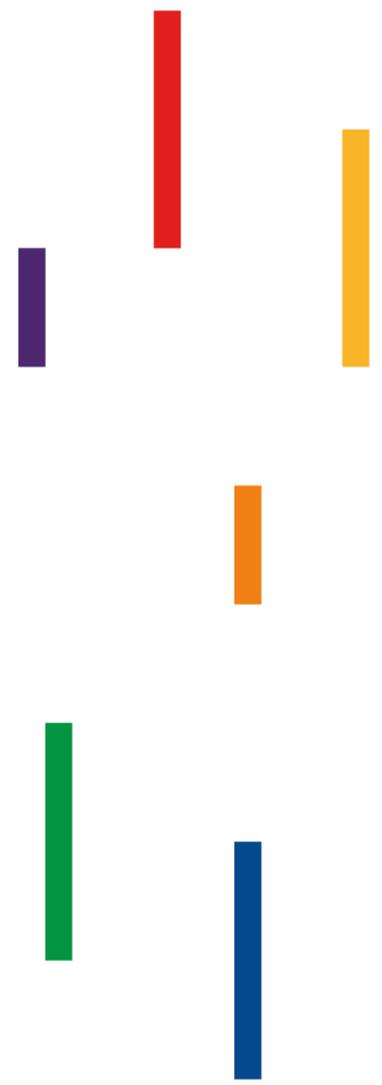


Presentación Corporativa SMU S.A.

Marzo 2024



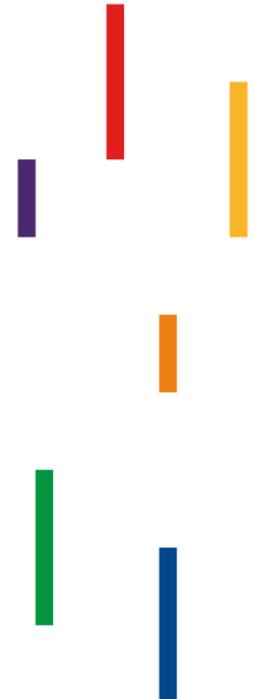


DISCLAIMER

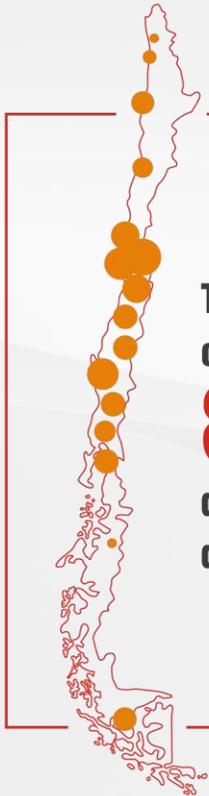
Esta presentación contiene proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera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

de las ventas
Industria defensiva con foco en alimentos



+10 MM
Profundo conocimiento de sus clientes



23 MIL
colaboradores

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

UNIMARC.cl

SUPERMERCADO TRADICIONAL

FOCO EN PROXIMIDAD Y REPOSICIÓN

67% DE INGRESOS

292 LOCALES

PROMEDIO 1.200 M²



MAYORISTA 10/ SUPER10

ECONÓMICO/SOFT DISCOUNT

FOCO EN PRECIO Y ABASTECIMIENTO

17% DE INGRESOS

64 LOCALES

PROMEDIO 1.300 M²



ALVI

Alvi.cl

MAYORISTA

CLUB MAYORISTA, FOCO EN REPOSICIÓN

14% DE INGRESOS

34 LOCALES

PROMEDIO 1.400 M²



**maxi
ahorro**



Mayorsa

¡COMPRA MÁS, AHORRA MÁS!

SMU PERÚ

SOFT DISCOUNT / MAYORISTA

FOCO EN PRECIO Y ABASTECIMIENTO

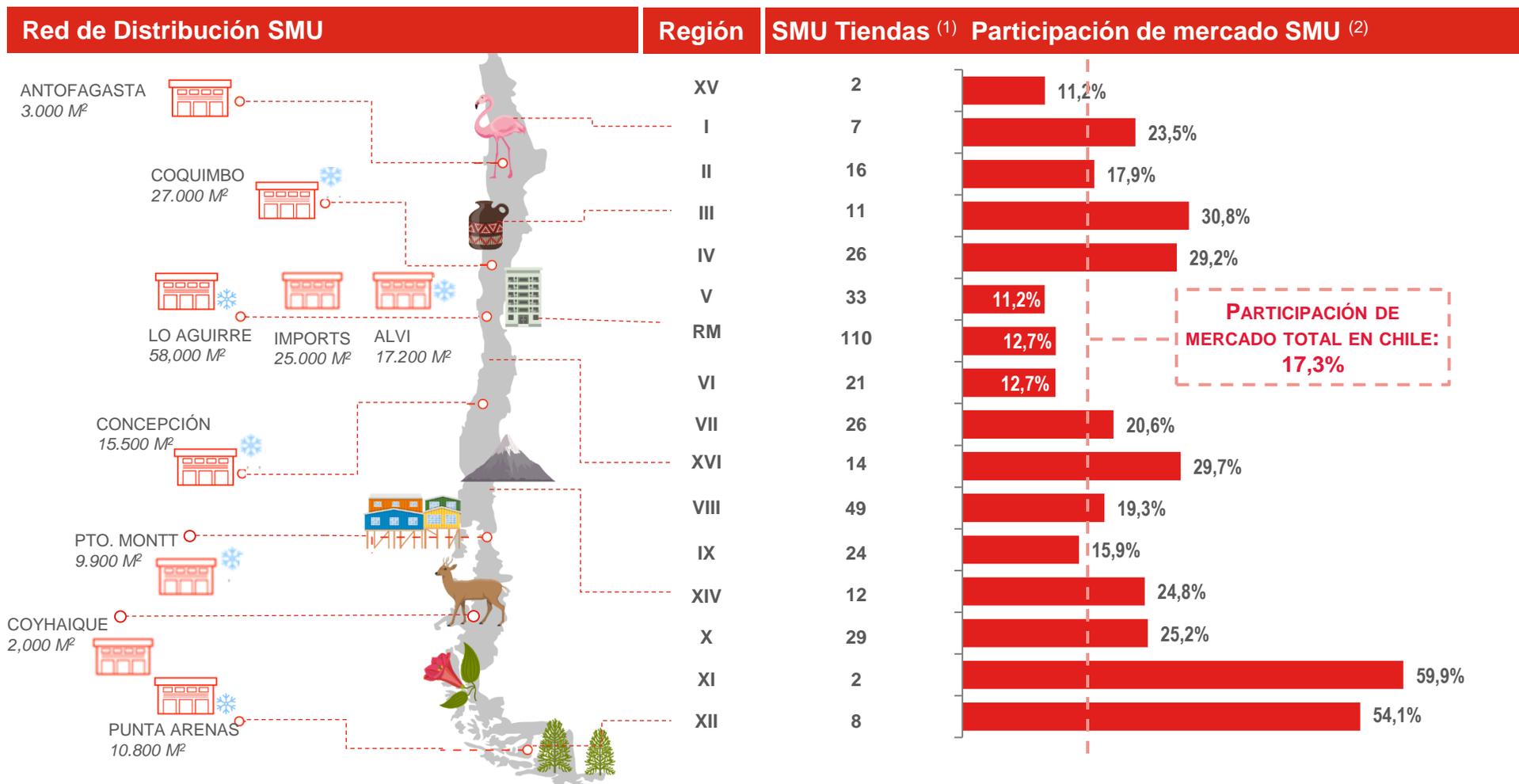
2% DE INGRESOS

30 LOCALES

PROMEDIO 700 M²

SMU Hoy Cobertura Geográfica

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



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!



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 **Hasta 30%* dcto.** EN PASAJES NACIONALES E INTERNACIONALES **JetsSMART** ¡APROVECHA ALTIRO!

¿Y SI COMEDOS ALGO RICO? ¡altiro!

Desde 20%* dcto. RESTAURANTES SELECCIONADOS

20%* dcto. De lunes a jueves en todo el país. Descuento \$30.000

20%* dcto. TOLOLO PRIMERA EXPERIENCIA

DISFRUTA TAMBIÉN ESTOS RESTAURANTES

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

Club ALVI MAYORISTA

Crecimiento + Integración
2007-2013

Ubicaciones Premium

Expansión a Nuevos Formatos

Cobertura Nacional

Crecimiento Orgánico e Inorgánico

RESULTADO NETO

2013
CLP (531)
MMM

Optimización + Eficiencia
2014-2016

Fortalecimiento Comercial

Eficiencia Operacional

Fortalecimiento Financiero

2016
CLP 12 MMM

Crecimiento + Rentabilidad
2017-2019 2020-2022

Experiencia del Cliente

Eficiencia Operacional

Excelencia Organizacional

Sostenibilidad

Desarrollo Tecnológico

Fortalecimiento Financiero

2019
CLP 35 MMM

Crecimiento Omnicanal

- 19 tiendas nuevas + 43 remodelaciones
- Lanzamientos Soft Discount + Unimarc.cl

Experiencia del Cliente

- Desarrollo **marcas propias**: 14 marcas especializadas; 1.500 SKUs
- Análítica avanzada** para mejorar promociones y surtido

Eficiencia y Productividad

- Disponibilidad de productos** (modelo operativo eficiente; nueva herramienta de planificación de demanda)
- Eficiencia logística** (voice picking, TMS)

Organización Comprometida y Sostenible

- Apoyo PYMEs regionales
- No desperdicio de alimentos
- Medición y gestión huella carbono

2022 (1)
CLP 111 MMM

(1) Excluye impacto de la venta de OK Market

CONTENIDOS

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

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.



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

Nuevas Aperturas

- Total de 58 nuevas aperturas planeadas para 2023-2025



26



9



8



15

Tiendas Montserrat

- Nuevas aperturas incluyen tiendas anteriormente operadas por la cadena Montserrat
- Inversión con un retorno más alto que una tienda completamente nueva
 - Crecimiento en las regiones Metropolitana y Valparaíso
 - A través de la estrategia multiformato podemos convertir 21 ubicaciones en 23 tiendas, combinadas en Unimarc/Alvi

Conversiones y Remodelaciones

- Convertir 14 M10 tiendas en S10



- Remodelar 78 tiendas Unimarc & Alvi



75



3

Crecimiento Omnicanal – Consolidar la oferta de e-commerce, mejorando la experiencia de compra y la rentabilidad



Mejorar Experiencia Cliente

- Mejorar precisión, completitud, y on-time de entregas (**Micro Fulfillment Center**).
- Ofrecer más opciones de entrega (**Click & Collect**) y ampliar el surtido de productos
- Continuar con las mejoras UX/UI de la plataforma

Foco en Rentabilidad

- Capturar nuevos clientes y aumentar la recurrencia de los existentes.
- Oportunidades de monetización.
- Optimizar costos de preparación y despachos de pedidos.
- Profundizar alianzas a largo plazo.

Experiencia del Cliente – Satisfacer las necesidades del cliente mediante la personalización y la mejora del surtido de productos.

Fidelidad de Clientes

- Expandir personalización para aumentar ventas incrementales.



unidata dunnhumby

- Agregar valor para clientes y proveedores, mediante negocios de retail media.

unimedios
powered by dunnhumby

Marcas Propias

- Nuevas marcas y productos que satisfacen las necesidades de los clientes, incluyendo:
 - Salud y Bienestar
 - Indulgencia, date un gusto.
- Promover el uso de empaques amigables con el medioambiente.



Productos Frescos

- Expandir la metodología 360° a categorías adicionales de productos frescos que son muy relevantes para la experiencia del cliente.



Eficiencia & Productividad: Optimización e innovación para mejorar la experiencia del cliente mientras se controlan los gastos operacionales

Eficiencia en Sala

- Expandir el modelo operativo, con una reposición más eficiente y una distribución más frecuente (*148 tiendas a Dic. 2023*)
- Implementar equipamiento de autoservicio (check-outs y balanzas) en más tiendas
- Extender el nuevo sistema de tesorería digital, ahorrando tiempo en los procesos de tesorería manual y reduciendo la frecuencia de servicios de transporte de valores

Eficiencia Logística

- Expandir red de distribución para apoyar el crecimiento orgánico y la estrategia multiformato
 - +40% M2 en Chile
 - +120% M2 en Perú
- Expandir el uso de tecnologías que conllevan a la productividad y disponibilidad
 - Planificación de demanda
 - Voice Picking
 - Nuevo centro de distribución automático y multiformato

Eficiencia Energética

- Aumentar la energía proveniente de fuentes renovables. (*12% en 2023 vs 3% en 2022*)
- Implementar y certificar sistemas de control de energía (*Implementado en el 100% de las instalaciones de SMU en Chile*)



- Vehículos eléctricos en la cadena de suministros (*2% de los envíos desde los CDs a las tiendas en 2023*)



Organización comprometida y sostenible: Continuar impulsando iniciativas que promuevan prácticas sostenibles a través de nuestras operaciones, cubriendo los diferentes pilares de nuestro modelo de sostenibilidad.

Diversidad e Inclusión

- Fortalecer alianzas con organizaciones que promuevan diversidad e inclusión, como *Teletón, Fundación Las Rosas, Fundación Descúbreme, y otras*
- En 2022 - 2023, certificamos nuestro sistema de gestión de equidad de género para la oficina central de SMU Chile y la operación logística de Santiago.



Valor Compartido

- **Programa 100% Nuestro:** Fortalecer el Desarrollo de proveedores locales pequeños a través de ruedas de negocio y capacitaciones
- Mas de 400 proveedores locales pequeños se han visto beneficiados desde el lanzamiento del programa



Medio Ambiente

- **Reducir Desperdicio de Alimentos:** Estrategia incluye surtido adecuado; precisión en planificación de demanda; reducciones de precios (Pronto Consumo); y donaciones
- **Gestión Huella de Carbono:** Medir y certificar la huella, y reducir la intensidad del carbono a través de la eficiencia energética y otras iniciativas



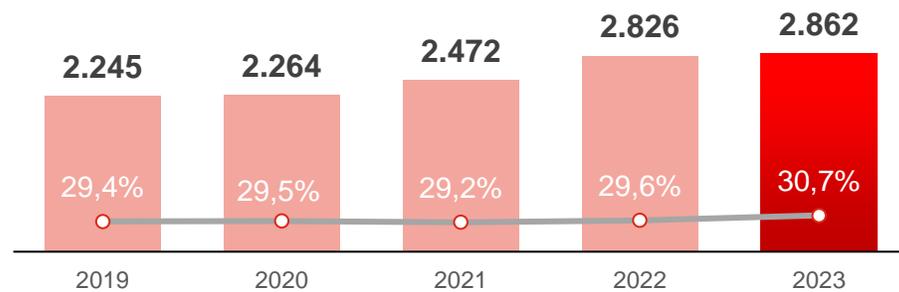
CONTENIDOS

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

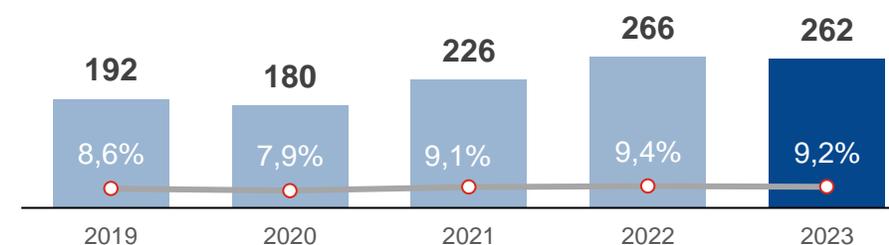
Posición Financiera

Crecimiento consistente en ingresos, ganancia bruta, EBITDA, margen EBITDA y utilidades.

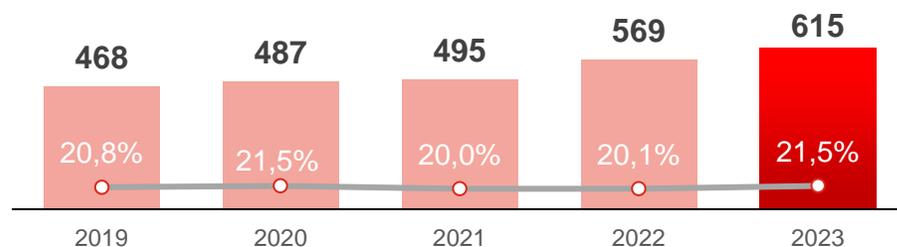
Ingresos y Margen Bruto ⁽¹⁾
(CLP MMM; %)



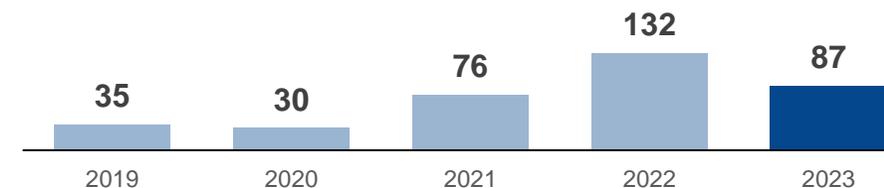
EBITDA y Margen EBITDA ^(1,3)
(CLP MMM; %)



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



Utilidad Neta ⁽⁴⁾
(CLP MMM)

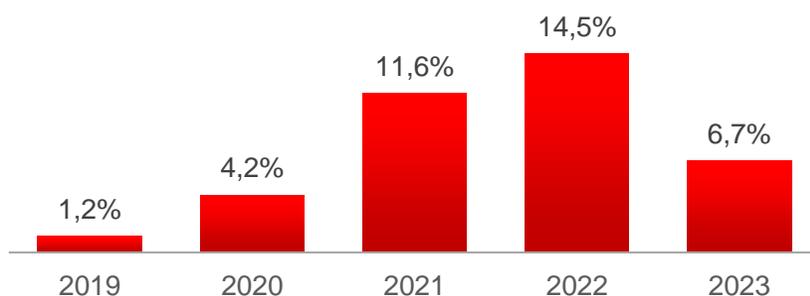


(1) Ingresos, gastos operacionales, y EBITDA excluyen OK Market en todos los períodos.
(2) Gastos Operacionales: Suma de gastos administrativos y de distribución, excluyendo depreciación y amortización.
(3) EBITDA = Margen bruto – gastos administrativos – costos de distribución + depreciación + amortización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

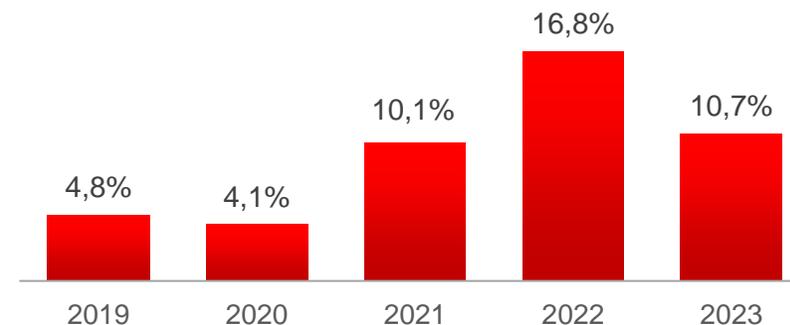
Posición Financiera

... impulsando un incremento significativo en rentabilidad

Rentabilidad por dividendo ⁽¹⁾



Rentabilidad sobre patrimonio ⁽²⁾



Precio Acción SMU vs. IPSA (Base 100)



- Política de dividendos: 75% de la utilidad neta

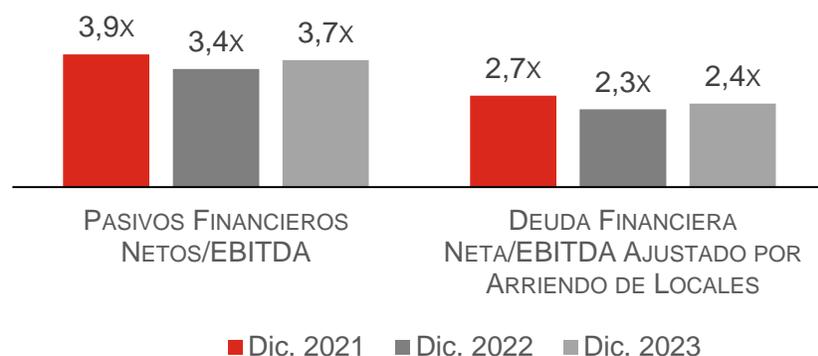
(1) Rentabilidad por Dividendo = Dividendos pagados durante los últimos doce meses / precio de la acción al final del período.

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

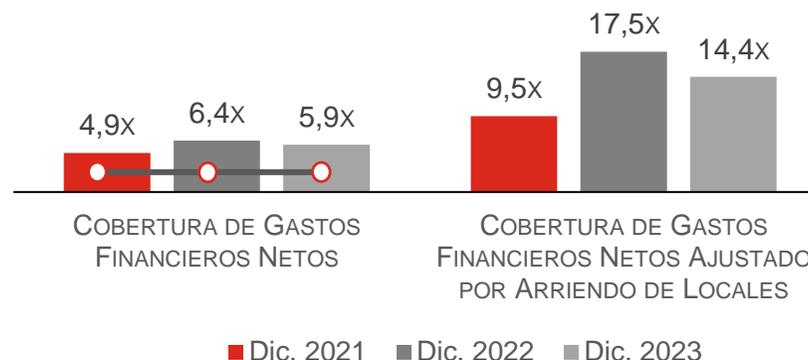
Posición Financiera

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



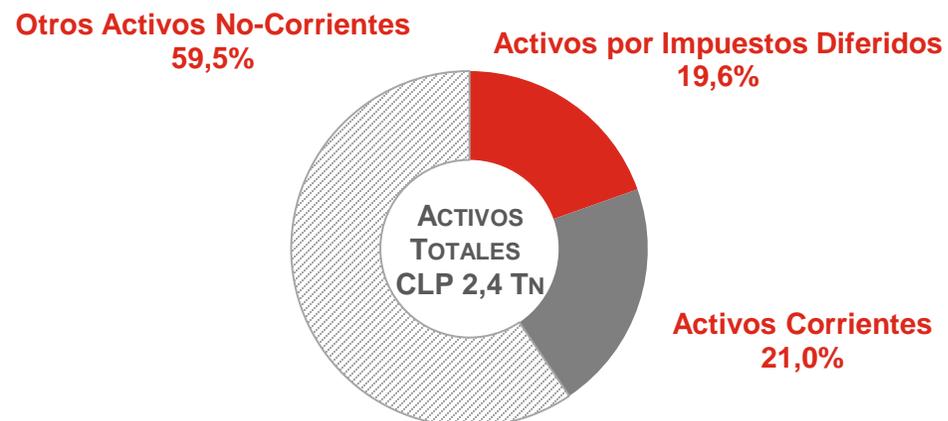
■ Deuda Financiera Neta / Patrimonio —○— Covenant Bonos Locales

- (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)

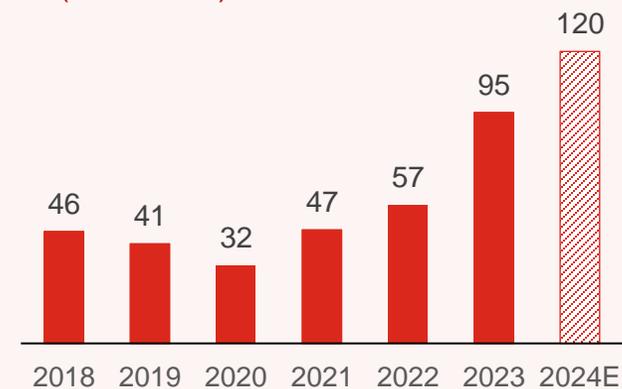
Posición Financiera

...y flexibilidad en la posición de caja de la Compañía, apoyado además por pérdidas fiscales

Pérdidas Fiscales – Dic. 2023



CAPEX (CLP MMM)



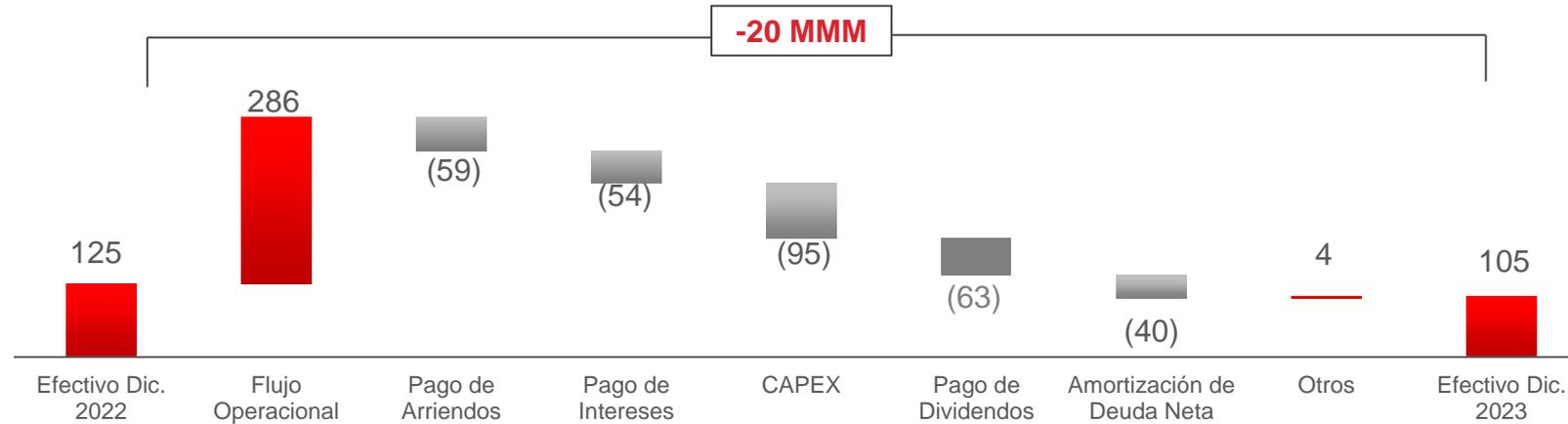
Highlights:

- 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

Capacidad Financiera: Generación de caja permite cumplir obligaciones financieras, financiar CAPEX y pagar dividendos con holgura...

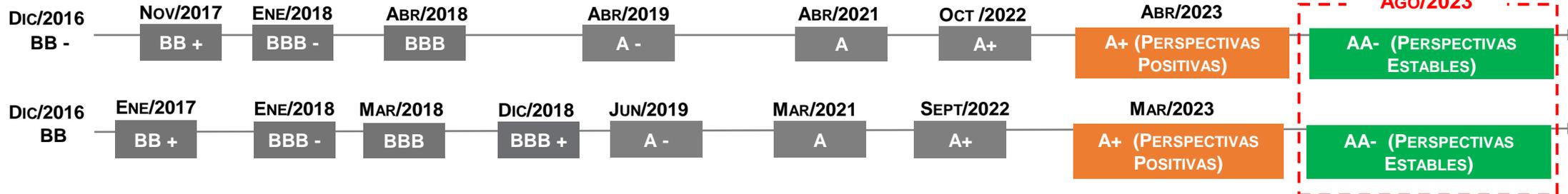
Flujo de Efectivo 2023 (CLP MMM)



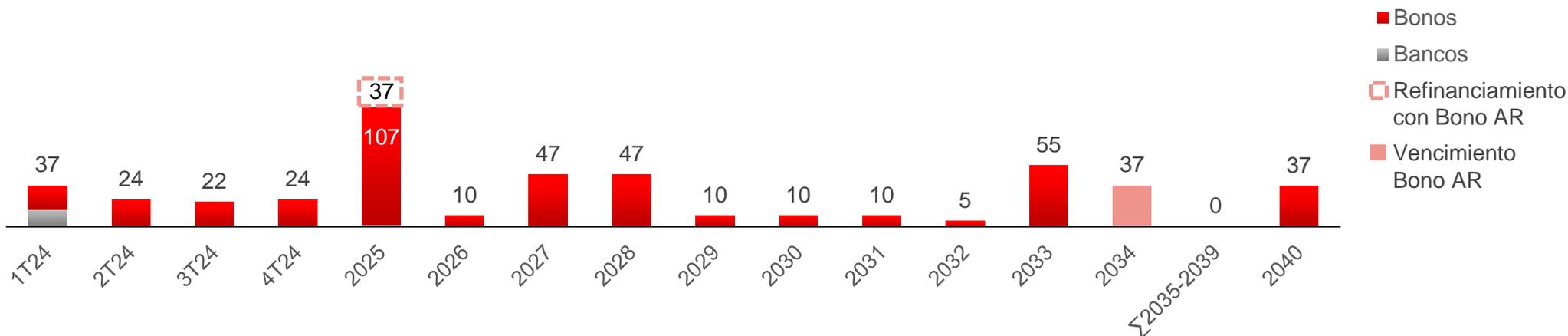
- Saldo de caja a dic. 2023: CLP 105 MMM, menor en 20 MMM vs. dic. 2022, pero muy por sobre el mínimo objetivo (CLP 50 MMM).
 - No incluye el pago del seguro recibido en enero 2024 (52 MMM)
- Usos de efectivo en 2023 incluyen amortizaciones de bonos y deuda bancaria por CLP 40 MMM y capex por CLP 95 MMM (+38 MMM vs 2022)

Posición Financiera

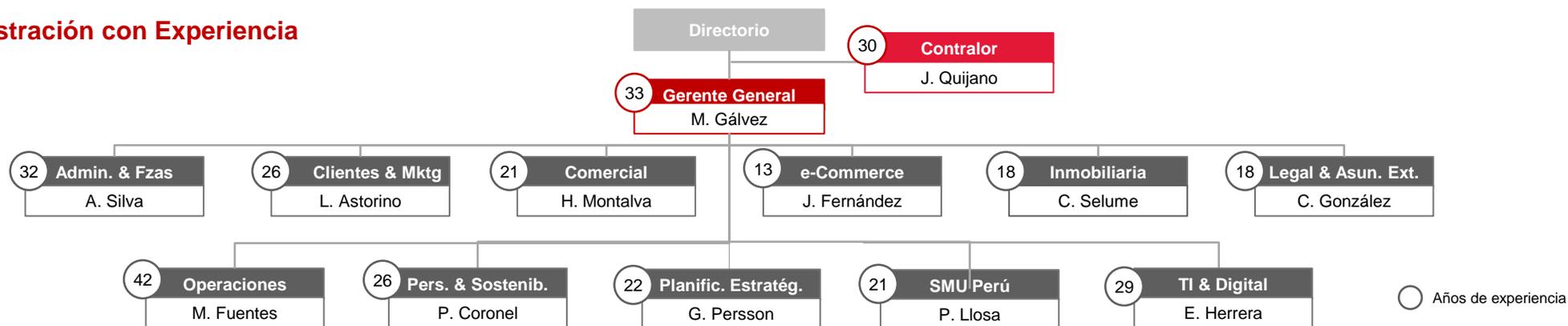
...además de mejoras en la clasificación de riesgo, y un perfil de vencimientos cómodo para los próximos períodos



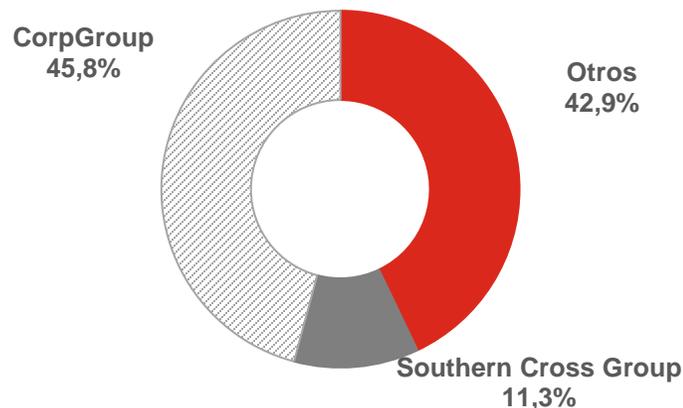
Perfil de vencimientos al 31.12.2023 pro forma (Bonos y Bancos - CLP MMM)



Administración con Experiencia



Estructura de Propiedad (31.03.2024)

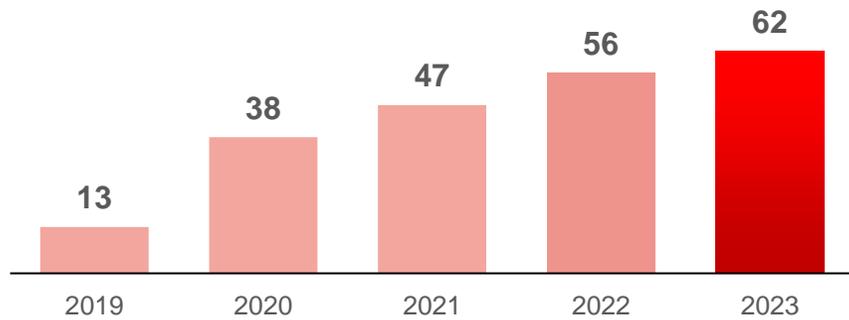


Directorio: Expertise en Diversas Industrias

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
Fernando Del Solar C.	Director	Consumer & Retail
Andrés Olivos B.	Director	Consumer & Retail
Rodrigo Pérez M.	Director Independiente	Financiero & Público
Tina Rosenfeld K.	Directora Independiente	Consumer & Retail
Raúl Sotomayor V.	Director	Multisector

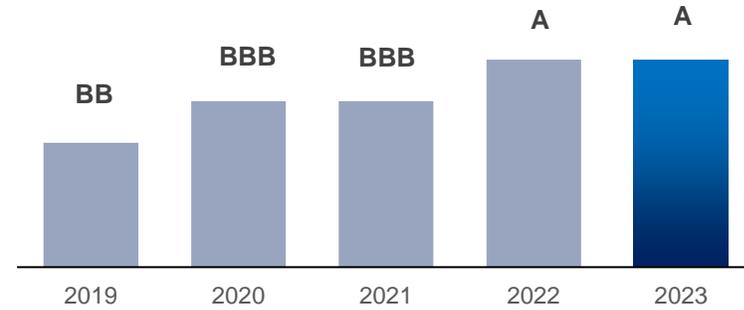
Hemos fortalecido nuestro desempeño y transparencia en materia ESG, mejorando nuestros puntajes

S&P Corporate Sustainability Assessment



Puntaje al 22.01.2024
Escala de 0 a 100

MSCI ESG Ratings



Puntaje al 22.02.2024
Escala de CCC a AAA

Presentación Corporativa SMU S.A.

Marzo 2024

