        | 10,1%          |
| Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación | (322)           | 3               | n.a.            | (374)           | 4               | n.a.           |
| Diferencias de Cambio  | (210)           | (66)            | 218,9%          | (300)           | (14)            | 2.057,7%       |
| Resultados por Unidades de Reajuste  | (17.058)        | (5.513)         | 209,4%          | (47.804)        | (15.738)        | 203,8%         |
| <b>Resultado No Operacional</b>  | <b>(27.778)</b> | <b>(17.862)</b> | <b>55,5%</b>    | <b>(62.626)</b> | <b>(64.069)</b> | <b>(2,3%)</b>  |
| <b>Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto</b>  | <b>18.021</b>   | <b>23.771</b>   | <b>(24,2%)</b>  | <b>62.817</b>   | <b>40.776</b>   | <b>54,1%</b>   |
| (Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias   | 11.324          | (2.493)         | (94,4%)         | 37.484          | 2.751           | 1.262,7%       |
| <b>Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas</b>   | <b>29.344</b>   | <b>21.278</b>   | <b>37,9%</b>    | <b>100.301</b>  | <b>43.527</b>   | <b>130,4%</b>  |
| <b>Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Discontinuas</b>  | <b>0</b>        | <b>1.293</b>    | <b>(100,0%)</b> | <b>535</b>      | <b>3.198</b>    | <b>(83,3%)</b> |
| <b>Ganancia (Pérdida) del Período</b>  | <b>29.344</b>   | <b>22.571</b>   | <b>30,0%</b>    | <b>100.836</b>  | <b>46.724</b>   | <b>115,8%</b>  |

\*n.a. = no aplica. Indica la comparación en términos porcentuales entre un número positivo en un período y un número negativo en otro período.

\*\* Ver Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información, página 2.



## 1. Análisis del Estado de Resultados

### 1.1 Resultados de Operaciones

#### 1.1.1 Ingresos de Actividades Ordinarias

Los **ingresos de actividades ordinarias** de los primeros nueve meses de 2022 alcanzaron CLP 2.060.327 millones, un aumento de 16,0% con respecto a los CLP 1.776.767 millones de los primeros nueve meses de 2021. Con respecto al tercer trimestre de 2022, los ingresos alcanzaron CLP 723.462 millones, mayor en un 14,2% a los CLP 633.679 millones del tercer trimestre de 2021.

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

| INGRESOS<br>(CLP MMM) | 3T22 | 3T21 | Δ%     | 9M22  | 9M21  | Δ%     |
|-----------------------|------|------|--------|-------|-------|--------|
| UNIMARC               | 480  | 446  | 7,5%   | 1.387 | 1.244 | 11,6%  |
| MAYORISTAS            | 227  | 171  | 32,3%  | 626   | 489   | 28,0%  |
| OTROS(*)              | 1,5  | 3,7  | -58,8% | 4,8   | 10,4  | -54,1% |
| SUPERMERCADOS CHILE   | 708  | 621  | 13,9%  | 2.018 | 1.743 | 15,8%  |
| SUPERMERCADOS PERÚ    | 15,6 | 12,4 | 25,5%  | 42,5  | 34,2  | 24,2%  |
| TOTAL SMU             | 723  | 634  | 14,2%  | 2.060 | 1.777 | 16,0%  |

(\*) El ítem "Otros" considera los ingresos de Telemercados y la tienda oscura en Los Dominicos, además de todos los ingresos distintos a los generados por los formatos operacionales de la Compañía.

Los ingresos del segmento Supermercados Chile crecieron en 15,8% en 9M22 con respecto al 9M21, y 13,9% en 3T22 con respecto al 3T21. Cabe señalar que, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas de Chile, la industria de supermercados en Chile durante los mismos períodos registró un crecimiento de 9,6% en 9M22 vs. 9M21 y de 6,2% en 3T22 vs. 3T21. El mayor crecimiento de SMU en el período significa que la Compañía ha ganado participación de mercado.

La recuperación en el tráfico que se ha visto en los últimos períodos continuó en el tercer trimestre en todos los formatos. En tanto, el ticket promedio también siguió bajando paulatinamente, pero en menor medida que el aumento en transacciones, y se mantiene muy por sobre los niveles históricos.

Por formato, los ingresos del supermercado tradicional Unimarc aumentaron en 11,6% en 9M22 y 7,5% en el 3T22, impulsado por el crecimiento de *same-store sales*. Por su parte, los ingresos del formato mayoristas incrementaron en un 28,0% en 9M22 y un 32,3% en 3T22, continuando con fuerte crecimiento en las tres banderas: Mayorista 10, Super10 y Alvi. El fuerte desempeño de estas tiendas demuestra que cuentan con propuestas de valor atractivas que satisfacen las necesidades de los diferentes segmentos de clientes que atienden.

Las **ventas online**, realizadas tanto a través de las plataformas propias de SMU así como también a través de alianzas estratégicas con *last milers*, quienes operan en los formatos Unimarc y Mayorista 10, representan aproximadamente el 2% de los ingresos en las tiendas donde operan en el tercer trimestre, por la mayor penetración de Unimarc.cl. Como parte de su estrategia omnicanal, la Compañía ha venido potenciando su oferta online, aumentando la cobertura de Unimarc.cl para llegar



a las 16 regiones de Chile durante el segundo trimestre y también firmando una nueva alianza estratégica con el marketplace Mercado Libre, sumando un nuevo canal de venta. Adicionalmente, durante el tercer trimestre, se lanzó la App Alvi Compras para que los clientes comerciantes de Alvi puedan abastecer sus negocios a través de compras online.

Los ingresos de Supermercados Perú aumentaron en un 24,2% en los 9M22 (25,5% en el 3T22), medido en pesos chilenos, mientras que en moneda local, el aumento fue de un 6,1% en 9M22, impulsado principalmente por nuevas tiendas del formato Maxiahorro. En el trimestre los ingresos crecieron 0,6% en moneda local, reflejando la alta base de comparación del 3T21, cuando los ingresos tuvieron un crecimiento de 14,3% en moneda local.

**Cuadro 3: Evolución de Ventas de Locales Equivalentes (SSS) (%)**

| SSS<br>(Δ %)        | 9M22  | 3T22  | 2T22  | 1T22  | 9M21  | 3T21  | 2T21   | 1T21  |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| UNIMARC             | 11,3% | 7,1%  | 10,7% | 16,7% | 8,9%  | 18,4% | 15,4%  | -5,2% |
| MAYORISTAS          | 24,6% | 28,1% | 26,9% | 18,2% | 6,8%  | 12,5% | 9,8%   | -1,5% |
| SUPERMERCADOS CHILE | 15,0% | 12,9% | 15,2% | 17,1% | 8,0%  | 16,2% | 13,3%  | -4,2% |
| SUPERMERCADOS PERÚ  | -0,6% | -7,3% | 3,5%  | 6,4%  | -2,1% | 13,4% | -15,5% | -1,7% |
| TOTAL SUPERMERCADOS | 15,0% | 13,0% | 15,4% | 17,1% | 7,7%  | 16,0% | 12,2%  | -4,3% |

Las **ventas de locales equivalentes (SSS)** aumentaron en 15,0% en los primeros nueve meses de 2022 y 13,0% en el tercer trimestre, con un desempeño por formato alineado al crecimiento en los ingresos: Unimarc registró un aumento de 11,3% en 9M22 (7,1% en 3T22), mientras que los formatos mayoristas tuvieron un incremento de 24,6% en 9M22 (28,1% en 3T22). Tal como se señaló más arriba, el buen desempeño en ventas obedece a las atractivas propuestas de valor de cada formato, satisfaciendo las necesidades de sus clientes e impulsando una recuperación en el número de transacciones.

En el caso de Supermercados Perú—que representa aproximadamente el 2% de los ingresos de SMU—las SSS (medido en soles) disminuyeron 0,6% en 9M22 y 7,3% en 3T22, reflejando la alta base de comparación del 3T21 y una mayor competencia con el canal tradicional. Sin embargo, las tiendas nuevas aperturadas en el norte de Perú en el último tiempo, no consideradas en el cálculo de las SSS, han tenido un desempeño por sobre lo proyectado para su primer año de apertura.

**Cuadro 4 Evolución de las Ventas por Metro Cuadrado (CLP M/M<sup>2</sup>)**

| VENTAS POR M <sup>2</sup><br>(CLP M/M <sup>2</sup> ) | 3T22  | 3T21  | Δ %   | 9M22  | 9M21  | Δ %   |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| SUPERMERCADOS CHILE                                  | 499,5 | 439,8 | 13,6% | 475,9 | 412,2 | 15,5% |
| SUPERMERCADOS PERÚ                                   | 283,5 | 226,0 | 25,4% | 259,5 | 208,3 | 24,6% |
| TOTAL SUPERMERCADOS                                  | 491,4 | 431,9 | 13,8% | 467,9 | 404,7 | 15,6% |

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 467.886 para los primeros nueve meses de 2022, un 15,6% mayor que en 9M21. En Chile se registró un aumento de 15,5%, mientras que en Perú el aumento (medido en pesos chilenos) fue de 24,6%, muy en línea con el crecimiento de ingresos. Con respecto al tercer trimestre, las ventas por metro cuadrado alcanzaron CLP 491.419, un aumento de



13,8% con respecto al 3T21.

**Cuadro 5: Número de Locales y Superficie de Ventas (Miles de M<sup>2</sup>)**

| N° LOCALES          | 3T22 |  | 3T21 |  | SUPERFICIE DE VENTAS<br>(MILES M <sup>2</sup> ) | 3T22 |  | 3T21 |  |
|---------------------|------|--|------|--|---|------|--|------|--|
|                     |      |  |      |  |   |      |  |      |  |
| UNIMARC             | 284  |  | 283  |  | UNIMARC   | 347  |  | 346  |  |
| MAYORISTAS          | 95   |  | 95   |  | MAYORISTAS                                      | 123  |  | 122  |  |
| SUPERMERCADOS CHILE | 379  |  | 378  |  | SUPERMERCADOS CHILE                             | 470  |  | 468  |  |
| SUPERMERCADOS PERÚ  | 28   |  | 25   |  | SUPERMERCADOS PERÚ                              | 19   |  | 18   |  |
| TOTAL SUPERMERCADOS | 407  |  | 403  |  | TOTAL SUPERMERCADOS                             | 489  |  | 487  |  |

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

| APERTURAS Y CIERRES | 3T21  |       | 4T21  |       | 1T22  |       | 2T22  |       | 3T22  |       |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                     | APER. | CIER. |
| UNIMARC             | 0     | 0     | 1     | 1     | 1     | 3     | 0     | 0     | 3     | 0     |
| MAYORISTAS          | 0     | 0     | 1     | 0     | 0     | 0     | 0     | 1     | 0     | 0     |
| SUPERMERCADOS CHILE | 0     | 0     | 2     | 1     | 1     | 3     | 0     | 1     | 3     | 0     |
| SUPERMERCADOS PERÚ  | 1     | 0     | 1     | 0     | 1     | 0     | 0     | 0     | 1     | 0     |

Al cierre del tercer trimestre de 2022, SMU cuenta con 379 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, similar a los 378 locales al cierre del 3T21, y un total de 469.839 metros cuadrados. En Perú, se totaliza 28 locales, que representan 19.251 metros cuadrados, lo que da un total de **407 tiendas y 489.090 metros cuadrados** entre Chile y Perú.

Durante el año 2022 a septiembre, la Compañía abrió cuatro locales de Unimarc, ubicados en tres regiones distintas del país, y dos locales de Maxiahorro, en Piura. Adicionalmente, reabrió un local de Alvi que estuvo cerrado desde enero de 2020, luego de actos vandálicos ocurridos en el contexto de la crisis social. Por otra parte, durante el período se sacaron de la base tres tiendas de Unimarc y una tienda de Alvi que dejaron de operar en el cuarto trimestre de 2019 (enero 2020 en el caso de Alvi).



## 1.1.2 Gastos de Distribución y Gastos de Administración

Los **gastos operacionales** (gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación y amortización)) totalizaron CLP 410.737 millones en los primeros nueve meses de 2022, un aumento de 14,1% con respecto a los CLP 359.874 millones registrados en los 9M21. Como proporción de la venta, los gastos operacionales alcanzaron 19,9% en los primeros nueve meses de 2022 y 20,3% en el mismo período de 2021, una mejora de 40 pb. Con respecto al tercer trimestre de 2022, los gastos operacionales alcanzaron CLP 141.747 millones (19,6% de la venta), un aumento de 15,5% con respecto a los CLP 122.712 millones (19,4% de la venta) del 3T21.

Los **gastos de distribución** de los 9M22 alcanzaron CLP 28.453 millones, un incremento de 25,6% con respecto a los 9M21. Como porcentaje de la venta, los gastos de distribución alcanzaron 1,4% en 9M22 frente a 1,3% en 9M21. En el 3T22, los gastos de distribución alcanzaron CLP 9.794 millones (1,4% de la venta), un incremento de un 19,4% con respecto a los CLP 8.205 millones (1,3% de la venta) del 3T21. El incremento en los gastos de distribución se explicó principalmente por el alza en el precio del petróleo, sumado a los altos niveles de inflación, variables que afectan el polinomio de las tarifas de transporte, además por la mayor venta centralizada.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) totalizaron CLP 382.284 millones (18,6% de la venta) en los primeros nueve meses de 2022, con un aumento de 13,4% respecto a los CLP 337.221 millones (19,0% de la venta) registrados en 9M21, pero una reducción de 40 pb como porcentaje de la venta. Asimismo, en el tercer trimestre de 2022, ascendieron a CLP CLP 131.953 millones (18,2% de la venta), un aumento de 15,2% con respecto a los CLP 114.507 millones (18,1% de la venta) del 3T21.

Las principales variaciones en los gastos de administración en los primeros nueve meses de 2022 son:

- a. Aumento de CLP 15.685 millones (+9,2% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (+11%) y ajustes de inflación (+8,8%) en 9M22 con respecto a 9M21, parcialmente compensado por altos niveles de ausentismo durante el período.
- b. Aumento de CLP 11.760 millones (+18,3% a/a) en servicios, principalmente explicado por gastos asociados a servicios transitorios para cubrir ausentismo de personal durante el primer semestre; aumentos de tarifas en servicios básicos, servicios de aseo y servicios de seguridad, asociados a la mayor inflación y aumento de salario mínimo durante el período (importantes componentes del costo de estos servicios); y gastos de sobre estadía de contenedores.
- c. Aumento de CLP 4.140 millones (+31,8% a/a) en comisión tarjetas, debido principalmente al mayor uso de tarjetas de crédito y débito como medio de pago en el período y las mayores tasas de cobro por el nuevo modelo de cuatro partes, además del incremento en la venta.
- d. Aumento de CLP 3.080 millones (+24,3% a/a) en servicios informáticos, debido principalmente a la implementación de iniciativas estratégicas, incluyendo nuevos módulos de SAP y mejoras a las plataformas de e-commerce, además de aumentos asociados al valor de la UF y del dólar.
- e. Aumento de CLP 2.145 millones (+11,5% a/a) en arriendos y gastos comunes, debido principalmente a la inflación, la apertura de nuevas tiendas y mayores pagos variables asociados a la mayor venta.
- f. Aumento de CLP 2.008 millones (+20,7%) en servicios externos, principalmente debido a



- asesorías en proyectos estratégicos.
- g. Aumento de CLP 1.516 millones (+16,5%) en gastos de publicidad.

Las principales variaciones en los gastos de administración en el tercer trimestre de 2022 son:

- Aumento de CLP 6.836 millones (+11,8% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio y ajustes por inflación.
- Aumento de CLP 3.910 millones (+18,3% a/a) en servicios, principalmente explicado por aumentos de tarifas en servicios básicos, servicios de aseo y servicios de seguridad, asociados a la mayor inflación y aumento de salario mínimo durante el período (importantes componentes del costo de estos servicios).
- Aumento de CLP 1.653 millones (+34,0% a/a) en comisión tarjetas, debido principalmente al mayor uso de tarjetas de crédito y débito como medio de pago en el período y las mayores tasas de cobro por el nuevo modelo de cuatro partes, además del incremento en la venta.
- Aumento de CLP 1.068 millones (+30,5%) en servicios externos, principalmente debido a asesorías en proyectos estratégicos.
- Aumento de CLP 1.058 millones (+23,9% a/a) en servicios informáticos, debido principalmente a la implementación de iniciativas estratégicas, incluyendo nuevos módulos de SAP y mejoras a las plataformas de e-commerce, además de aumentos asociados al valor de la UF y del dólar.

**Cuadro 7: Dotación Promedio**

| DOTACIÓN PROMEDIO   | 3T22   | 3T21   | Δ%    | 9M22   | 9M21   | Δ%    |
|---------------------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|
| LOCALES CHILE       | 21.371 | 22.316 | -4,2% | 21.977 | 22.620 | -2,8% |
| CORPORATIVO CHILE   | 2.097  | 2.054  | 2,1%  | 2.051  | 2.017  | 1,7%  |
| SUPERMERCADOS CHILE | 23.467 | 24.370 | -3,7% | 24.028 | 24.637 | -2,5% |
| LOCALES PERÚ        | 548    | 489    | 12,1% | 531    | 475    | 11,8% |
| CORPORATIVO PERÚ    | 166    | 158    | 5,1%  | 162    | 156    | 4,3%  |
| SUPERMERCADOS PERÚ  | 714    | 647    | 10,4% | 693    | 631    | 9,9%  |
| TOTAL SUPERMERCADOS | 24.182 | 25.017 | -3,3% | 24.721 | 25.267 | -2,2% |



### 1.1.3 Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

La **ganancia bruta** para los primeros nueve meses de 2022 alcanzó CLP 603.290 millones, un aumento de 15,1% con respecto a los CLP 524.248 millones de los primeros nueve meses de 2021. Con respecto al tercer trimestre, la ganancia bruta alcanzó CLP 211.167 millones, un aumento de 14,8% con respecto a los CLP 184.012 millones del 3T21. El margen bruto porcentual alcanzó 29,3% en 9M22, menor en 20 puntos base con respecto al 29,5% de los 9M21, reflejando el cambio en la composición de los ingresos. Tal como se explicó más arriba, todos los formatos de la Compañía tuvieron crecimiento de ventas, pero el aumento en los formatos económicos fue mayor que en los formatos tradicionales. Con respecto al tercer trimestre, el margen bruto fue mayor en 20 pb, alcanzando 29,2% y reflejando la base de comparación más baja del 3T21.

El **margen de contribución** de los 9M22 alcanzó CLP 574.837 millones (27,9% de los ingresos), un aumento de 14,6% con respecto a los CLP 501.594 millones (28,2% de los ingresos) de los 9M21. En el 3T22 alcanzó CLP 201.373 millones (27,8% de los ingresos), un aumento de 14,5% con respecto a los CLP 175.807 millones (27,7% de los ingresos) del 3T21.

El **EBITDA** de los 9M22 ascendió a CLP 192.552 millones, un incremento de un 17,1% con respecto a los CLP 164.373 millones de los 9M21. El margen EBITDA de ambos períodos alcanzó 9,3%. Con respecto al 3T22, el EBITDA alcanzó CLP 69.420 millones (margen EBITDA 9,6%), un aumento de 13,2% con respecto a los CLP 61.300 millones (margen EBITDA 9,7%) del 3T21.

El **EBITDAR** (EBITDA menos el gasto por arriendo de los gastos de administración) de los 9M22 alcanzó CLP 213.283 millones (margen EBITDAR 10,4%), mayor en un 16,6% con respecto a los CLP 182.958 millones (margen EBITDAR 10,3%) registrados en 9M21. Con respecto al 3T22, el EBITDAR alcanzó CLP 76.319 millones (margen EBITDAR 10,5%), un aumento de 12,2% con respecto a los CLP 68.025 millones (margen EBITDAR 10,7%) del 3T21.

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) de los 9M22 alcanzó CLP 135.479 millones, mayor en un 20,1% con respecto a los CLP 112.794 millones de los 9M21. En el 3T22, alcanzó CLP 49.272 millones, mayor en un 11,4% con respecto a los CLP 44.249 millones del 3T21.



## 1.2 Resultado No Operacional<sup>4</sup> e Impuesto a las Ganancias

El **resultado no operacional** de SMU totalizó una pérdida de CLP -62.626 millones en los primeros nueve meses de 2022, una variación de CLP 1.443 millones con respecto a la pérdida de CLP -64.069 millones registrada en 9M21. Las principales variaciones son:

- a. **Pérdidas por unidades de reajuste:** variación negativa de CLP 32.066 millones, por la mayor inflación en el período con respecto a los 9M21.
- b. **Otras ganancias (pérdidas):** variación positiva de CLP 30.328 millones, principalmente debido a dos efectos no recurrentes: (i) Ganancia por CLP 18.034 millones en 9M22 por la venta de OK Market, materializada el 28 de febrero; y (ii) Pérdida por CLP 13.142 millones en 9M21 por el plan de optimización de estructura organizacional, 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 tiendas. Este plan se implementó en febrero 2021 y comenzó a generar ahorros desde marzo del mismo año.
- c. **Ingresos financieros:** variación positiva de CLP 7.453 millones, producto de mayores colocaciones por los mayores excedentes de caja disponibles en el período, así como de las mayores tasas de interés disponibles en el mercado.
- d. **Costos financieros:** variación negativa de CLP 3.608 millones, principalmente explicado por el incremento en el valor de la UF, afectando los costos financieros asociados a pasivos denominados en UF.

Con respecto al tercer trimestre de 2022, la pérdida no operacional alcanzó CLP -27.778 millones, una variación de CLP -9.916 millones con respecto a los CLP -17.862 millones del 3T21, principalmente explicado por las mayores pérdidas por unidades de reajuste (variación negativa de CLP 11.545 millones), por la mayor inflación en el período con respecto al 3T21.

El **ingreso por impuestos a las ganancias** de los primeros nueve meses de 2022 alcanzó CLP 37.484 millones, una variación de CLP 34.733 millones con respecto a los CLP 2.751 millones registrados en 9M21. Asimismo, en el tercer trimestre de 2022, el ingreso por impuestos a las ganancias alcanzó CLP 11.324 millones, una variación de CLP 13.817 millones con respecto al gasto por CLP -2.493 millones registrado en 3T21. La variación se explica principalmente por la corrección monetaria de las pérdidas fiscales acumuladas, afectadas por la mayor inflación del período.

<sup>4</sup> Resultado No Operacional = Ingresos y Costos Financieros + Participación en las Ganancias/Pérdidas de Asociadas + Diferencias de Cambio + Resultado por Unidades de Reajustes + Otros Ingresos y Gastos



### 1.3 Resultados de Operaciones Discontinuadas: OK Market

Los resultados del negocio OK Market se presentan consolidados en una línea, “Utilidad del período de operaciones discontinuadas” (ver Nota Sobre Presentación y Comparación de Información, página 2).

Las utilidades de operaciones discontinuadas alcanzaron CLP 535 millones en los primeros nueve meses de 2022, una disminución de un 83,3% con respecto a los CLP 3.198 millones de los 9M21. Lo anterior se debe al hecho de que OK Market solo formó parte del Grupo SMU hasta el 28 de febrero de 2022, por lo que los resultados de los 9M22 solo incluyen dos meses de operaciones, mientras que los resultados del período 2021 incluyen nueve meses.

### 1.4 Resultado Neto

La **utilidad neta** de los primeros nueve meses de 2022 alcanzó CLP 100.836 millones, mayor en CLP 54.112 millones (115,8%) con respecto a los CLP 46.724 millones obtenidos en los 9M21, explicado por mejoras en el resultado operacional, el resultado no operacional y el impuesto a las ganancias. Con respecto al tercer trimestre, la utilidad neta aumentó en 30,0%, alcanzando CLP 29.344 millones en 3T22.



## 2. Análisis del Estado de Situación Financiera

**Cuadro 8: Estado de Situación Financiera al 30 de sept. de 2022 y 31 de dic. de 2021**

| (Millones CLP)   | Septiembre 2022  | Diciembre 2021   | Δ \$            | Δ %           |
|--|------------------|------------------|-----------------|---------------|
| <b>ACTIVOS</b>   |                  |                  |                 |               |
| <b>ACTIVOS CORRIENTES</b>  |                  |                  |                 |               |
| Efectivo y Equivalentes al Efectivo  | 130.182          | 113.794          | 16.388          | 14,4%         |
| Otros Activos Financieros Corrientes   | 6.574            | 8                | 6.566           | 79.136,4%     |
| Otros Activos No Financieros Corrientes  | 31.654           | 28.496           | 3.158           | 11,1%         |
| Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes   | 36.204           | 93.719           | (57.516)        | (61,4%)       |
| Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes   | 18.967           | 16.004           | 2.964           | 18,5%         |
| Inventarios  | 261.263          | 231.874          | 29.389          | 12,7%         |
| Activos por Impuestos Corrientes   | 1.666            | 2.698            | (1.032)         | (38,2%)       |
| Activos No Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta | -                | 41.666           | (41.666)        | (100,0%)      |
| <b>Total Activos Corrientes</b>  | <b>486.510</b>   | <b>528.259</b>   | <b>(41.749)</b> | <b>(7,9%)</b> |
| <b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>   |                  |                  |                 |               |
| Otros Activos Financieros No Corrientes  | 394              | 1.713            | (1.319)         | (77,0%)       |
| Otros Activos No Financieros No Corrientes   | 5.485            | 2.270            | 3.215           | 141,6%        |
| Cuentas por Cobrar No Corrientes   | 41.403           | 2.351            | 39.052          | 1.661,2%      |
| Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación                                      | 13.042           | 13.750           | (708)           | (5,1%)        |
| Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía  | 65.023           | 61.514           | 3.509           | 5,7%          |
| Plusvalía  | 473.396          | 472.573          | 823             | 0,2%          |
| Propiedades, Plantas y Equipos Neto  | 750.269          | 713.965          | 36.304          | 5,1%          |
| Activos por Impuestos Diferidos  | 461.842          | 424.088          | 37.753          | 8,9%          |
| <b>Total Activos No Corrientes</b>   | <b>1.810.854</b> | <b>1.692.224</b> | <b>118.630</b>  | <b>7,0%</b>   |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>   | <b>2.297.363</b> | <b>2.220.482</b> | <b>76.881</b>   | <b>3,5%</b>   |
| <b>PASIVOS</b>   |                  |                  |                 |               |
| <b>PASIVOS CORRIENTES</b>  |                  |                  |                 |               |
| Otros Pasivos Financieros Corrientes   | 168.509          | 146.700          | 21.809          | 14,9%         |
| Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes   | 436.957          | 423.762          | 13.195          | 3,1%          |
| Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes  | 571              | 918              | (346)           | (37,8%)       |
| Otras Provisiones Corrientes   | 3.178            | 2.193            | 985             | 44,9%         |
| Pasivos por Impuestos Corrientes   | -                | 139              | (139)           | (100,0%)      |
| Beneficios a los Empleados   | 22.307           | 34.647           | (12.340)        | (35,6%)       |
| Otros Pasivos No Financieros Corrientes  | 1.263            | 7.378            | (6.115)         | (82,9%)       |
| Pasivos No Corrientes o Grupos de Pasivos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta | -                | 10.877           | (10.877)        | (100,0%)      |
| <b>Total Pasivos Corrientes</b>  | <b>632.784</b>   | <b>626.612</b>   | <b>6.172</b>    | <b>1,0%</b>   |
| <b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>   |                  |                  |                 |               |
| Otros Pasivos Financieros No Corrientes  | 880.078          | 838.520          | 41.557          | 5,0%          |
| Cuentas por Pagar No Corrientes  | 0                | 1                | (1)             | (100,0%)      |
| Pasivos por Impuestos Diferidos  | 0                | 74               | (74)            | (100,0%)      |
| Beneficios a los Empleados   | 4.833            | 2.514            | 2.319           | 92,2%         |
| Otros Pasivos No Financieros No Corrientes   | -                | -                | -               | -             |
| <b>Total Pasivos No Corrientes</b>   | <b>884.911</b>   | <b>841.109</b>   | <b>43.802</b>   | <b>5,2%</b>   |
| <b>TOTAL PASIVOS</b>   | <b>1.517.695</b> | <b>1.467.721</b> | <b>49.974</b>   | <b>3,4%</b>   |
| <b>PATRIMONIO</b>  |                  |                  |                 |               |
| Capital Emitido  | 523.742          | 523.742          | -               | 0,0%          |
| Acciones Propias en Cartera  | (833)            | 0                | (833)           | -             |
| Utilidad (Pérdida) Acumulada   | 105.339          | 79.858           | 25.481          | 31,9%         |
| Otras Reservas   | 151.420          | 149.161          | 2.260           | 1,5%          |
| <b>Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora</b>                                  | <b>779.668</b>   | <b>752.761</b>   | <b>26.907</b>   | <b>3,6%</b>   |
| Participaciones No Controladoras   | -                | -                | -               | -             |
| <b>Total Patrimonio</b>  | <b>779.668</b>   | <b>752.761</b>   | <b>26.907</b>   | <b>3,6%</b>   |
| <b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>  | <b>2.297.363</b> | <b>2.220.482</b> | <b>76.881</b>   | <b>3,5%</b>   |



## 2.1 Activos

Al 30 de septiembre de 2022, los **activos totales** de SMU aumentaron en CLP 76.881 millones (3,5%) con respecto al 31 de diciembre de 2021, totalizando CLP 2.297.363 millones.

Los **activos corrientes** al 30 de septiembre de 2022 disminuyeron en CLP 41.749 millones (7,9%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 486.510 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Disminución de CLP 57.516 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, principalmente explicado por (i) una disminución en la cuenta por cobrar a Transbank, debido a la estacionalidad del negocio y (ii) el traspaso de corriente a no corriente de la cuenta por cobrar por el recupero del seguro por daño físico y lucro cesante asociado a los actos vandálicos ocurridos a partir del 18 de octubre de 2019 por CLP 39.610 millones. El cambio obedece al horizonte de tiempo de los plazos de cobro, asociado al juicio arbitral a llevarse a cabo entre SMU y las compañías de seguros; sin embargo, la Compañía mantiene su estimación de una alta probabilidad de recupero de los valores reclamados por estos siniestros, basado en la ratificación del liquidador de la cobertura y valores asociados, así como también de la opinión de los abogados asesores expertos en esta materia.
- b. Disminución de CLP 41.666 millones en activos clasificados como mantenidos para la venta, producto de la materialización de la venta del negocio de OK Market durante el primer trimestre (ver Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información, página 2).
- c. Aumento de CLP 29.389 millones en los inventarios, principalmente debido al aumento de costo de las mercaderías por aumento de costo de los proveedores, además de la estacionalidad normal del negocio.
- d. Aumento de CLP 16.388 millones en efectivo y equivalente al efectivo, debido a las variaciones que se describen en la Sección 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo.

Los **activos no corrientes** al 30 de septiembre de 2022 aumentaron en CLP 118.630 millones (7,0%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 1.810.854 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Aumento de CLP 39.052 millones en cuentas por cobrar no corrientes, principalmente debido al traspaso de corriente a no corriente de la cuenta por cobrar por el recupero del seguro por daño físico y lucro cesante asociado a los actos vandálicos ocurridos a partir del 18 de octubre de 2019 por CLP 39.610 millones. El cambio obedece al horizonte de tiempo de los plazos de cobro, asociado al juicio arbitral a llevarse a cabo entre SMU y las compañías de seguros; sin embargo, la Compañía mantiene su estimación de una alta probabilidad de recupero de los valores reclamados por estos siniestros, basado en la ratificación del liquidador de la cobertura y valores asociados, así como también de la opinión de los abogados asesores expertos en esta materia.
- b. Aumento de CLP 37.753 millones en los activos por impuestos diferidos, principalmente explicado por el aumento en las pérdidas fiscales, debido a corrección monetaria y el efecto de la venta de OK Market.
- c. Aumento de CLP 36.304 millones en propiedades, plantas y equipos, principalmente producto de las adiciones del período (CLP 100.864 millones), parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 59.950 millones) y retiros, bajas y ventas del período (CLP 3.753 millones).



- d. Aumento de CLP 3.509 millones en activos intangibles distintos de la plusvalía, principalmente producto de adiciones del período (CLP 10.689 millones), parcialmente compensado por la amortización del período (CLP 7.159 millones).
- e. Aumento de CLP 3.215 millones en otros activos no financieros no corrientes, principalmente explicado por el aumento en seguros pagados por anticipado, asociado a pólizas renovadas en junio y agosto 2022.

## 2.2 Pasivos

Al 30 de septiembre de 2022, los **pasivos totales** de SMU aumentaron en CLP 49.974 millones (3,4%) con respecto al 31 de diciembre de 2021, totalizando CLP 1.517.695 millones.

Los **pasivos corrientes** al 30 de septiembre de 2022 aumentaron en CLP 6.172 millones (1,0%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 632.784 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- a. Aumento de CLP 21.809 millones en otros pasivos financieros corrientes, explicado principalmente por el aumento de CLP 28.591 millones en obligaciones con el público por el traspaso al corriente de las próximas cuotas de amortización de los bonos series B, T y AL (CLP 60.105 millones), sumado al incremento de la UF en el periodo y los intereses devengados, y parcialmente compensado por pagos de los bonos series B, T y AL durante el período por CLP 40.656 millones. Adicionalmente, las obligaciones por derechos de uso aumentaron en CLP 5.867 millones. Lo anterior, parcialmente compensado por la disminución de CLP 12.452 millones en préstamos bancarios, debido a pagos realizados durante el período.
- b. Aumento de CLP 13.195 millones en cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes, principalmente explicado por la fecha de corte de pago.
- c. Disminución de CLP 12.340 millones en beneficios a los empleados, principalmente explicado por la disminución de CLP 12.213 millones en la provisión de beneficios y bonos, debido al pago de bonos de incentivos durante el período.
- d. Disminución de CLP 10.877 en pasivos clasificados como mantenidos para la venta, producto de la materialización de la venta del negocio de OK Market durante el primer trimestre (ver Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información, página 2).
- e. Disminución de CLP 6.115 millones en otros pasivos no financieros corrientes, principalmente explicado por la disminución de CLP 6.001 millones del IVA débito fiscal.

Los **pasivos no corrientes** al 30 de septiembre de 2022 aumentaron en CLP 43.802 millones (5,2%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 884.911 millones. La principal variación en el período fue el aumento de CLP 41.557 millones en otros pasivos financieros no corrientes, explicado principalmente por el aumento de CLP 26.273 millones en obligaciones por derechos de uso, debido a la variación de la UF y la incorporación de nuevos contratos de arriendo. Adicionalmente, las obligaciones con el público no corrientes aumentaron en CLP 13.403 millones, debido a la colocación de los bonos serie AO (UF 1 millón) en marzo de 2022, además de la variación de la UF, parcialmente compensado por el traspaso al corriente de las próximas cuotas de amortización de los bonos series



B, T y AL.

### 2.3 Patrimonio

El **patrimonio** presenta un aumento de CLP 26.907 millones (3,6%), explicado principalmente por la variación de CLP 25.481 millones en resultados acumulados, reflejando el efecto neto del resultado del período (CLP 100.836 millones) menos los dividendos pagados (CLP 75.355 millones). Adicionalmente, las otras reservas aumentaron en CLP 2.260 millones, por el efecto positivo de la variación del tipo de cambio en la inversión en Perú.



### 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo

**Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los períodos de nueve meses terminados al 30 de septiembre de 2022 y 2021**

| (Millones CLP)   | Septiembre 2022 | Septiembre 2021 | Δ\$            |
|--|-----------------|-----------------|----------------|
| Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación   | 185.697         | 164.738         | 20.959         |
| Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión   | 5.958           | (31.143)        | 37.100         |
| Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación  | (175.267)       | (222.371)       | 47.104         |
| <b>Incremento (Disminución) Neto en el Efectivo y Equivalentes al efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio</b> | <b>16.388</b>   | <b>(88.776)</b> | <b>105.164</b> |
| <b>Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo</b>  | <b>16.388</b>   | <b>(88.776)</b> | <b>105.164</b> |
| Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período   | 113.794         | 197.672         | (83.878)       |
| <b>Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período</b>  | <b>130.182</b>  | <b>108.896</b>  | <b>21.286</b>  |

Durante los primeros nueve meses de 2022, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 185.697 millones, mayor en CLP 20.959 millones con respecto a los CLP 164.738 millones obtenidos durante el mismo período de 2021. Durante el período, los cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios aumentaron en CLP 307.821 millones; pagos a proveedores en CLP 269.039 millones; pagos a empleados en CLP 5.581 millones; y otros pagos operacionales en CLP 18.978 millones, principalmente asociado a pagos de IVA por la mayor venta. Por otra parte, los intereses recibidos aumentaron en CLP 7.430 millones.

El flujo procedente de **actividades de inversión** alcanzó una entrada neta de CLP 5.958 millones durante 9M22, una variación de CLP 37.100 millones con respecto a la salida neta de CLP -31.143 millones de los 9M21. La principal entrada de efectivo en el período corresponde a la venta de OK Market (CLP 49.100 millones), mientras que la principal salida corresponde al **CAPEX**, que incluye las compras de propiedades, planta y equipo y también las compras de activos intangibles, y totaliza CLP 36.224 millones en 9M22 y CLP 31.624 millones en 9M21.

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó una salida neta de CLP -175.267 millones durante los 9M22, principalmente explicado por (i) pagos de dividendos por CLP 75.355 millones; (ii) reembolsos de préstamos por CLP 55.492 millones (bonos series B, T y AL y deuda bancaria); (iii) pagos de pasivos por arrendamiento financiero por CLP 38.376 millones; y (iv) pagos de intereses por CLP 37.031 millones; parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos de largo plazo por CLP 31.820 millones, por la colocación de los bonos serie AO en marzo. Asimismo, en los primeros nueve meses de 2021, alcanzó una salida neta de CLP -222.371 millones, principalmente explicado por: (i) reembolsos de préstamos por CLP 106.697 millones; (ii) pagos de dividendos por CLP 40.485 millones; (iii) pagos de pasivos por arrendamiento financiero por CLP 39.946 millones; y (iv) pagos de intereses por CLP 34.750 millones.



## 4. Indicadores Financieros

**Cuadro 10: Indicadores Financieros**

|   |        |  | Sept. 2022 | Dic. 2021 |
|---|--------|--|------------|-----------|
| <b>LIQUIDEZ</b>   |        |  |            |           |
| Índice de Liquidez  | veces  | <i>Activo corriente / Pasivo corriente</i>   | 0,77       | 0,84      |
| Razón Ácida   | veces  | <i>(Activo corriente menos inventario) / Pasivo corriente</i>  | 0,36       | 0,47      |
| <b>ENDEUDAMIENTO</b>  |        |  |            |           |
| Pasivo Exigible / Activos Totales   | veces  | <i>Total pasivos / Total activos</i>   | 0,66       | 0,66      |
| Pasivo Exigible / Patrimonio  | veces  | <i>Total pasivos / Patrimonio</i>  | 1,95       | 1,95      |
| Deuda Financiera Neta / Patrimonio  | veces  | <i>(Otros pasivos financieros corrientes - Obligaciones por derechos de uso corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Obligaciones por derechos de uso no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / Patrimonio</i>  | 0,55       | 0,55      |
| Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total                                 | %      | <i>Total pasivos corrientes / Total pasivos</i>  | 41,69      | 42,69     |
| Pasivo Financiero Neto / EBITDA   | veces  | <i>(Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA de los últimos 12 meses</i>   | 3,62       | 3,86      |
| <b>ACTIVIDAD</b>  |        |  |            |           |
| Rotación de Inventarios   | días   | <i>Inventario promedio del período / Costo de ventas diario del período</i>  | 45,69      | 43,22     |
| Rotación de Cuentas por Cobrar  | días   | <i>Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes promedio del período / (Ingreso por actividades ordinarias diario del período multiplicado *1,19)</i>  | 7,15       | 11,33     |
| Rotación de Cuentas por Pagar   | días   | <i>Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes promedio del período / (Costo de ventas diario del período * 1,19)</i>   | 67,02      | 67,90     |
| <b>EFICIENCIA (Anualizado)</b>  |        |  |            |           |
| Cobertura de Gastos Financieros (Últimos 12 meses)                                  | veces  | <i>EBITDA de los últimos 12 meses / (gastos financieros de los últimos 12 meses - ingresos financieros de los últimos 12 meses)</i>  | 5,99       | 4,88      |
| Margen Bruto (Últimos 12 meses)   | %      |  | 29,02      | 29,15     |
| EBITDA (Últimos 12 meses)   | CLP MM |  | 253.959    | 225.780   |
| Margen EBITDA (Últimos 12 meses)  | %      |  | 9,21       | 9,13      |
| <b>RENTABILIDAD (Anualizado)</b>  |        |  |            |           |
| ROA (Rentabilidad sobre activos)  | %      | <i>Utilidad últimos 12 meses / Activos totales</i>   | 5,65       | 3,41      |
| ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)                               | %      | <i>Utilidad últimos 12 meses / (Activos totales - plusvalía)</i>   | 7,12       | 4,33      |
| ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)   | %      | <i>Utilidad últimos 12 meses / Patrimonio</i>  | 16,65      | 10,06     |
| ROIC (Retorno sobre capital empleado)   | %      | <i>Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + plusvalía + propiedad, planta y equipos)</i>   | 10,50      | 9,27      |
| ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)                          | %      | <i>Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + propiedad, planta y equipos)</i>   | 14,97      | 13,26     |
| <b>EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales</b>                                      |        |  |            |           |
| EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)                          | CLP MM | <i>EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración</i>   | 179.544    | 156.859   |
| Cobertura de Gastos Financieros Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses) | veces  | <i>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)</i>  | 16,65      | 9,48      |
| Deuda Financiera Neta/EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales                       | veces  | <i>(Otros pasivos financieros corrientes - Obligaciones por derechos de uso corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Obligaciones por derechos de uso no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses</i> | 2,41       | 2,66      |



Con respecto a los indicadores de **liquidez**, la variación entre diciembre 2021 y septiembre 2022 se explica porque los activos corrientes se disminuyeron, mientras que los pasivos corrientes se aumentaron, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, no hay variaciones significativas entre diciembre 2021 y septiembre 2022.

Con respecto a los indicadores de **actividad**, las principales variaciones se observan en la rotación de inventario, producto del aumento en los niveles de inventario, y en la rotación de cuentas por cobrar corrientes, producto de la disminución de este rubro, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **eficiencia y rentabilidad**, las mejoras se explican principalmente por el aumento del EBITDA, resultado operacional y utilidades de los últimos 12 meses, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento.

## 5. Gestión de Riesgos

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 30 de septiembre de 2022, se encuentra una descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía, así como de las medidas utilizadas para mitigar dichos riesgos.



## 6. Hechos Relevantes del Período

1. Con fecha 28 de febrero de 2022, mediante hecho esencial, se comunicó:
  - a) Tal como se informó mediante hecho esencial de fecha 8 de octubre de 2020, Supermercados Chile S.A. e Inversiones SMU SpA (conjuntamente denominados como los “Vendedores”), ambas sociedades filiales de la Sociedad y dueñas del 100% del capital accionario de OK Market S.A. (“OK Market”), celebraron un acuerdo vinculante (en adelante el “Acuerdo”) con FEMSA Comercio, S.A. de C.V. (en adelante “FEMSA” y conjuntamente con los Vendedores, denominadas como las “Partes”), para la venta del 100% del capital accionario de su propiedad en OK Market y de la mercadería que se mantenga en las distintas tiendas de OK Market a la fecha del cierre (en adelante la “Transacción”).
  - b) En el referido hecho esencial se informó que la Transacción se encontraba sujeta a una serie de condiciones para su cierre, incluyendo, entre otras, la aprobación de la Transacción por parte de las autoridades de libre competencia, la negociación y acuerdo del contrato de compraventa de acciones en virtud del cual se transferirán las acciones objeto de la Transacción, y la realización por parte de FEMSA de un due diligence respecto de los Vendedores, OK Market, sus activos y negocios.
  - c) Con fecha 26 de noviembre de 2021 la Fiscalía Nacional Económica (FNE) aprobó la Transacción sujeta al cumplimiento, en su oportunidad, de determinadas medidas de mitigación ofrecidas por las partes.
  - d) Habiéndose cumplido los requerimientos regulatorios que permiten materializar la Transacción y luego de haber concluido de manera satisfactoria el proceso de due diligence realizado por FEMSA, por medio del presente hecho esencial se informa que con fecha de hoy se ha materializado la venta de OK Market, mediante la firma de un contrato de compraventa de acciones.
  - e) El precio percibido por la Sociedad con motivo de la Transacción alcanzó la suma total de CLP 49.473.788.613. Tal como fue señalado en el hecho esencial de fecha 8 de octubre de 2020, el Directorio de SMU aprobó que los fondos procedentes de esta transacción vayan principalmente a potenciar la ejecución de su plan estratégico.
  - f) Se estima que el impacto en las utilidades de la Sociedad del primer trimestre de 2022 será de aproximadamente CLP 20 mil millones.
2. Con fecha 15 de marzo de 2022, mediante hecho esencial, se comunicó la colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador de la Serie AO (código nemotécnico BCSMU-AO), 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 AO”). Los Bonos Serie AO se colocaron a una tasa de interés de 6,25 %, con una tasa anual de carátula de 6,3% y con vencimiento al 1 de marzo de 2027.
 

La colocación de los Bonos Serie AO se realizó por una suma total de 1.000.000 de Unidades de Fomento. Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos Serie AO se destinarán, en su totalidad, al refinanciamiento de pasivos financieros de la Sociedad.
3. Con fecha 28 de marzo de 2022, 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 21 de abril de 2022, 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:

- Pronunciamiento sobre la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2021;
  - Pronunciamiento sobre el Informe de los Auditores Externos;
  - Pronunciamiento sobre la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2022 e informar gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2021;
  - Informar sobre las actividades y gastos del Comité de Directores del ejercicio 2021 y determinación de su remuneración y presupuesto para el ejercicio 2022;
  - Dar a conocer la información prevista en el Título XVI de la Ley 18.046;
  - Designación de la Empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2022;
  - Designación de los Clasificadores Privados de Riesgo para el ejercicio 2022;
  - Pago de dividendo y distribución de utilidades del ejercicio 2021;
  - Designación del periódico donde se realizarán las publicaciones de la Sociedad hasta la próxima junta ordinaria de accionistas; y
  - 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 2021, un dividendo de \$3,76549 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$0,65525 por acción, \$2,48282 por acción y \$2,93258 por acción, pagados a partir del 23 de junio 2021, 28 de septiembre de 2021, y 22 de diciembre 2021, respectivamente. Todos ellos corresponden a un monto total de \$56.779.874.116.-, o \$9,83614 por acción. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 29 de abril de 2022 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.
- c. De igual modo, el Directorio en la sesión ya señalada, decidió convocar a Junta Extraordinaria de Accionistas (en adelante la “Junta Extraordinaria”) de la Sociedad, la que se celebrará inmediatamente a continuación de la Junta Ordinaria de Accionistas antes señalada, con el objeto de conocer, tratar y pronunciarse sobre las siguientes materias:
- Aprobar un programa de adquisición de acciones de su propia emisión (el “Programa”) conforme a los artículos 27A a 27C de la Ley de Sociedades Anónimas y las demás normas aplicables.
  - Pronunciarse sobre las características particulares del Programa, en especial sobre: (a) el monto o porcentaje máximo a adquirir, (b) el objetivo y la duración del Programa, que no podrá ser superior a cinco años; (c) delegar en el Directorio la facultad de fijar el precio a pagar por las acciones respectivas, (d) autorizar al Directorio para adquirir directamente en rueda una cantidad representativa de hasta el 1% del capital accionario dentro de cualquier período de doce meses, sin necesidad de aplicar el procedimiento de prorrata, (e) autorizar al Directorio para enajenar las acciones adquiridas, sea mediante oferta preferente a los accionistas o sin oferta preferente previa cuando la cantidad total de acciones a ser vendidas dentro de cualquier período de doce meses no supere el 1% del capital accionario, y (f) demás condiciones que sean pertinentes.
  - En general, adoptar todos los demás acuerdos necesarios para implementar el Programa que se acuerde y las demás resoluciones que al efecto se adopten.



En atención con la Norma de Carácter General N°435 y el Oficio Circular N°1141 dictados por la CMF y en línea con las medidas y recomendaciones sanitarias impartidas por el Gobierno producto del brote del Coronavirus o Covid-19 que afecta actualmente al país, el Directorio ha acordado implementar mecanismos electrónicos que permitan a sus accionistas la asistencia y participación a la Junta por medios remotos. Para tal efecto, la Sociedad informará en su página web, así como en los avisos y citaciones a esta Junta, el mecanismo de participación y la forma en que cada accionista, o su representante, podrá acreditar su identidad y poder, en su caso.

4. Con fecha 31 de marzo, la empresa clasificadora de riesgos ICR mejoró la tendencia de la clasificación de los bonos de SMU desde A (tendencia estable) hasta A (tendencia positiva).
5. Mediante hecho esencial del 21 de abril de 2022, se comunicaron los acuerdos de la Junta Ordinaria de Accionistas, celebrada ese día:
  - a) Aprobar la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2021.
  - b) Aprobar el Informe de los Auditores Externos.
  - c) Aprobar la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2022 y se informó además, de los gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2021.
  - d) Aprobar la remuneración del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2022, junto con informar sobre las actividades y gastos de dicho comité durante el ejercicio 2021.
  - e) Aprobar el informe sobre las operaciones del Título XVI de la Ley 18.046.
  - f) Designar a KPMG Auditores Consultores Limitada como empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2022 y a Feller-Rate Clasificadora de Riesgos Limitada e ICR Compañía Clasificadora de Riesgos Limitada, como clasificadoras de riesgos para el ejercicio 2022.
  - g) Designar al Diario la tercer en su segmento el Pulso como periódico en el cual deberán realizarse las publicaciones sociales.
  - h) Repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2021, un dividendo de \$3,76549 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$0,65525 por acción, \$2,48282 por acción y \$2,93258 por acción, pagados a partir del 23 de junio 2021, 28 de septiembre de 2021, y 22 de diciembre 2021, respectivamente. Todos ellos corresponden a un monto total de \$56.779.874.116.-, o \$9,83614 por acción, equivalente a un 75% de las utilidades del ejercicio 2021; y destinar el saldo de las utilidades del ejercicio 2021, ascendentes a \$18.926.776.778, al fondo de utilidades acumuladas de la Sociedad. Éste se pagaría a contar del día 29 de abril de 2022 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.
  - i) Aprobar una política de dividendos que contemplará distribuir como dividendo a los accionistas hasta el 75% de las utilidades líquidas de cada ejercicio.

De igual modo, en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el mismo día 21 de abril de 2022, se acordó:

- a) Aprobar un programa de adquisición de acciones de su propia emisión conforme a los artículos 27A a 27C de la Ley de Sociedades Anónimas y las demás normas aplicables;
- b) Aprobar 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;
- c) Aprobar que el plazo de duración del Programa sea de 5 años contados desde la fecha de la Junta y que su objetivo sea que la Compañía pueda realizar inversiones en sus propias acciones, pudiendo obtenerse eventuales beneficios para la sociedad y sus accionistas;



- d) Delegar en el Directorio la facultad de fijar el precio a pagar por las acciones respectivas;
  - e) Autorizar al Directorio para adquirir directamente en rueda una cantidad representativa de hasta el 1% del capital accionario dentro de cualquier período de doce meses, sin necesidad de aplicar el procedimiento de prorrata;
  - f) Autorizar al Directorio para enajenar en bolsa las acciones adquiridas, sea mediante oferta preferente a los accionistas o sin oferta preferente previa cuando la cantidad total de acciones a ser vendidas dentro de cualquier período de doce meses no supere el 1% del capital accionario; y
  - g) Delegar en el Directorio de la Compañía las demás materias necesarias para concretar la adquisición de acciones de propia emisión a efectos de cumplir el objetivo del programa de adquisición de acciones de propia emisión, pudiendo aprobar todas las actuaciones, condiciones, plazos y circunstancias que correspondan.
6. Con fecha 29 de abril de 2022, la clasificadora Feller-Rate cambio las perspectivas de la clasificación de los bonos de la Compañía desde A (perspectivas estables) hasta A (perspectivas positivas).
  7. Mediante hecho esencial de fecha 16 de mayo de 2022, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$37.350.939.015, lo que corresponde a un dividendo de \$6,47041 por acción, con cargo a las utilidades del ejercicio 2022. 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 6 de junio de 2022 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
  8. Mediante hecho esencial de fecha 30 de mayo de 2022, se informó que, en relación al Programa de adquisición de acciones de propia emisión aprobado por la Junta Extraordinaria de Accionistas el pasado 21 de abril, y de acuerdo a las facultades delegadas por la Junta en el Directorio de la Sociedad, éste último acordó en sesión del día de hoy dar inicio al Programa, facultando a la Administración para adquirir acciones de su propia emisión en bolsa, comprando directamente en rueda, sin necesidad de aplicar el procedimiento de prorrata, una cantidad de acciones representativa de hasta el 1% del capital accionario de la Sociedad, durante un período de 6 meses a contar de esta fecha, debiendo adquirirse las acciones en el precio unitario de mercado que resulte conveniente. Al finalizar el período indicado, el Directorio evaluará la conveniencia de continuar con un nuevo período para la ejecución del Programa.
  9. Con fecha 8 de junio de 2022, se informó que el formato Unimarc había firmado una alianza con el marketplace Mercado Libre para vender productos de supermercado, especialmente alimentos y abarrotes, permitiendo fortalecer la estrategia de crecimiento omnicanal de SMU, y diversificando sus canales de venta.
  10. Mediante hecho esencial de fecha 15 de julio de 2022, se informó lo siguiente:
    - a) Tal como se informó mediante hecho esencial de fecha 27 de julio de 2021, SMU S.A. con Inmobiliaria Santander S.A. (en adelante, "ISSA"), celebraron, con esa misma fecha, un Contrato Marco vinculante para el arrendamiento de locales comerciales donde operaban supermercados de la cadena Montserrat (en adelante el "Acuerdo").
    - b) En el referido hecho esencial se informó que la Transacción se encontraba sujeta a una serie de condiciones para su cierre, incluyendo, entre otras, la aprobación de la Transacción por parte de las autoridades de competencia y la realización por parte de SMU de un due diligence respecto de los locales comerciales de ISSA.
    - c) Habiéndose aprobado la Transacción por parte de las autoridades de competencia y luego



de haber concluido el proceso de due diligence SMU e ISSA han celebrado los contratos de arrendamiento correspondientes a 21 locales comerciales, en los cuales operaban supermercados de la cadena Montserrat (en adelante los “Contratos de Arrendamiento”).

- d) De cumplirse los términos y condiciones establecidos en los Contratos de Arrendamiento, ISSA hará entrega de los locales comerciales a SMU, de manera que se puedan iniciar los trabajos de habilitación y demás que correspondan a fin de comenzar a operar los supermercados respectivos. Asimismo, en la misma fecha en que se realice la entrega de cada local comercial, SMU o una sociedad filial suscribirá un contrato de compraventa de los bienes muebles ubicados al interior de cada local comercial.
  - e) Al 15 de julio de 2022, no es posible determinar con precisión el impacto que los hechos informados, mediante el hecho esencial, pudieran tener en los estados financieros de la Sociedad.
11. Con fecha 1 de agosto de 2022, se anunció el lanzamiento de la app App Alvi Compras, el canal de e-commerce del supermercado mayorista Alvi, mediante el cual los socios comerciantes de la cadena podrán realizar sus compras de manera online. Con esta nueva incorporación, SMU continúa avanzando en el desarrollo de su estrategia omnicanal, sumando este medio para la compra digital a Unimarc.cl, App Unimarc y las alianzas con Mercado Libre y los last milers como Rappi y Pedidos Ya.
  12. Mediante hecho esencial de fecha 16 de agosto de 2022, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$16.267.800.721, lo que corresponde a un dividendo de \$2,82270 por acción, con cargo a las utilidades del ejercicio 2022. 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 6 de septiembre de 2022 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
  13. Con fecha 26 de septiembre de 2022, se anunció que la clasificadora ICR mejoró la clasificación de riesgo local de la Compañía, desde la categoría A (con perspectivas positivas) hasta la categoría A+ (con perspectivas estables).



## 7. Hechos Posteriores

1. Con fecha 5 de octubre de 2022 la clasificadora de riesgo Feller Rate subió a “A+” la clasificación de la solvencia y las líneas de bonos de SMU S.A. Las perspectivas de la clasificación se modificaron desde “Positivas” a “Estables”.

Esta alza de clasificación se suma a la mejora informada por la clasificadora ICR el 26 de septiembre de 2022 con lo que SMU ahora cuenta con una clasificación de A+, con perspectivas estables, de sus dos clasificadoras de riesgo.



### Acerca de SMU

SMU uno de los principales actores de retail supermercadista en Chile a través de sus formatos Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, satisfaciendo las necesidades de clientes finales y comerciantes. Cuenta con una gran cobertura geográfica, operando en las 16 regiones del país. Adicionalmente, cuenta con una creciente presencia en Perú, a través de las marcas Mayorsa y Maxiahorro.

### Advertencia Acerca de Proyecciones Estimadas

El presente comunicado puede contener proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera que estas proyecciones son razonables, en base a la información que se posee actualmente, existen distintos factores que podrían llevar a que nuestros resultados difieran en significativamente con respecto a lo esperado, de acuerdo a nuestras proyecciones estimadas. Las palabras “creer”, “buscar”, “esperar”, “estimar”, “proyectar”, “planificar”, “debería”, “anticipar” y otras palabras similares, buscan expresar proyecciones estimadas. Estas proyecciones estimadas incluyen información acerca de los resultados posibles o esperados de nuestras operaciones, estrategias de negocio, planes de financiamiento, posición financiera, condiciones del mercado, potenciales oportunidades de crecimiento y los efectos del marco regulatorio y la competencia en el futuro. Es de la esencia de las proyecciones estimadas, que estas involucren numerosos riesgos e incertidumbres, tanto generales como específicas, incluyendo el riesgo inherente que tienen las proyecciones o expectativas, que son básicamente que éstas finalmente no se lleven a cabo. En virtud de los riesgos e incertidumbres antes descritos, los eventos y/o circunstancias a futuro y que se presentan en este comunicado, pueden ocurrir o no y en ningún caso son garantías de desempeño de la Compañía en el futuro. Por lo tanto, advertimos a los lectores que no deben basar exclusivamente sus decisiones u opiniones en estas declaraciones. Las proyecciones estimadas son válidas solamente en la fecha en que se realizan, y la Compañía no asume ninguna obligación para actualizar o modificar cualquiera de las proyecciones estimadas contenidas en este comunicado, ya sea por existir nueva información o tratarse de hechos posteriores u otros factores nuevos.

### Información de Contacto

Inversionistas, favor contactarse con:

Carolyn McKenzie: [cmckenzie@smu.cl](mailto:cmckenzie@smu.cl)

Medios de comunicación, favor contactarse con:

Andrea Osorio: [aosorioy@smu.cl](mailto:aosorioy@smu.cl)

Sebastián De Ferrari: [sdeferrari@smu.cl](mailto:sdeferrari@smu.cl)

