

# Presentación Corporativa SMU S.A.

Agosto 2024





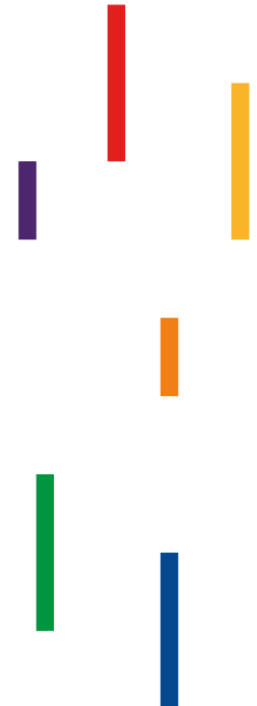
## DISCLAIMER

---

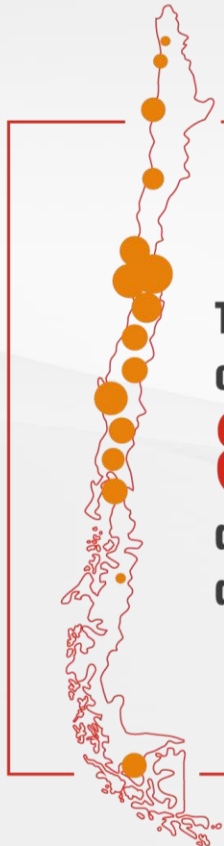
Esta presentación contiene proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera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

**UNIMARC.cl**

SUPERMERCADO TRADICIONAL

FOCO EN PROXIMIDAD Y REPOSICIÓN

67% DE INGRESOS

294 LOCALES

PROMEDIO 1.200 M<sup>2</sup>



**ALVI**

**Alvi.cl**

MAYORISTA

CLUB MAYORISTA, FOCO EN REPOSICIÓN

14% DE INGRESOS

34 LOCALES

PROMEDIO 1.400 M<sup>2</sup>



**MAYORISTA 10/ SUPER10**

ECONÓMICO/SOFT DISCOUNT

FOCO EN PRECIO Y ABASTECIMIENTO

17% DE INGRESOS

65 LOCALES

PROMEDIO 1.300 M<sup>2</sup>



**SMU PERÚ**

SOFT DISCOUNT / MAYORISTA

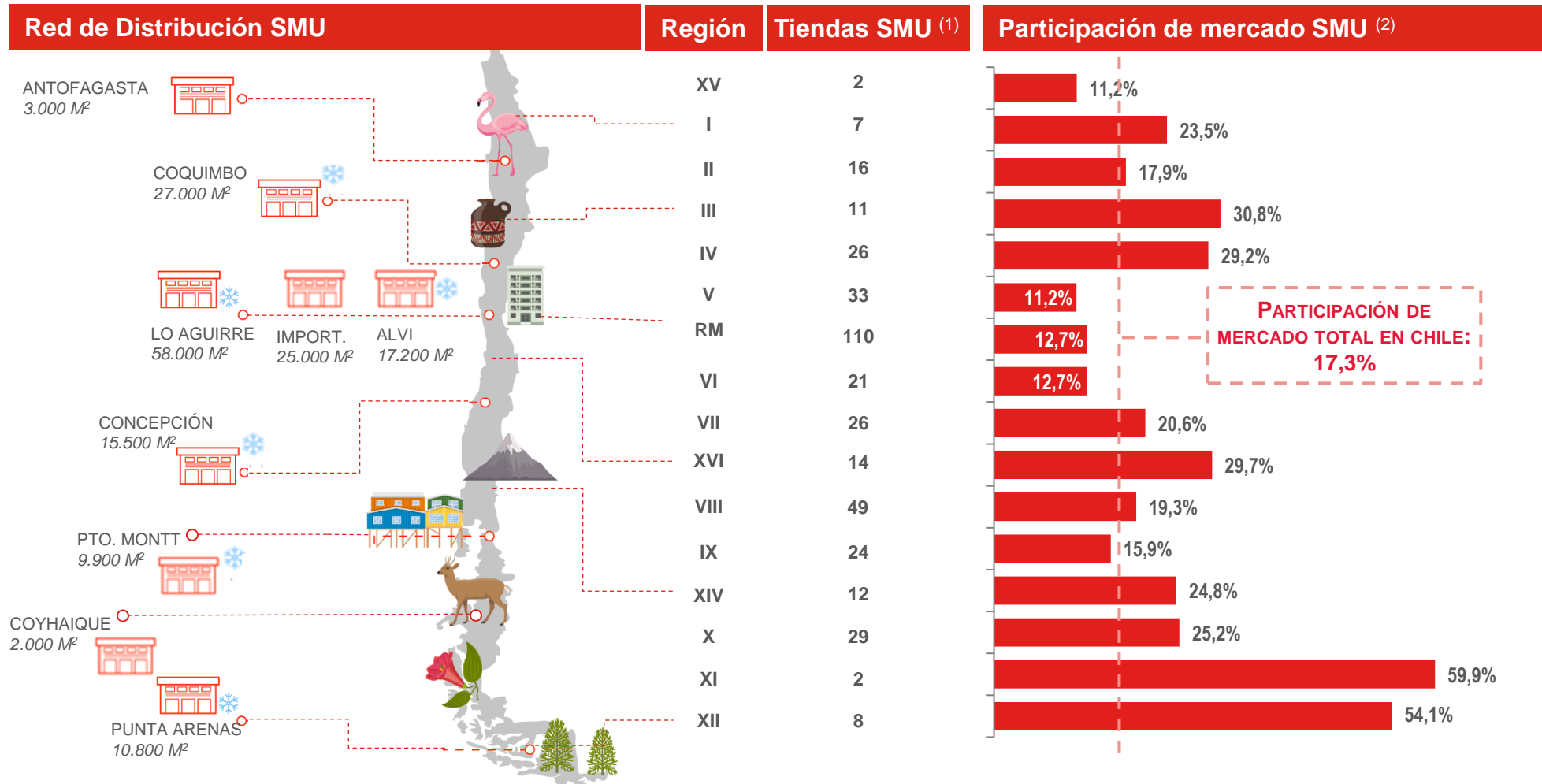
FOCO EN PRECIO Y ABASTECIMIENTO

2% DE INGRESOS

30 LOCALES

PROMEDIO 600 M<sup>2</sup>

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, entretenición y mucho más!



Club UNIMARC

Ahorro y beneficios

¡altiro!

Regístrate en el Club Unimarc y disfruta los descuentos en viajes, restaurantes, entretenición 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 ALTIRO!

¿Y SI COMEMOS ALGO RICO? ¡altiro!

Nuevo beneficio!

Desde 20%\* dcto. RESTAURANTES SELECCIONADOS

20%\* dcto. Desde \$100.000 en restaurantes seleccionados. Descuento \$30.000

20%\* dcto. TOLOLO Desde \$100.000 en restaurantes seleccionados. Descuento \$30.000

DISFRUTA TAMBIÉN ESTOS RESTAURANTES

¡APROVECHA ALTIRO!

DESCUBRE ESTAS OFERTAS CLUB UNIMARC ¡altiro!

**BAJA LA APP Y AHORRA MÁS PARA TU NEGOCIO**

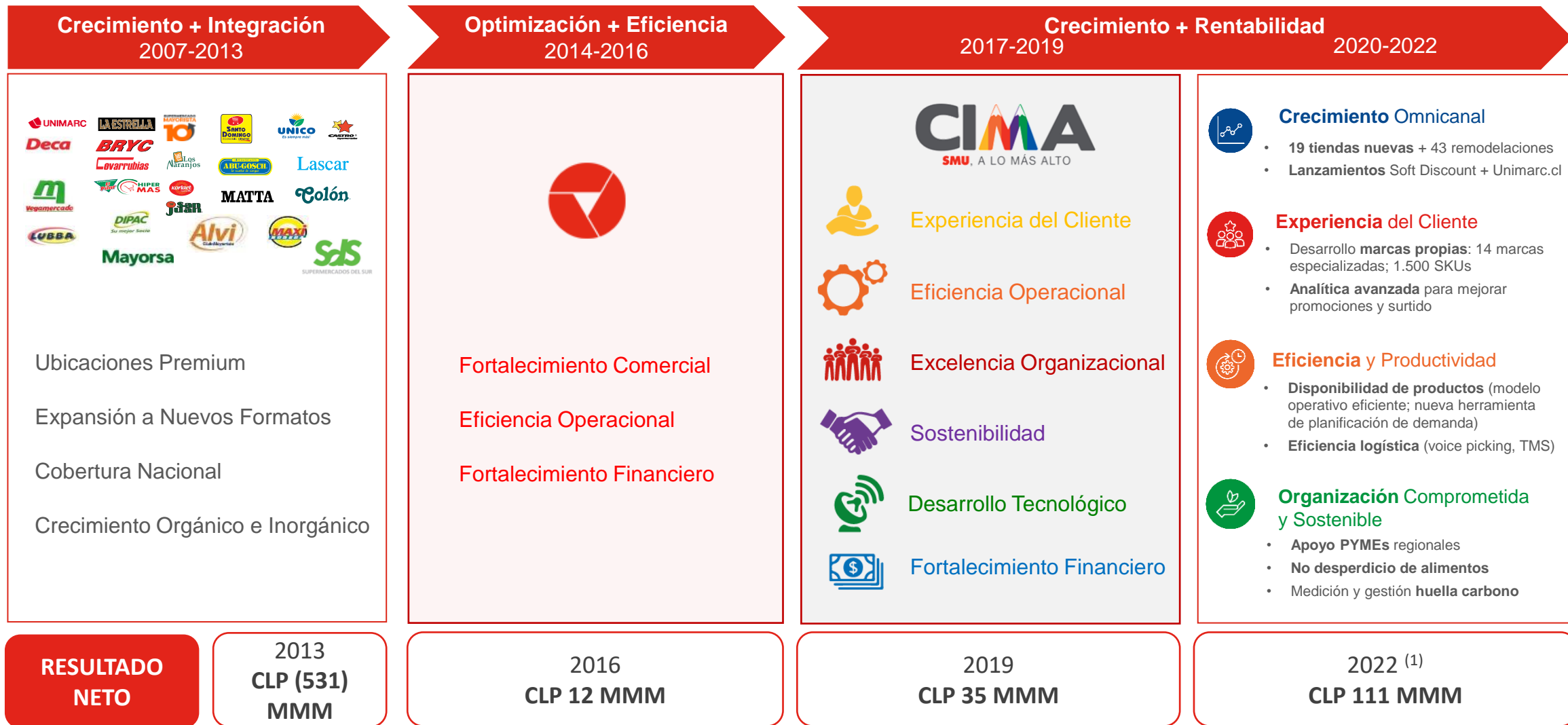
Descuento en lo que **TU** siempre compras.

MÁS promociones al alcance de tu mano.

DESCARGALA GRATIS EN

App Store Google Play

Club ALVI MAYORISTA



(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



## 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 (*150+ tiendas a Jun. 2024*)
- 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 operadas por SMU Chile en 2023 y certificado en febrero 2024*)



- Vehículos eléctricos en la cadena de suministros (*4% de despachos desde CDs a tiendas en 1S24 vs. 2% 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

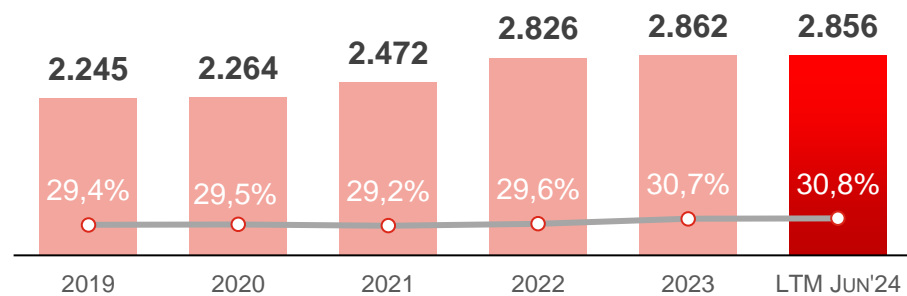
1. Resumen
2. Estrategia de la Compañía
3. **Información Financiera**



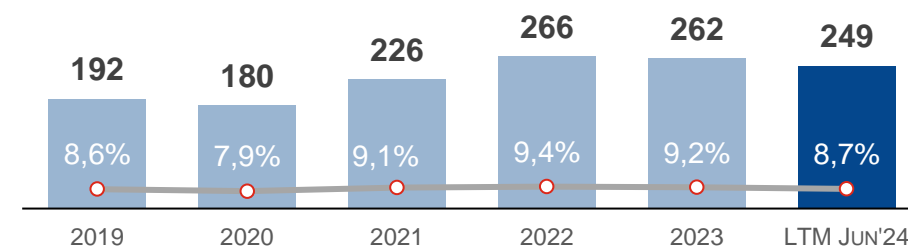
## Posición Financiera

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

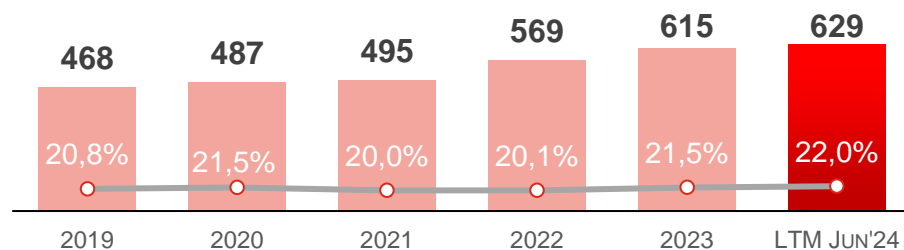
**Ingresos y Margen Bruto** <sup>(1)</sup>  
(CLP MMM; %)



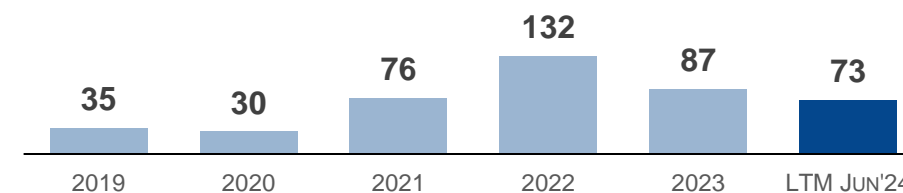
**EBITDA y Margen EBITDA** <sup>(1,3)</sup>  
(CLP MMM; %)



**Gastos Operacionales y Margen OPEX** <sup>(1,2)</sup>  
(CLP MMM; %)



**Utilidad Neta** <sup>(4)</sup>  
(CLP MMM)

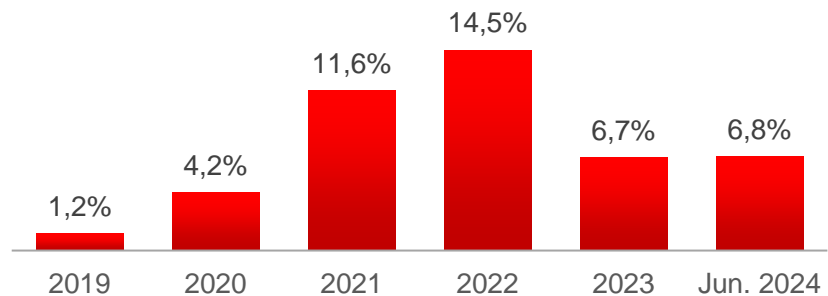


(1) Ingresos, gastos operacionales, y EBITDA excluyen OK Market en todos los períodos.  
 (2) Gastos Operacionales: Suma de gastos administrativos y de distribución, excluyendo depreciación y amortización.  
 (3) EBITDA = Margen bruto - gastos administrativos - costos de distribución + depreciación +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

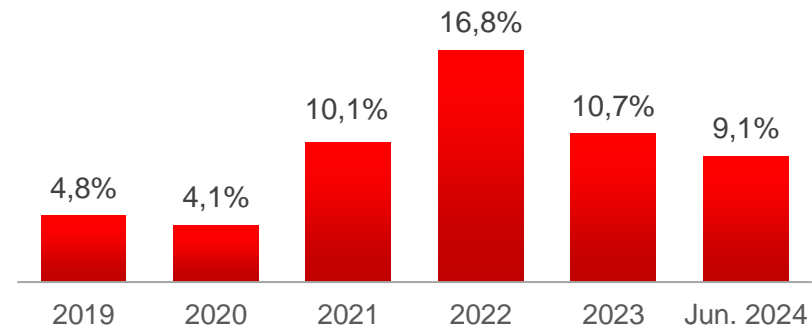
## Posición Financiera

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

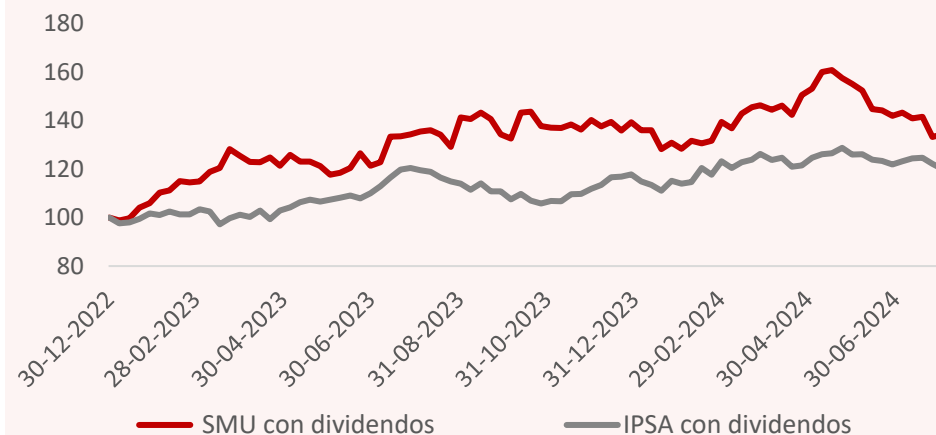
### Rentabilidad por Dividendo <sup>(1)</sup>



### Rentabilidad sobre Patrimonio <sup>(2)</sup>



### Precio Acción SMU vs. IPSA (Base 100)



- Política de dividendos: 75% de la utilidad neta

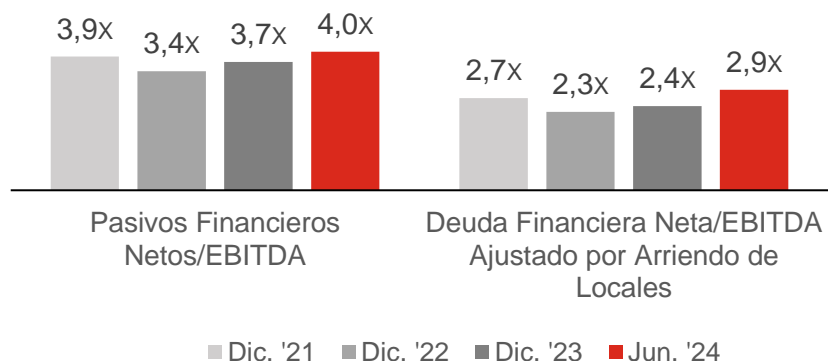
(1) Rentabilidad por Dividendo = Dividendos pagados durante los últimos doce meses / precio de la acción al final del período.

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

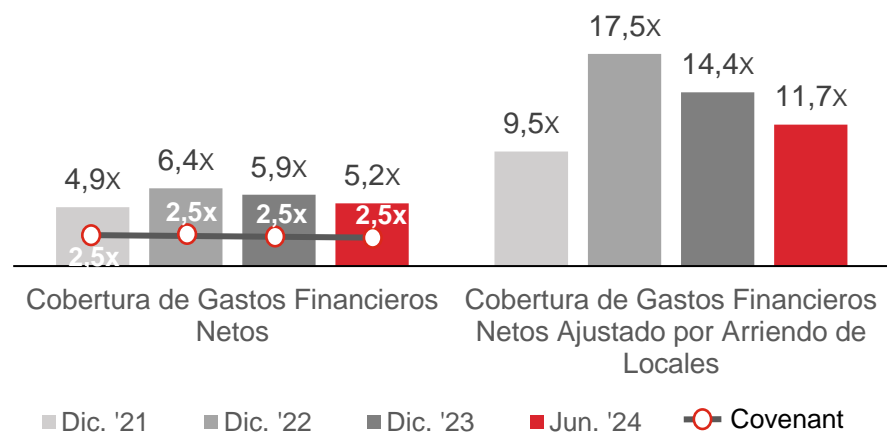
## Posición Financiera

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

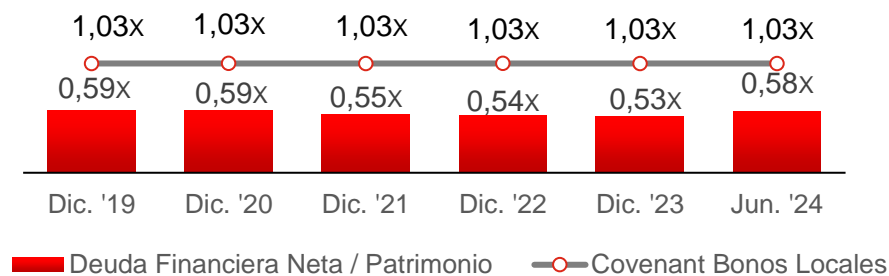
### Deuda Financiera Neta / EBITDA



### Cobertura de Gastos Financieros Netos

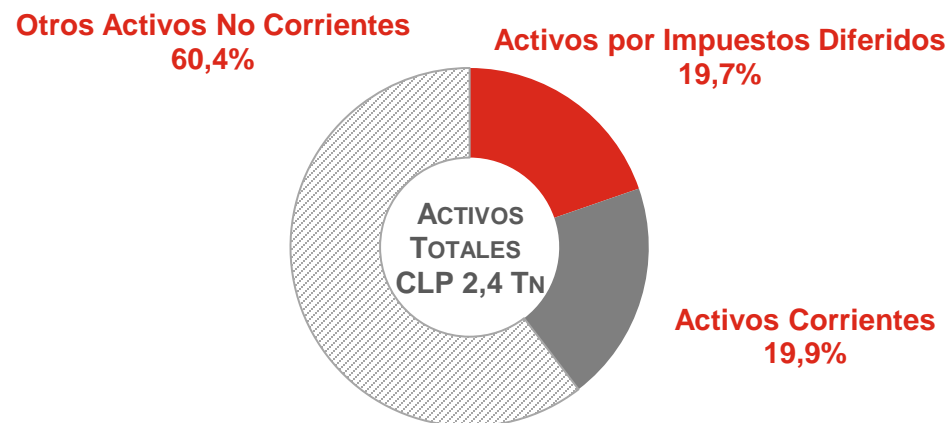


### Deuda Financiera Neta / Patrimonio

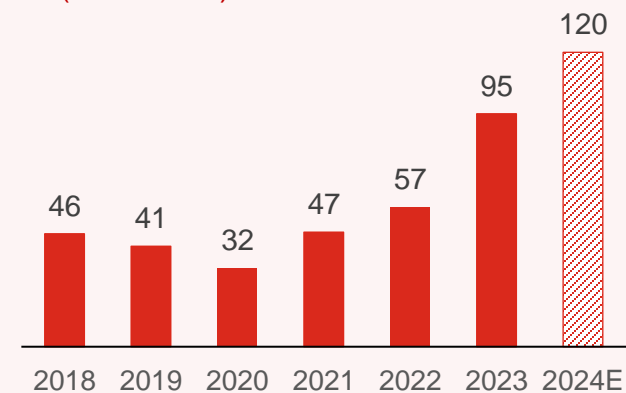


- (1) Pasivo financiero neto= otros pasivos financieros corrientes y no corrientes - efectivo y equivalentes
- (2) Deuda financiera neta = Pasivos financieros totales corrientes y no corrientes menos contratos de arrendamiento que califican como leasing financiero corrientes y no corrientes menos efectivo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



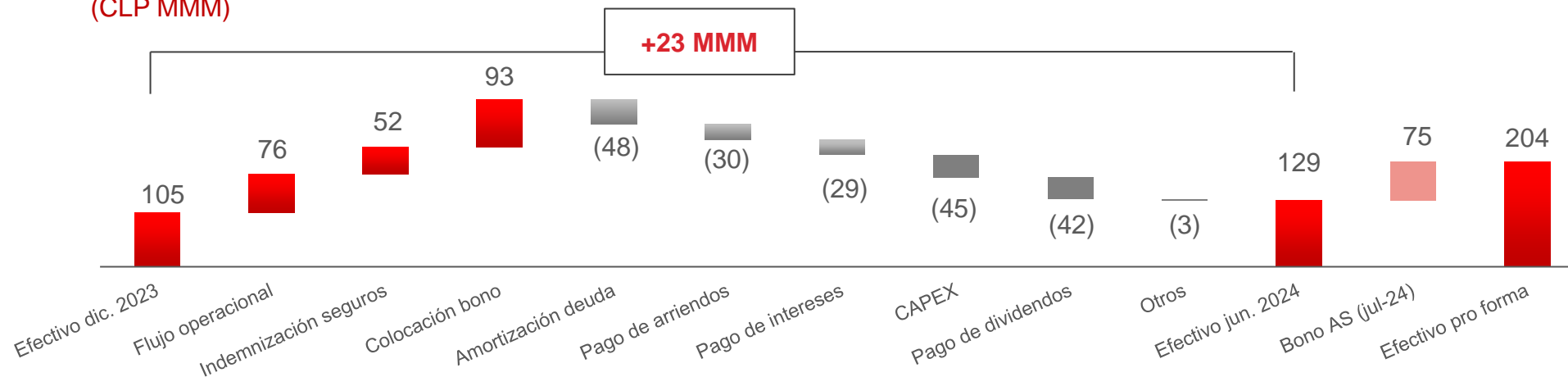
Highlights:

- 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

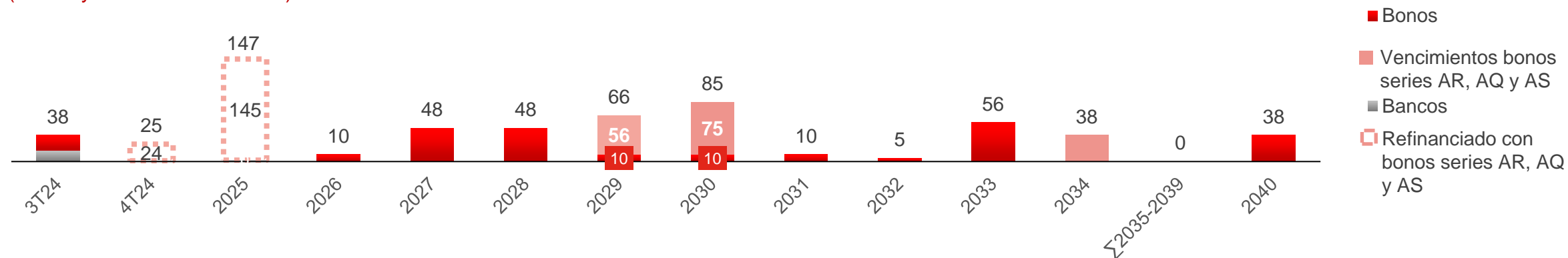
**Sólida posición de caja** permite cumplir obligaciones financieras, financiar CAPEX y pagar dividendos con holgura, sumado a colocaciones de bonos que dejan un **perfil de vencimientos cómodo** para los próximos años

**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 <sup>(1)</sup>**  
(Bonos y bancos - CLP MMM)

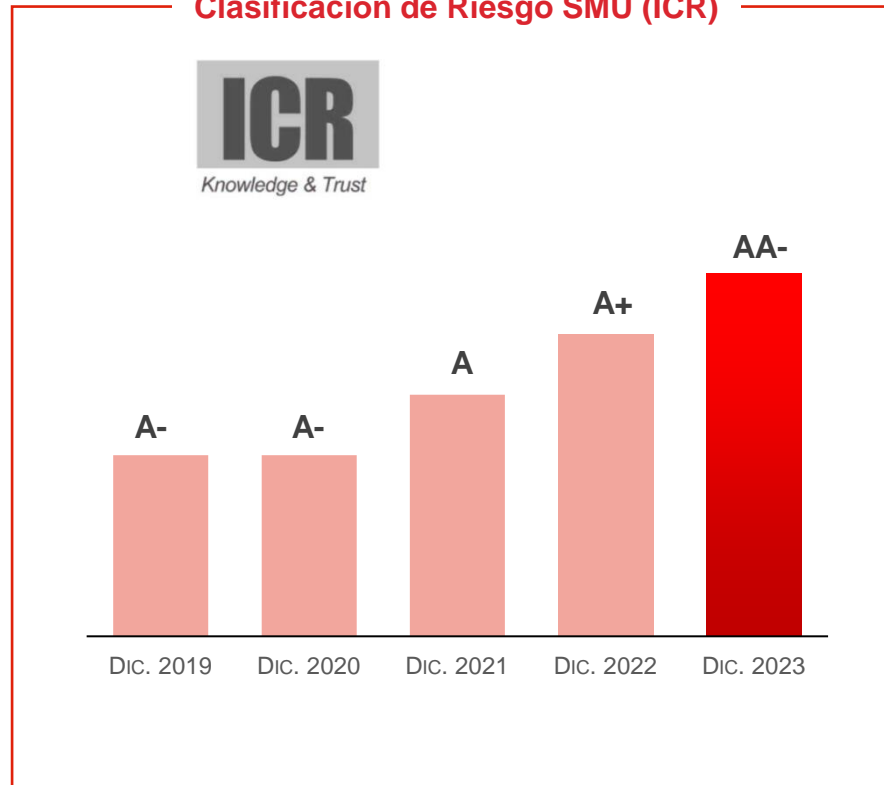


(1) Pro forma incluye colocación de bonos serie AS b (UF 2.000.000; 4,14%) el 10 de julio de 2024.

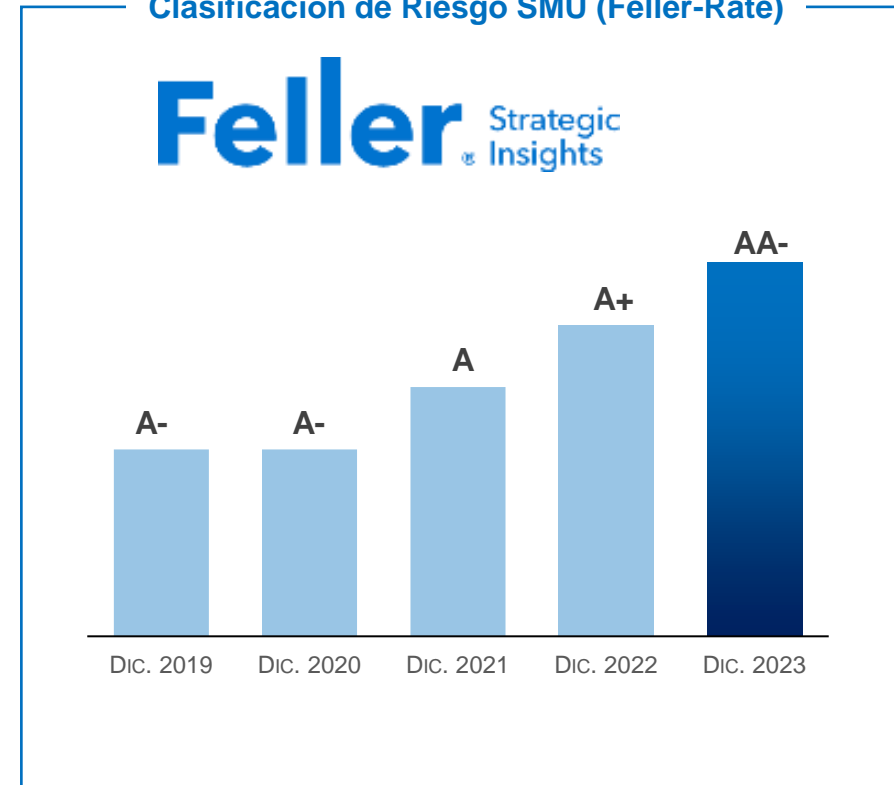
## Posición Financiera

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

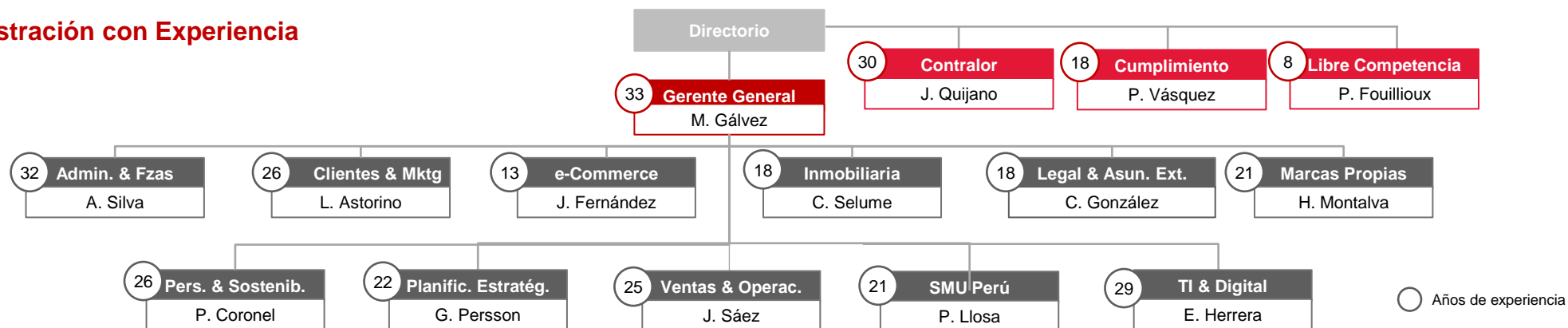
Clasificación de Riesgo SMU (ICR)



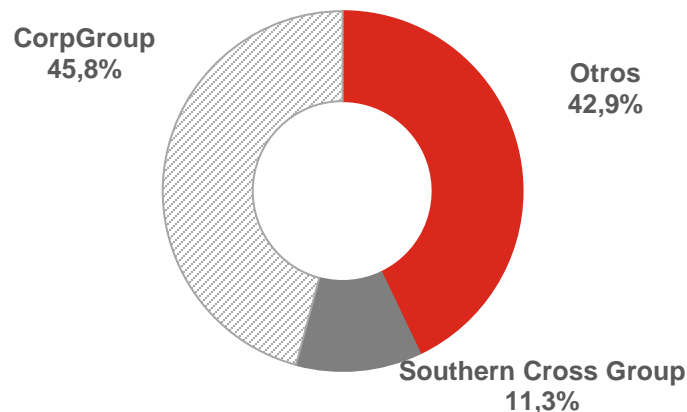
Clasificación de Riesgo SMU (Feller-Rate)



Administración con Experiencia



Estructura de Propiedad (31.07.2024)

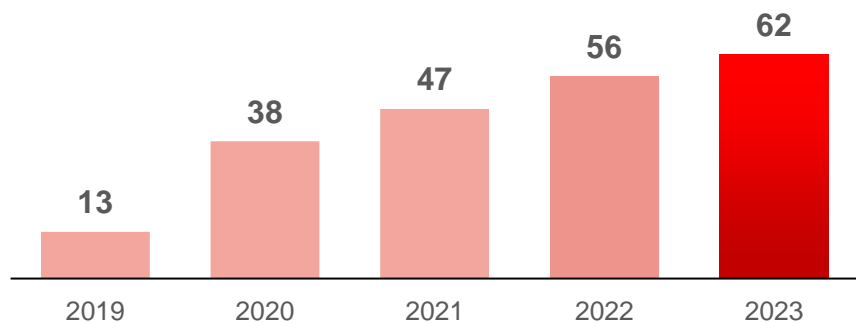


Directorio: Expertise en Diversas Industrias

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

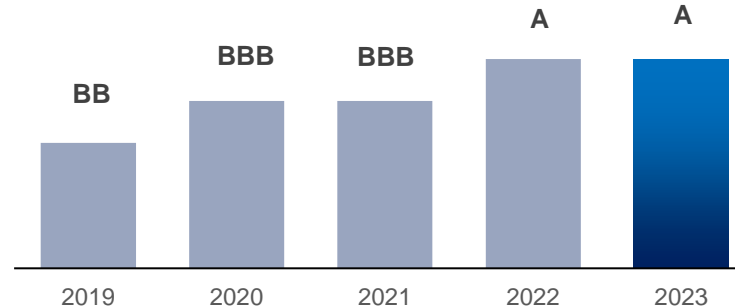
Hemos fortalecido nuestro desempeño y transparencia en materia ESG, mejorando nuestros puntajes

**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.

Agosto 2024

