

Presentación Corporativa SMU S.A.

Octubre 2024



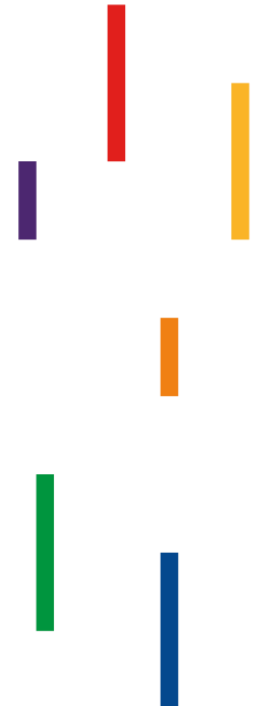


DISCLAIMER

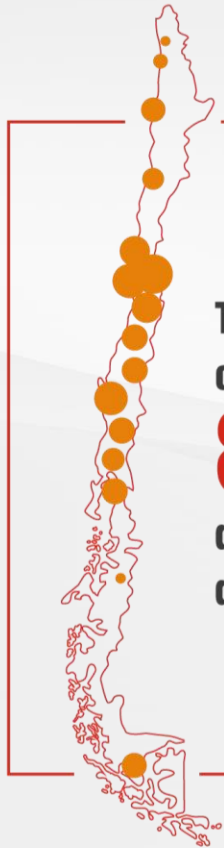
Esta presentación contiene proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera 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..

CONTENIDOS

- 
- 1. Resumen**
 2. Estrategia de la Compañía
 3. Información Financiera

Supermercadista con posición de liderazgo en Chile, múltiples formatos y una amplia cobertura del mercado en una industria defensiva



Tiendas ubicadas cerca de más del **86%** de la población de Chile

+10 MM
Profundo conocimiento de sus clientes


US\$ 3 bn de ingresos anuales



Múltiples Formatos



 **23 MIL**
colaboradores

 **65%** MUJERES  **35%** HOMBRES

98%


de las ventas
Industria defensiva con foco en alimentos

3# supermercadista en Chile, participación de mercado **17,3%**

SMU Hoy Nuestros Formatos

Múltiples formatos brindan cobertura de todos los segmentos socioeconómicos y hábitos de compra



Unimarc

Mayorista 10 y Super 10

Alvi

Maxiahorro y Mayorsa

Supermercado tradicional (proximidad y reposición)

296

Locales

67%

De los Ingresos

1.200

M² Promedio

6.500

SKUs Promedio

Soft discount (precio y abastecimiento)

67

Locales

17%

De los Ingresos

1.300

M² Promedio

3.400

SKUs Promedio

Club mayorista; foco en reposición

35

Locales

14%

De los Ingresos

1.400

M² Promedio

3.200

SKUs Promedio

Soft discount/ mayorista (precio y abastecimiento)

30

Locales

2%

De los Ingresos

600

M² Promedio

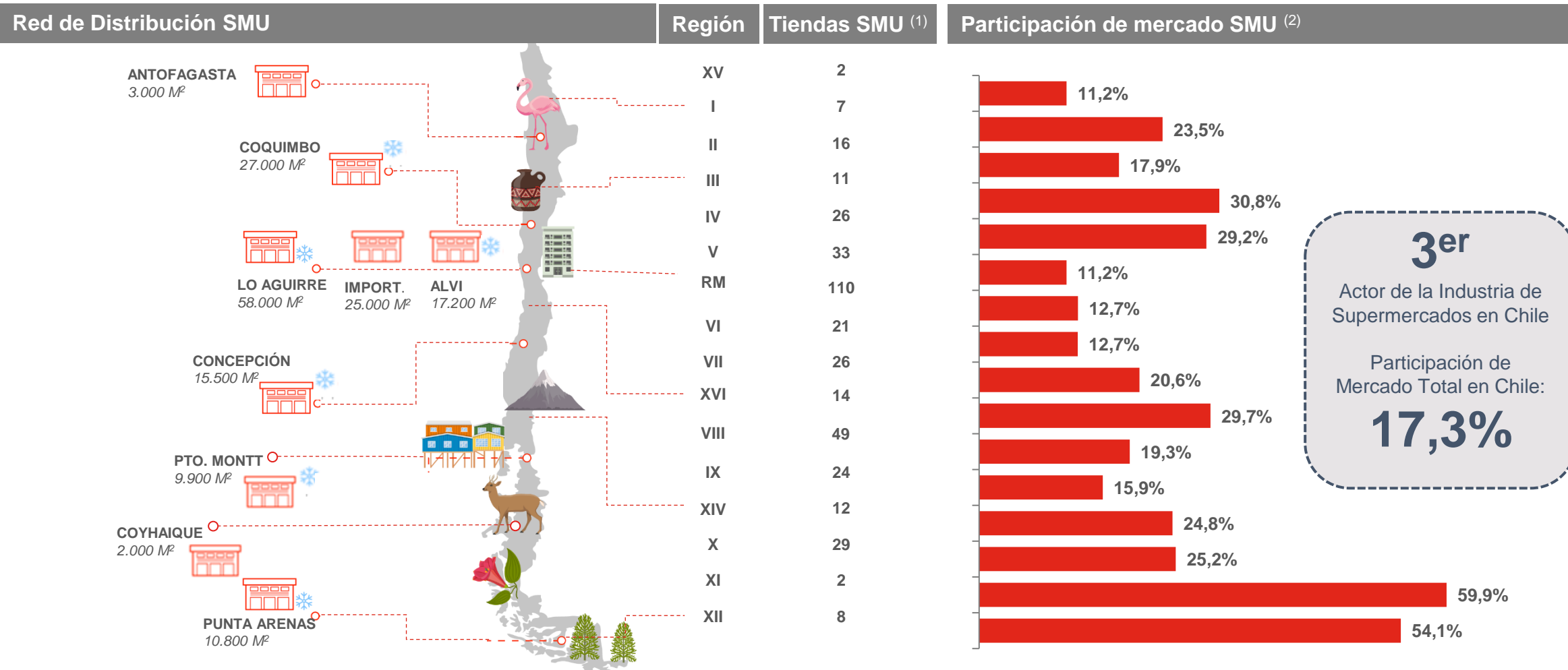
3.000

SKUs Promedio



SMU Hoy Cobertura Geográfica

100% de cobertura de Chile con liderazgo en múltiples regiones, soportada por una plataforma operacional integrada



3er
Actor de la Industria de Supermercados en Chile

Participación de Mercado Total en Chile:
17,3%

(1) Número de tiendas Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10 al 31.12.2023.

(2) Participación de mercado = ventas de SMU Chile año 2023 sobre las ventas totales de supermercados en Chile en 2023 según el INE.

SMU Hoy
Nuestros
Clientes

Programas de fidelización nos permiten **conocer mejor a nuestros más de 10 millones de clientes** y responder a sus cambiantes necesidades y preferencias

Club
UNIMARC



Regístrate aquí y disfruta los descuentos del Club Unimarc en viajes, restaurantes, entretenimiento y mucho más!



Club UNIMARC

Ahorro y beneficios

¡altiro!

Regístrate en el Club Unimarc y disfruta los descuentos en viajes, restaurantes, entretenimiento y mucho más!

YA ES MOMENTO DE UNAS VACACIONES... ¿UN VIAJECITO? ¡altiro!

Fin de semana largo

Nuevo beneficio!

Hasta 30%* dcto. EN PASAJES NACIONALES E INTERNACIONALES

JetSMART

¡APROVECHA ALTRO!

¿Y SI COMEMOS ALGO RICO? ¡altiro!

Nuevo beneficio!

Desde 20%* dcto. RESTAURANTES SELECCIONADOS

20%* dcto. De lunes a jueves en todos los días. Excluye descuento \$30.000

20%* dcto. TOLOLO P.M.P.R. Excluye los fines de semana

DISFRUTA TAMBIÉN ESTOS RESTAURANTES

¡APROVECHA ALTRO!

DESCUBRE ESTAS OFERTAS CLUB UNIMARC ¡altiro!

BAJA LA APP Y AHORRA MÁS PARA TU NEGOCIO

Descuento en lo que **TU** siempre compras.

MÁS promociones al alcance de tu mano.

DESCARGALA GRATIS EN

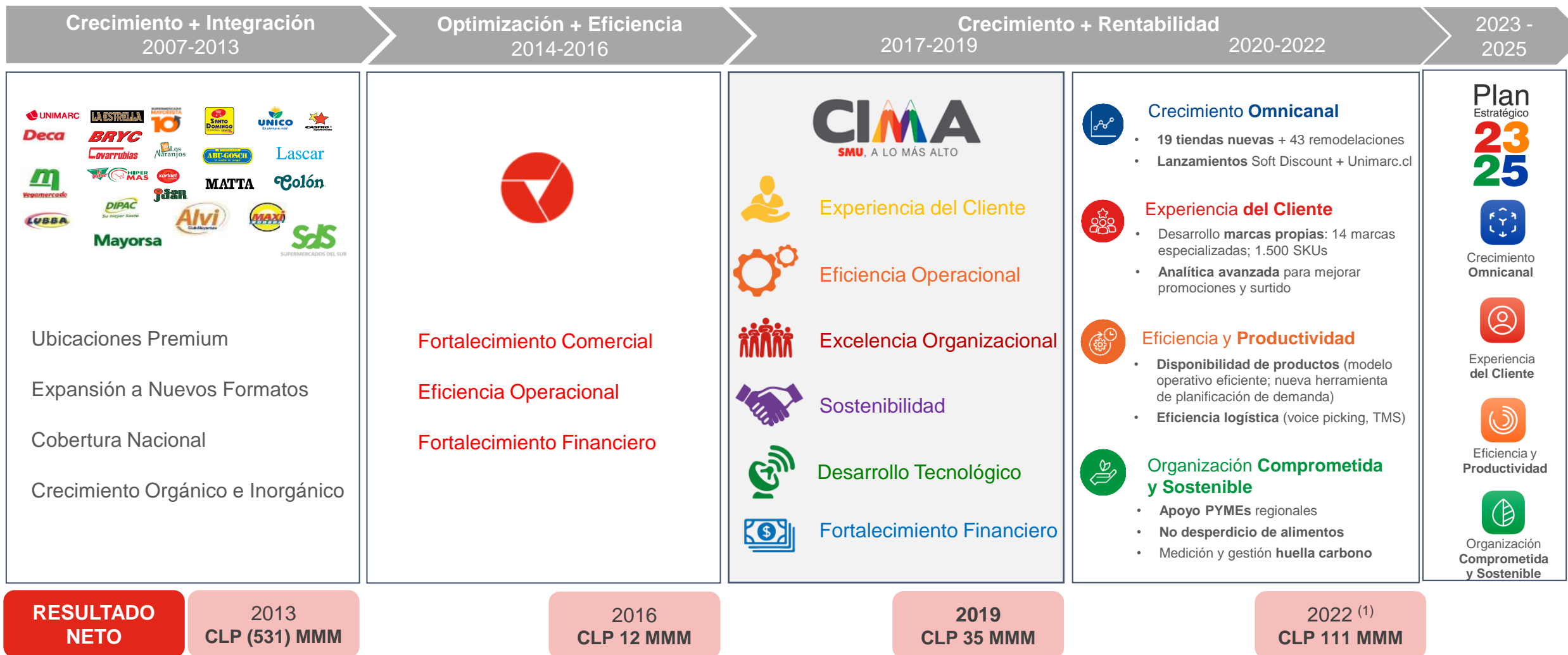
App Store Google Play

DESCARGA LA APP DESDE TU CELULAR

Club ALVI MAYORISTA

CONTENIDOS

1. Resumen
2. **Estrategia de la Compañía**
3. Información Financiera



(1) Excluye impacto de la venta de OK Market

Alcanzar el **crecimiento rentable y sostenible** a través de la consolidación de nuestra **estrategia multiformato**, satisfaciendo las **necesidades de nuestros clientes** y generando **valor compartido** para todos nuestros grupos de interés

**Plan
Estratégico
23
25**



Crecimiento
Omnicanal

Crecimiento Orgánico
apalancado en la estrategia
multiformato y potenciando
gran cobertura geográfica

- ✓ Nuevas aperturas (58), remodelaciones (78) y reconversiones M10/S10 (14)
- ✓ Consolidar negocio e-commerce, mejorando experiencia y eficiencia

Unimarc Pirque:
Premium Affordable



Alvi Tobalaba



Maxi Ahorro Sechura



Super10 Limache

				
Plan	26	9	8	15
Avance	16	3	5	4

Alcanzar el **crecimiento rentable y sostenible** a través de la consolidación de nuestra **estrategia multiformato**, satisfaciendo las **necesidades de nuestros clientes** y generando **valor compartido** para todos nuestros grupos de interés

Plan Estratégico 23 25



Experiencia
del Cliente

Satisfacer las necesidades del cliente mediante la personalización y la mejora del surtido de productos

- ✓ Programas de fidelización: promociones atractivas; nuevos beneficios y asociaciones
- ✓ Expansión marcas propias, con nuevos productos y marcas especializadas

Fidelización de Clientes



- ✓ Conocimiento profundo del cliente
- ✓ Promociones innovadoras y beneficios inmediatos
- ✓ Nuevos niveles de membresía



Marcas Propias

- ✓ **300+** nuevos productos
- ✓ **20+** marcas especializadas
- ✓ Empaque reciclable certificado para el **25%** del surtido



Alcanzar el **crecimiento rentable y sostenible** a través de la consolidación de nuestra **estrategia multiformato**, satisfaciendo las **necesidades de nuestros clientes** y generando **valor compartido** para todos nuestros grupos de interés

Plan Estratégico 23 25



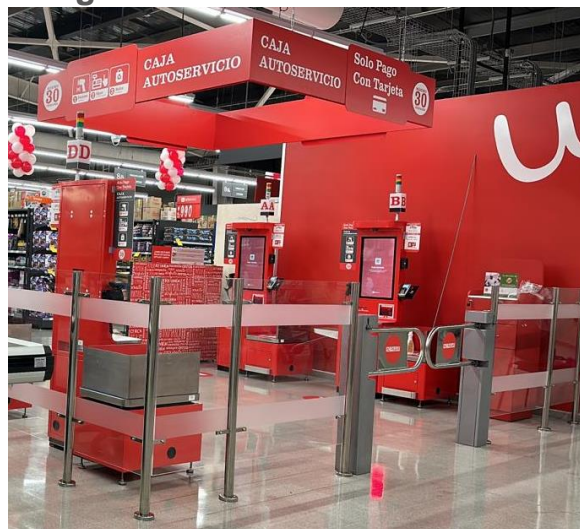
Eficiencia y Productividad

Optimización e innovación para mejorar la experiencia del cliente mientras se controlan los gastos operacionales

- ✓ **En sala:** nuevas tecnologías y modelos operativos
- ✓ **Logística:** nuevas tecnologías; expandir la red para apoyar el crecimiento orgánico y la estrategia multiformato
- ✓ **Energía:** optimizar el consumo; ampliar el uso de energías renovables y vehículos eléctricos

Eficiencia en Sala

- ✓ Nuevo modelo operativo eficiente (150+ tiendas)
- ✓ Módulos de autoservicio (190+ tiendas)
- ✓ Implementación del sistema de tesorería digital



Eficiencia Logística

- ✓ Expansión de *voice picking*
- ✓ Expansión de la herramienta automatizada de planificación de la demanda
- ✓ Implementación del nuevo warehouse management system

Eficiencia Energética

- ✓ Implementación de un sistema de gestión de energía, certificado bajo la norma ISO 50001.
- ✓ Incremento del uso de fuentes de energía renovables del 15% al 30% del consumo en Chile.



Alcanzar el **crecimiento rentable y sostenible** a través de la consolidación de nuestra **estrategia multiformato**, satisfaciendo las **necesidades de nuestros clientes** y generando **valor compartido** para todos nuestros grupos de interés

Plan Estratégico 23 25



Organización
Comprometid
a y Sostenible

Continuar impulsando iniciativas que promuevan prácticas sostenibles a través de nuestras operaciones, cubriendo los diferentes pilares de nuestro modelo de sostenibilidad

- ✓ Valor compartido con proveedores y comunidades
- ✓ No desperdicio de alimentos y gestión de huella de carbono
- ✓ Diversidad e inclusión

Valor Compartido



- ✓ **400+** pequeños proveedores regionales se han beneficiado del programa 100%

Nuestro, el cual apoya su desarrollo a través de capacitaciones, visibilidad y otras iniciativas

Diversidad e Inclusión

- ✓ **Sistema de gestión de equidad de género:** Expansión de la cobertura de la certificación
- ✓ Fortalecer alianzas con organizaciones que promuevan diversidad e inclusión, como Teletón, Fundación Las Rosas, Fundación Descúbreme, y otras

Medio Ambiente



- ✓ **11,3%** aumento en toneladas de desperdicio de alimentos evitado en 2023 vs. 2022, a través de los programas Pronto Consumo y donaciones.

- ✓ **Huella de carbono:** Medición y certificación de la huella de carbono desde 2018



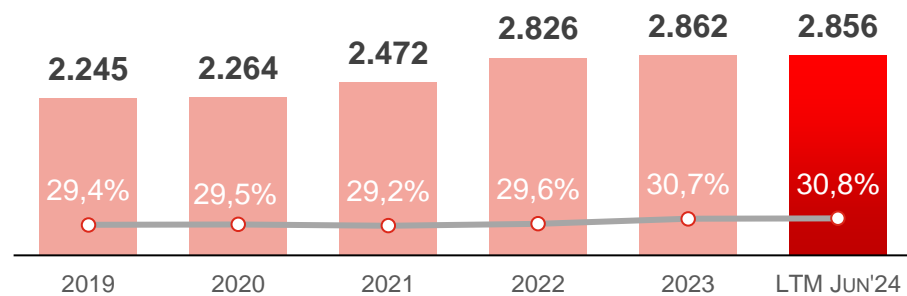
CONTENIDOS

1. Resumen
2. Estrategia de la Compañía
3. **Información Financiera**

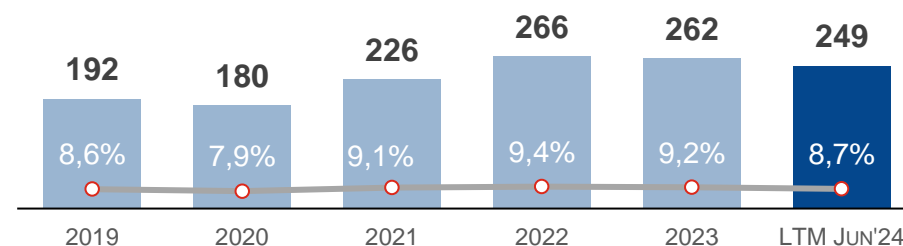
Posición Financiera

Sólido desempeño en ingresos, margen bruto, EBITDA, margen EBITDA y utilidades, con foco en rentabilidad

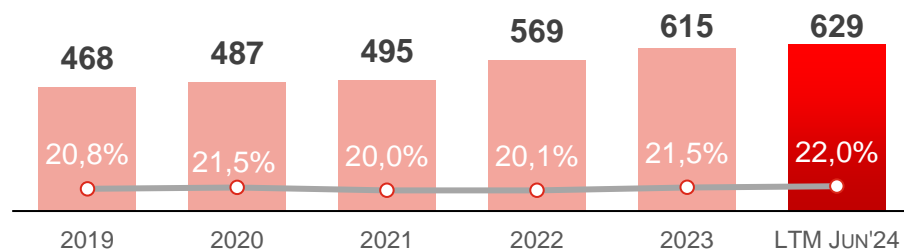
Ingresos y Margen Bruto ⁽¹⁾
(CLP MMM; %)



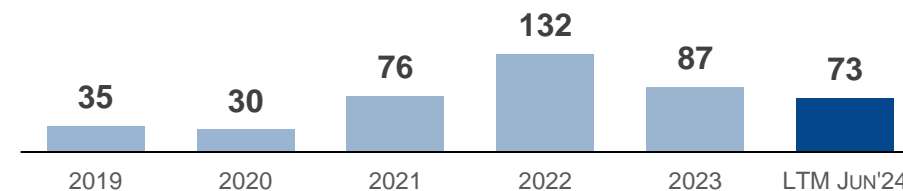
EBITDA y Margen EBITDA ^(1,3)
(CLP MMM; %)



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



Utilidad Neta ⁽⁴⁾
(CLP MMM)

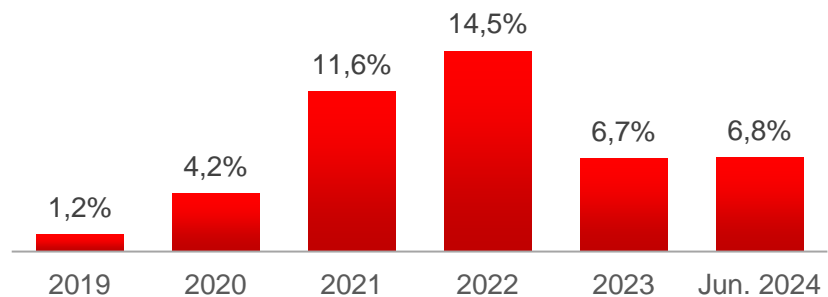


(1) Ingresos, gastos operacionales, y EBITDA excluyen OK Market en todos los períodos.
 (2) Gastos Operacionales: Suma de gastos administrativos y de distribución, excluyendo depreciación y amortización.
 (3) EBITDA = Margen bruto - gastos administrativos - costos de distribución + depreciación + amortización
 (4) Utilidad neta de 2022 incluye impacto no recurrente por venta OK Market (CLP 20,5 MMM)

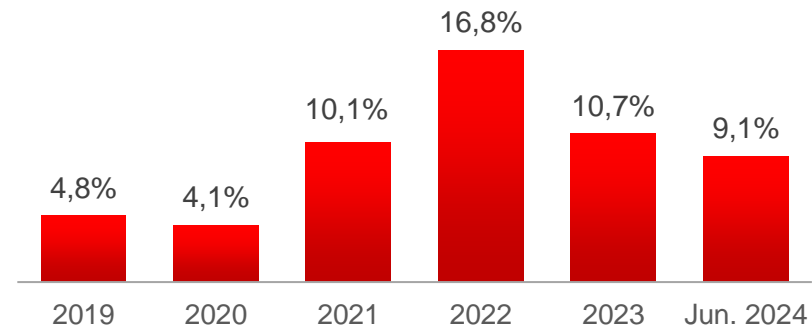
Posición Financiera

La acción de SMU tuvo una **rentabilidad total de 50% en 2023**, superior al IPSA

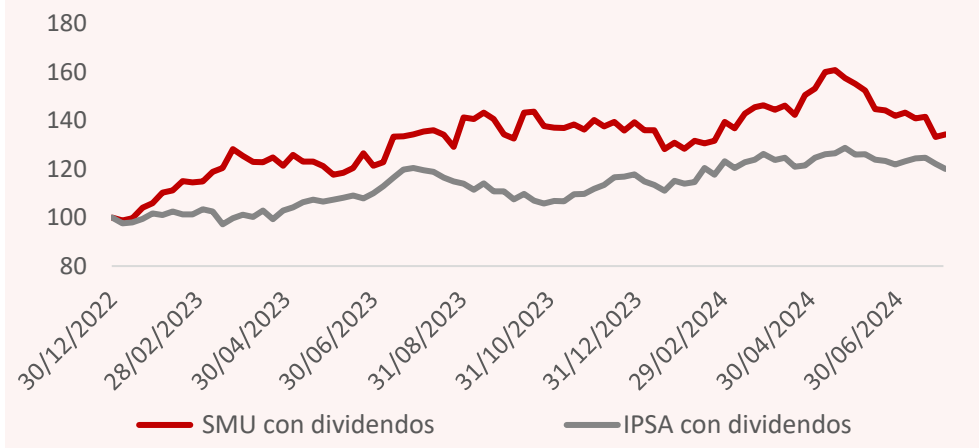
Rentabilidad por Dividendo ⁽¹⁾



Rentabilidad sobre Patrimonio ⁽²⁾



Precio Acción SMU vs. IPSA (Base 100)



- Política de dividendos: 75% de la utilidad neta

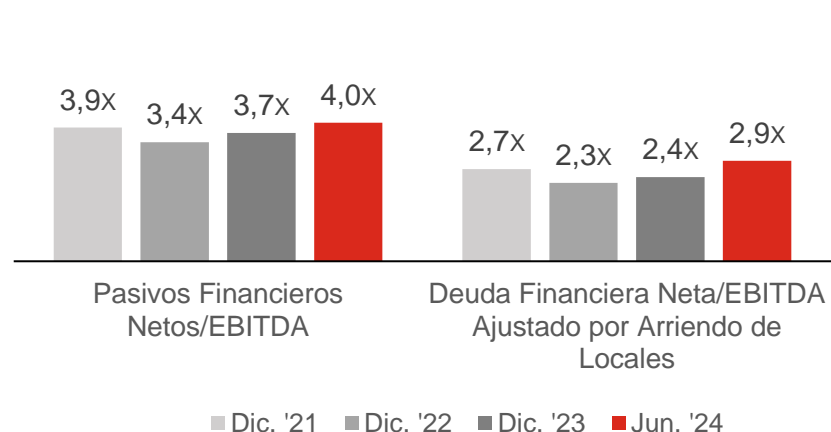
(1) Rentabilidad por Dividendo = Dividendos pagados durante los últimos doce meses / precio de la acción al final del período.

(2) Rentabilidad sobre Patrimonio = Utilidad neta para los últimos doce meses / patrimonio al final del período.

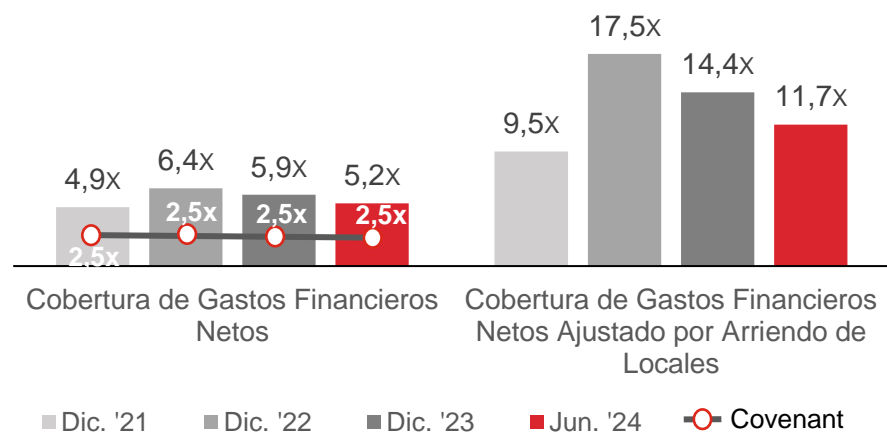
Posición Financiera

Mejoras operacionales y optimización de estructura de capital llevaron a fortalecimiento sostenido de la posición financiera, manteniendo cumplimiento total con covenants...

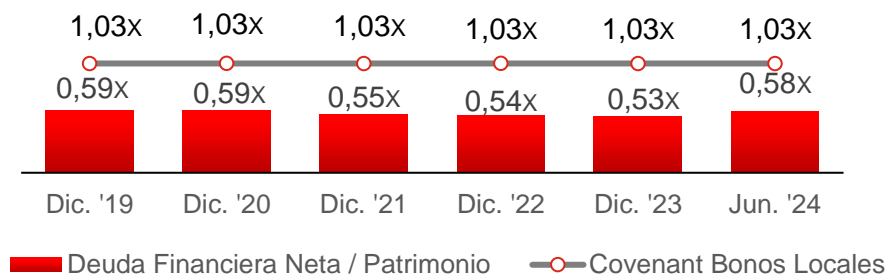
Deuda Financiera Neta / EBITDA



Cobertura de Gastos Financieros Netos

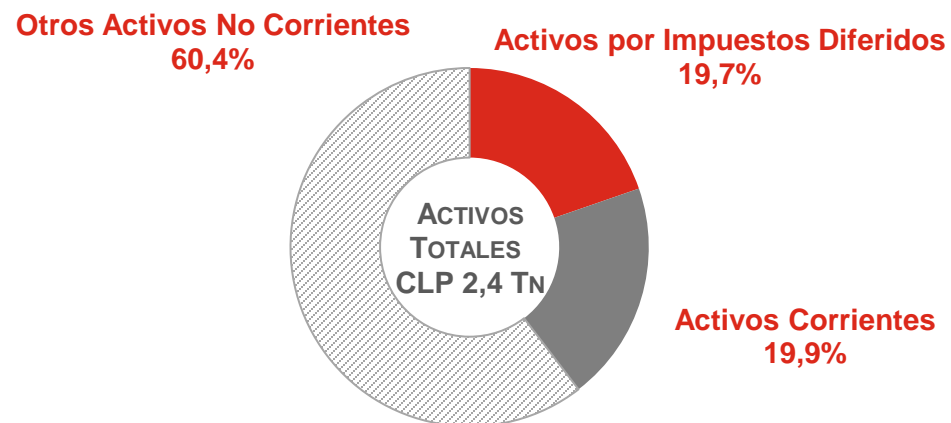


Deuda Financiera Neta / Patrimonio

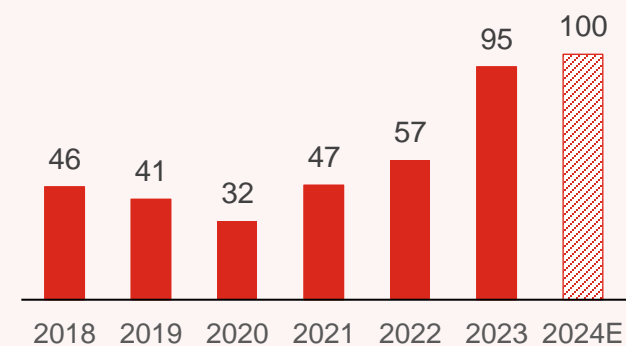


- (1) Pasivo financiero neto= otros pasivos financieros corrientes y no corrientes - efectivo y equivalentes
- (2) Deuda financiera neta = Pasivos financieros totales corrientes y no corrientes menos contratos de arrendamiento que califican como leasing financiero corrientes y no corrientes menos efectivo 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 por derechos de uso - ingresos financieros totales)

Pérdidas Fiscales – Jun. 2024



CAPEX (CLP MMM)



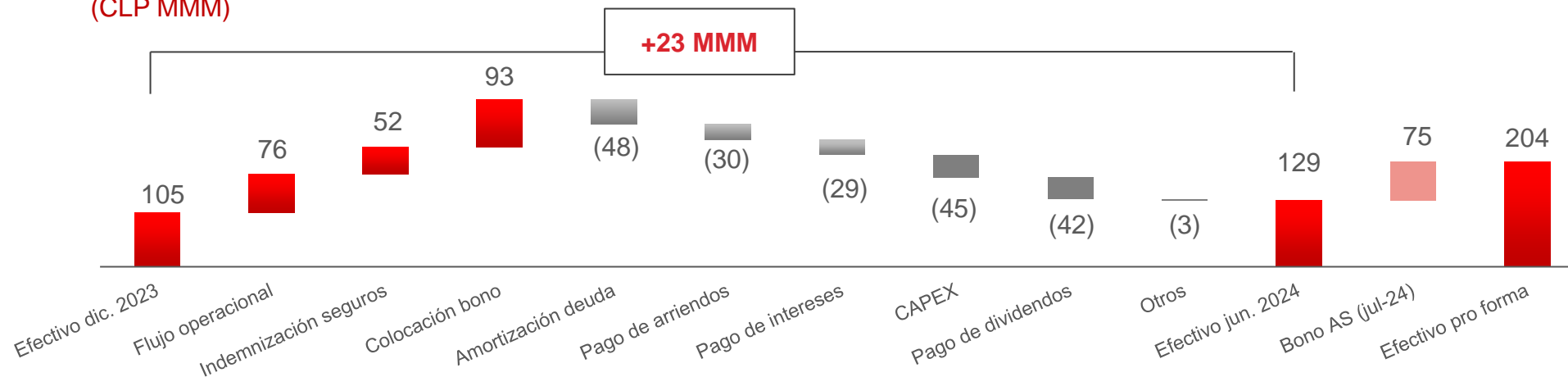
Highlights:

- 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

Posición Financiera

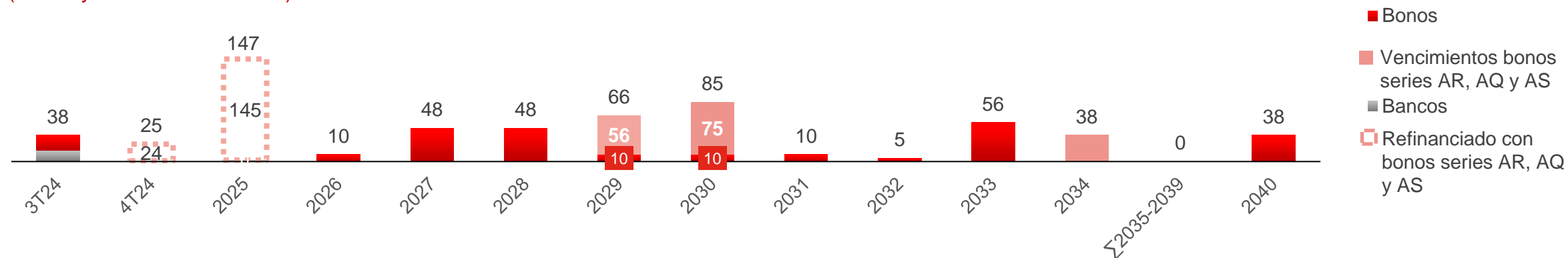
Sólida posición de caja permite cumplir obligaciones financieras, financiar CAPEX y pagar dividendos con holgura, sumado a colocaciones de bonos que dejan un **perfil de vencimientos cómodo** para los próximos años

Flujo de efectivo 1S24
(CLP MMM)



- Saldo final de caja de CLP 129 MMM, muy por sobre nivel mínimo (CLP 50 MMM).
- Colocación de bonos en julio suma CLP 75 MMM al saldo de caja.

Perfil de vencimientos al 30 de junio de 2024, pro forma ⁽¹⁾
(Bonos y bancos - CLP MMM)

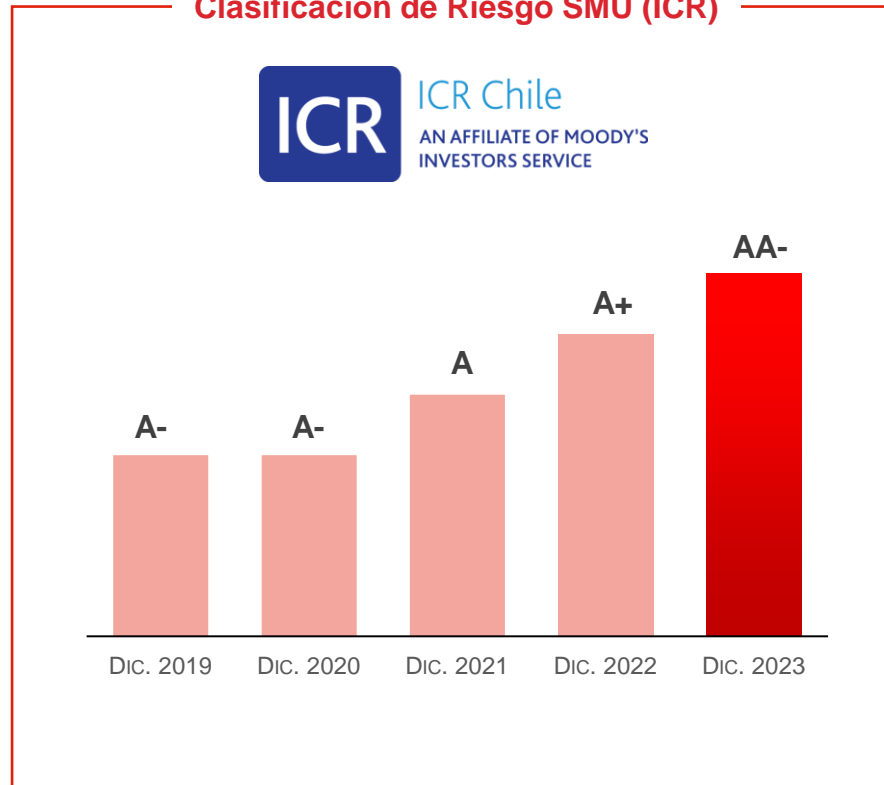


(1) Pro forma incluye colocación de bonos serie AS b (UF 2.000.000; 4,14%) el 10 de julio de 2024.

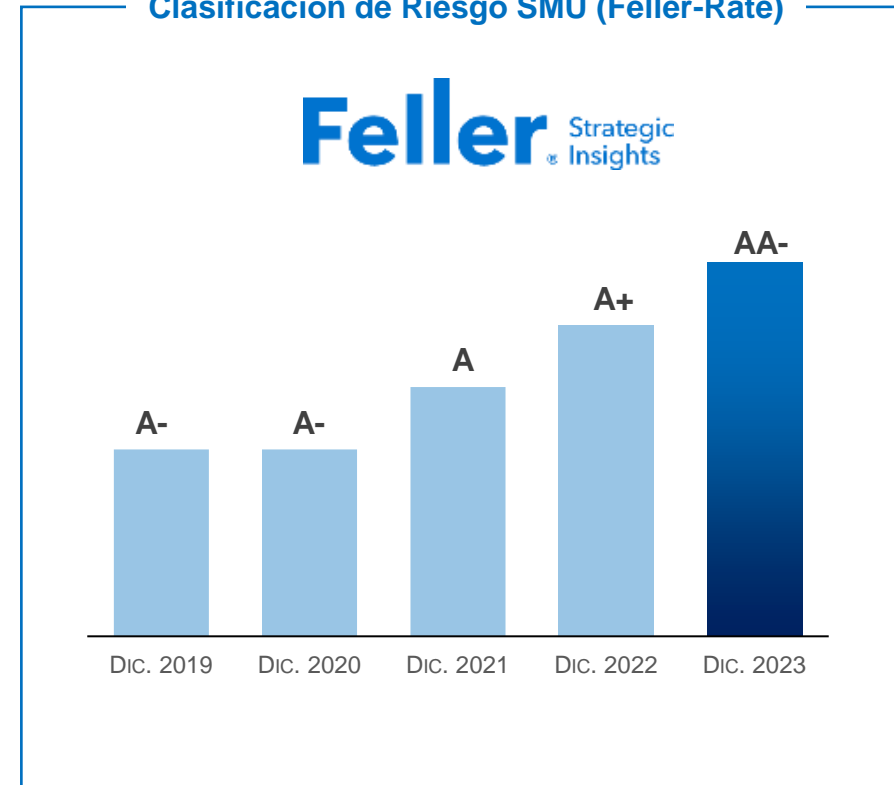
Posición Financiera

En 2023, por tercer año consecutivo, **SMU obtuvo una mejora en su clasificación de riesgo, alcanzando la categoría AA-**

Clasificación de Riesgo SMU (ICR)

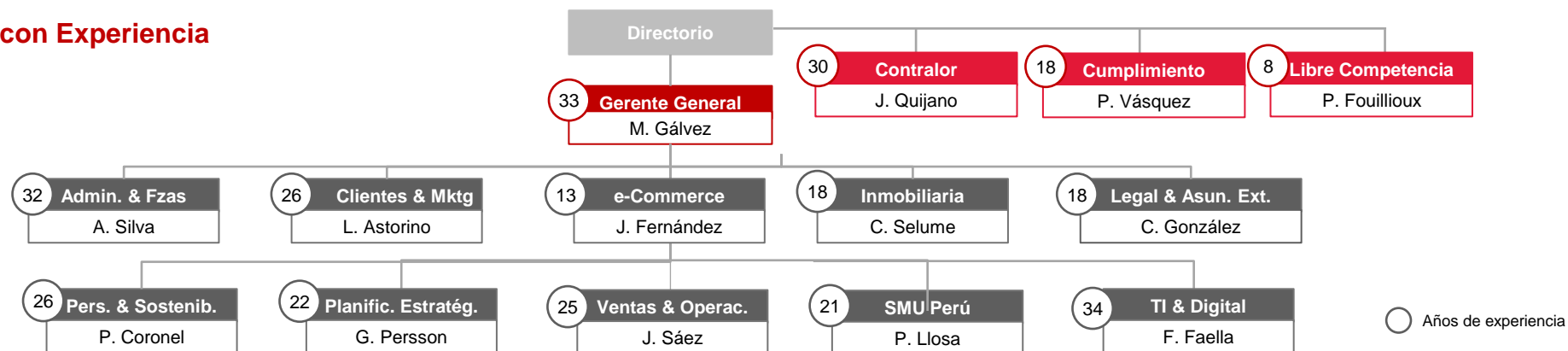


Clasificación de Riesgo SMU (Feller-Rate)

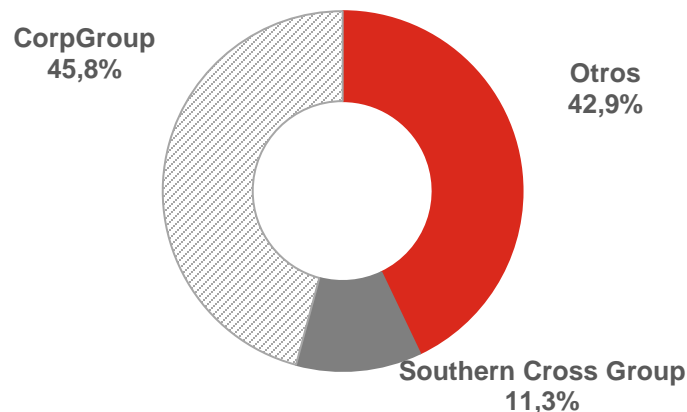


Administración con experiencia y directorio comprometido, con amplio expertise de la industria

Administración con Experiencia



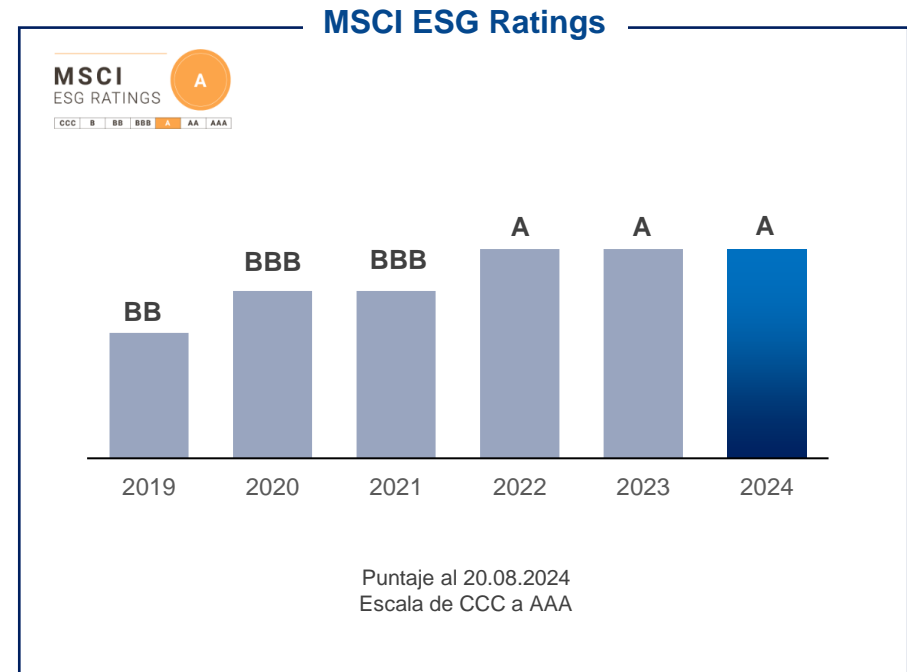
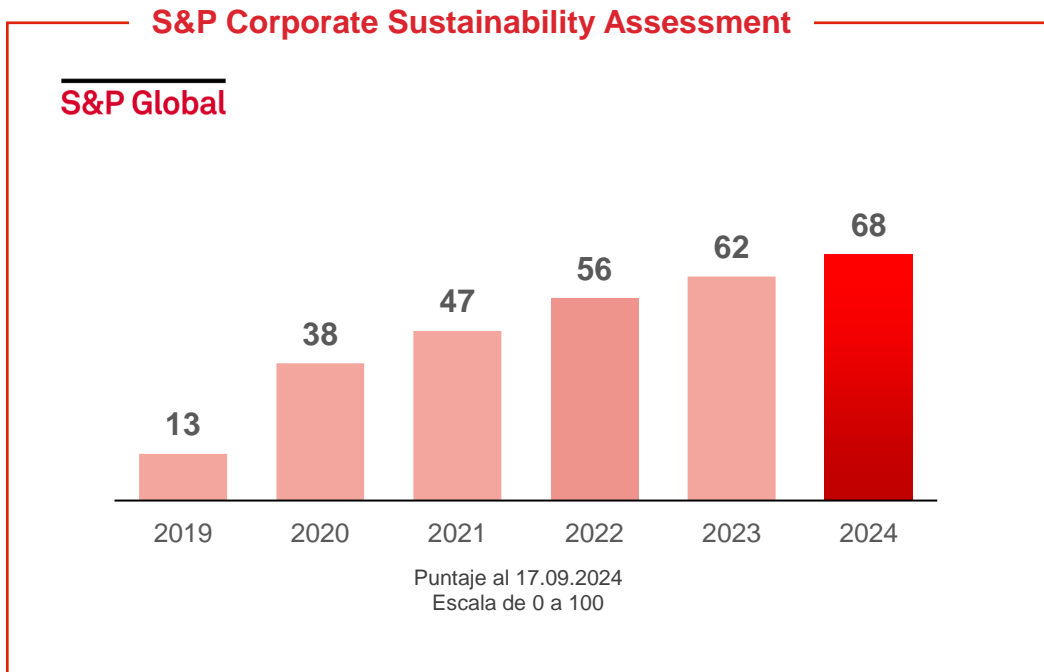
Estructura de Propiedad (30.09.2024)



Directorio: Expertise en Diversas Industrias

Nombre	Cargo	Experiencia en Sectores
Pilar Dañobeitia E.	Presidenta	Multisector
Francisca Saieh G.	Vicepresidenta	Marketing & Diseño Consumidor
Alejandro Álvarez A.	Director	Legal
Abel Bouchon S.	Director	Consumer & Retail
Alejandro Danús Ch.	Director Independiente	Multisector
Fernando Del Solar C.	Director	Consumer & Retail
Enrique Gundermann W.	Director Independiente	Consumer & Retail
Andrés Olivos B.	Director	Consumer & Retail
Raúl Sotomayor V.	Director	Multisector

Hemos fortalecido nuestro desempeño y transparencia en materia ESG, mejorando nuestros puntajes



Presentación Corporativa SMU S.A.

Octubre 2024

