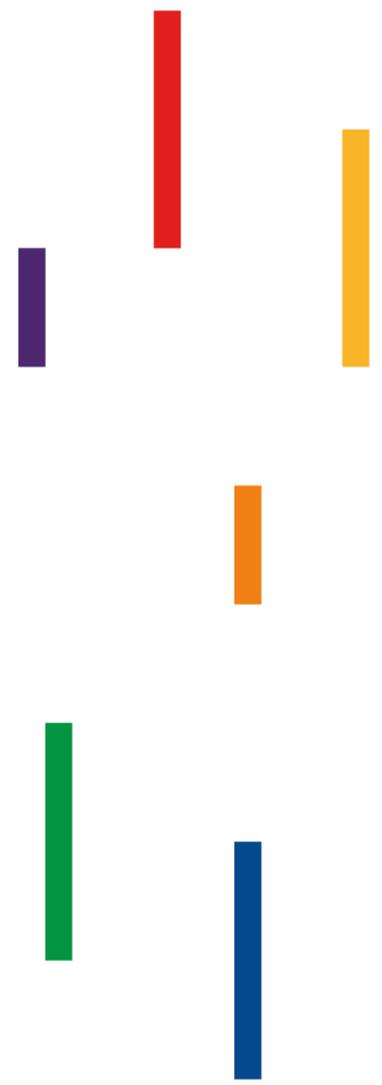


# Presentación Corporativa SMU S.A.

Noviembre 2024





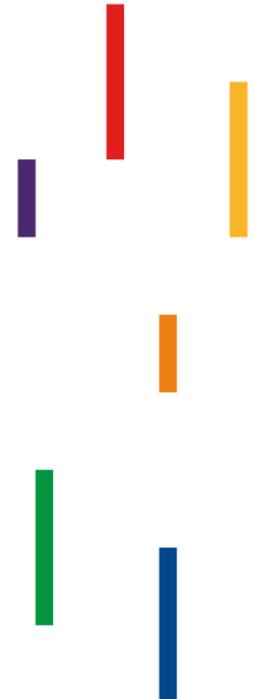
## DISCLAIMER

---

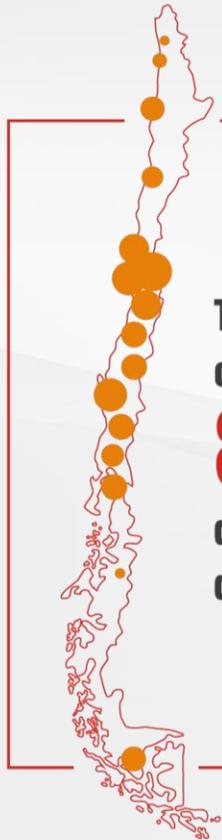
Esta presentación contiene proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera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

M<sup>2</sup> Promedio

**6.500**

SKUs Promedio

Soft discount (precio y abastecimiento)

**67**

Locales

**17%**

De los Ingresos

**1.300**

M<sup>2</sup> Promedio

**3.400**

SKUs Promedio

Club mayorista; foco en reposición

**35**

Locales

**14%**

De los Ingresos

**1.400**

M<sup>2</sup> Promedio

**3.200**

SKUs Promedio

Soft discount/ mayorista (precio y abastecimiento)

**30**

Locales

**2%**

De los Ingresos

**600**

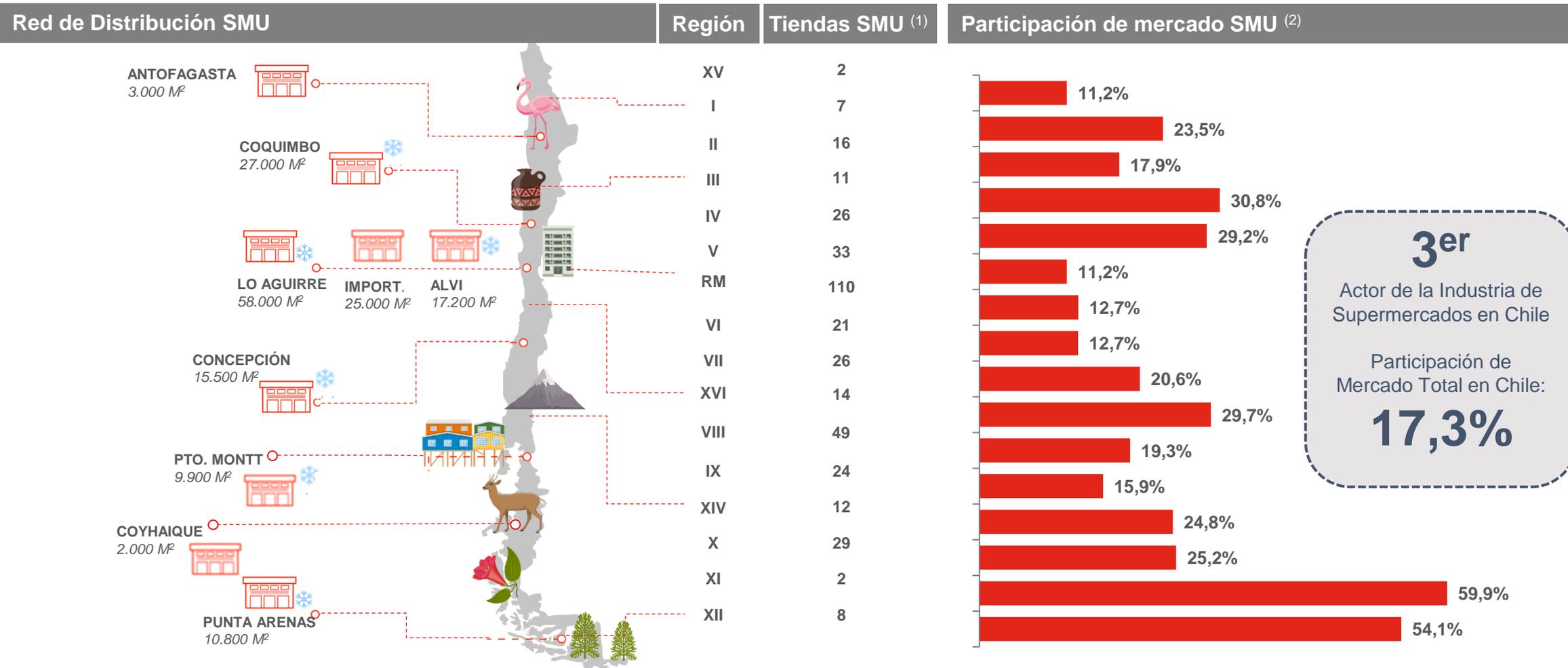
M<sup>2</sup> Promedio

**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.

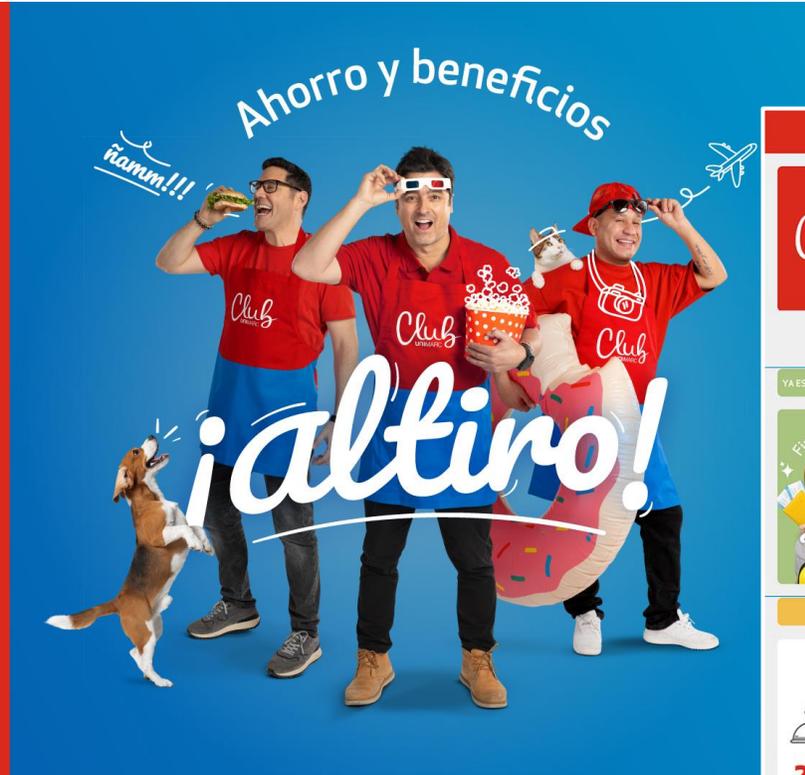
# SMU Hoy Nuestros Clientes

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 ALTIRO!

¿Y SI COMEMOS ALGO RICO? ¡altiro!

Nuevo beneficio!

Desde 20%\* dcto. RESTAURANTES SELECCIONADOS

20%\* dcto. Desde \$20.000

¡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

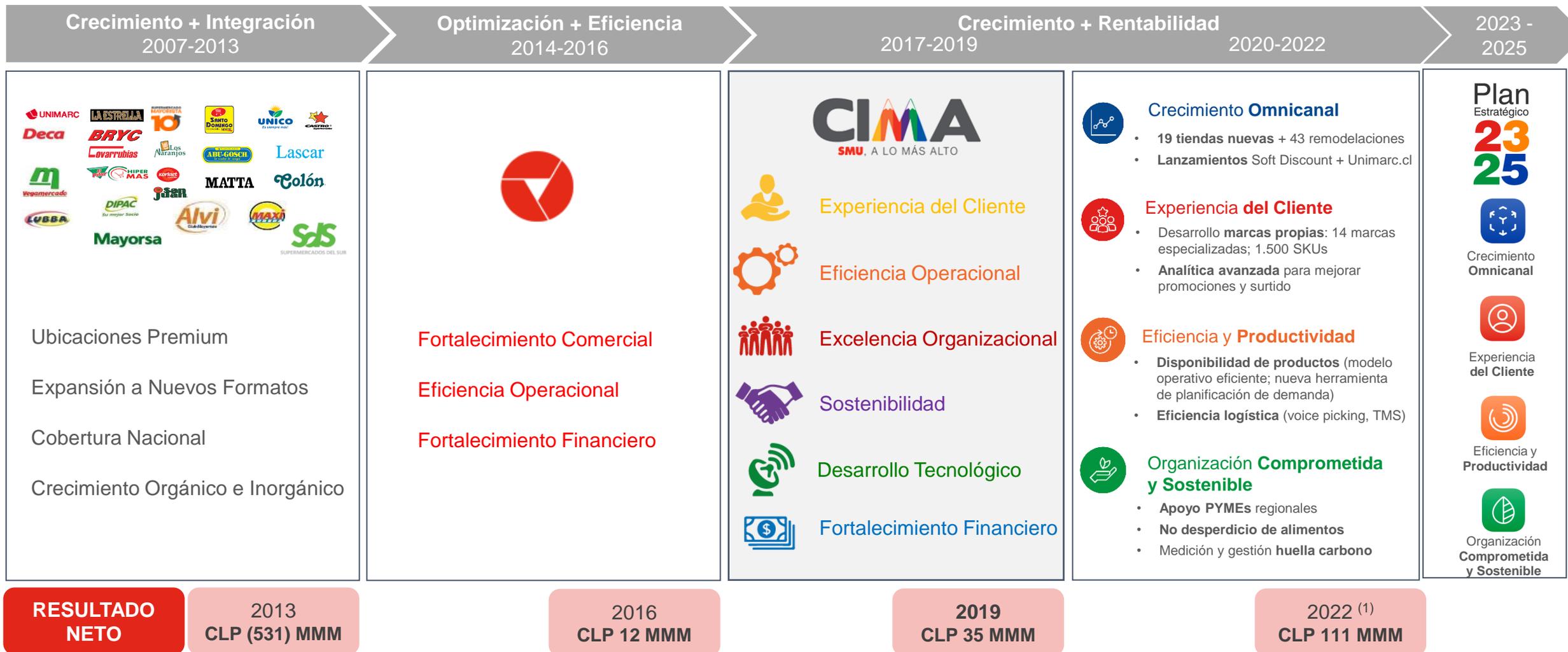
App Store Google Play

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**

	 UNIMARC			
<b>Plan</b>	<b>26</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>15</b>
<b>Avance</b>	<b>16</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>4</b>

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 **35%** 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



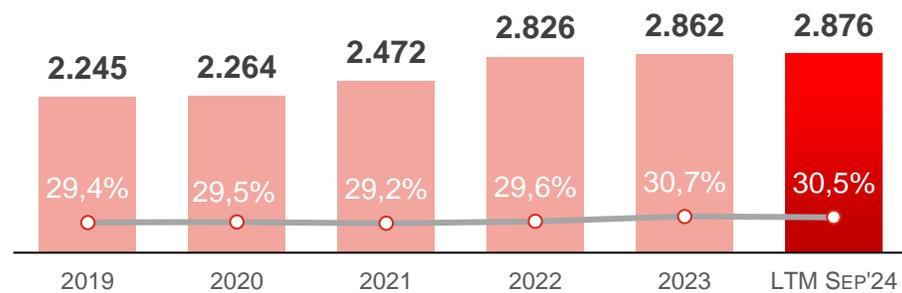
# CONTENIDOS

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

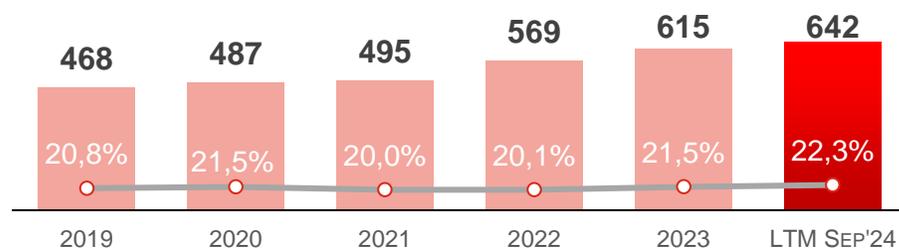
**Ingresos y Margen Bruto** <sup>(1)</sup>  
(CLP MMM; %)



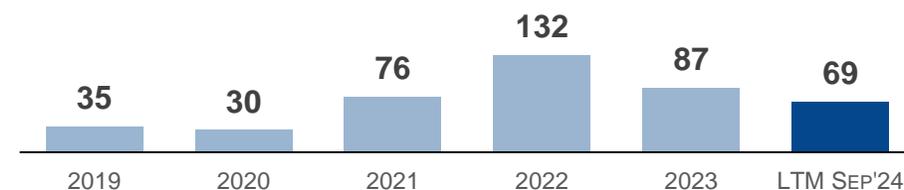
**EBITDA y Margen EBITDA** <sup>(1,3)</sup>  
(CLP MMM; %)



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



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

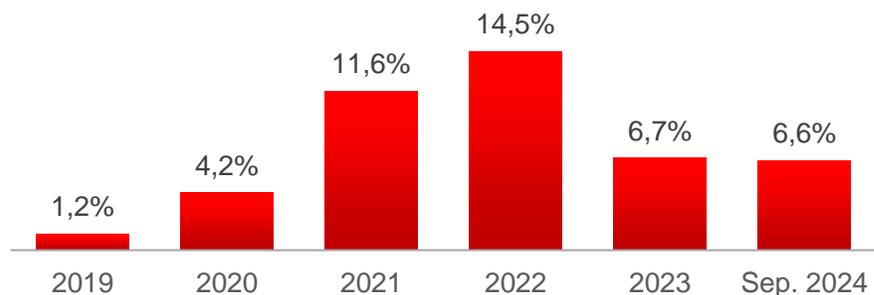


(1) Ingresos, gastos operacionales, y EBITDA excluyen OK Market en todos los períodos.  
(2) Gastos Operacionales: Suma de gastos administrativos y de distribución, excluyendo depreciación y amortización.  
(3) EBITDA = Margen bruto - gastos administrativos - costos de distribución + depreciación + amortización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

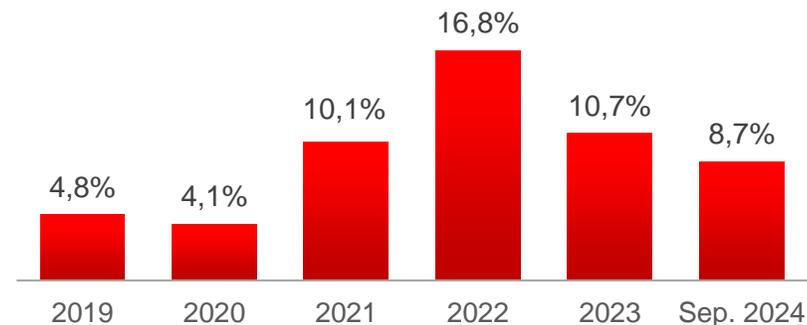
## Posición Financiera

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

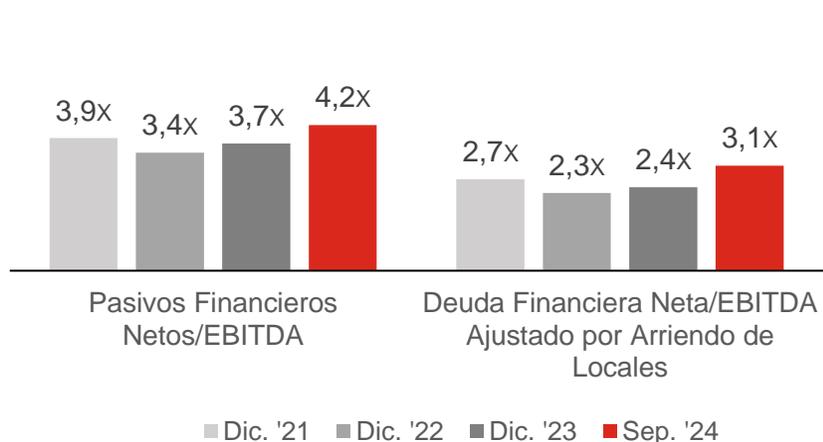
(1) Rentabilidad por Dividendo = Dividendos pagados durante los últimos doce meses / precio de la acción al final del período.

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

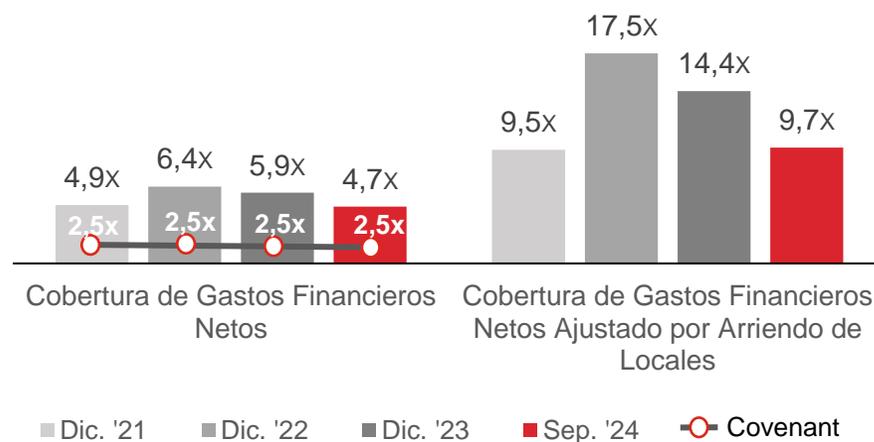
## Posición Financiera

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

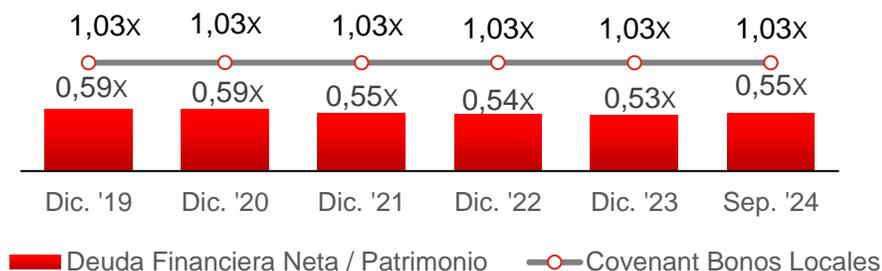
### Deuda Financiera Neta / EBITDA



### Cobertura de Gastos Financieros Netos



### Deuda Financiera Neta / Patrimonio

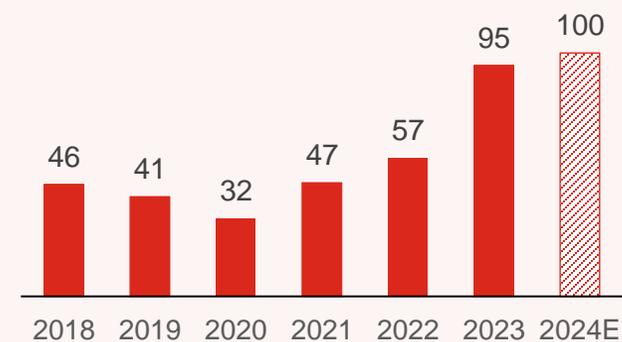


- (1) Pasivo financiero neto= otros pasivos financieros corrientes y no corrientes - efectivo y equivalentes
- (2) Deuda financiera neta = Pasivos financieros totales corrientes y no corrientes menos contratos de arrendamiento que califican como leasing financiero corrientes y no corrientes menos efectivo 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 – Sept. 2024



CAPEX (CLP MMM)



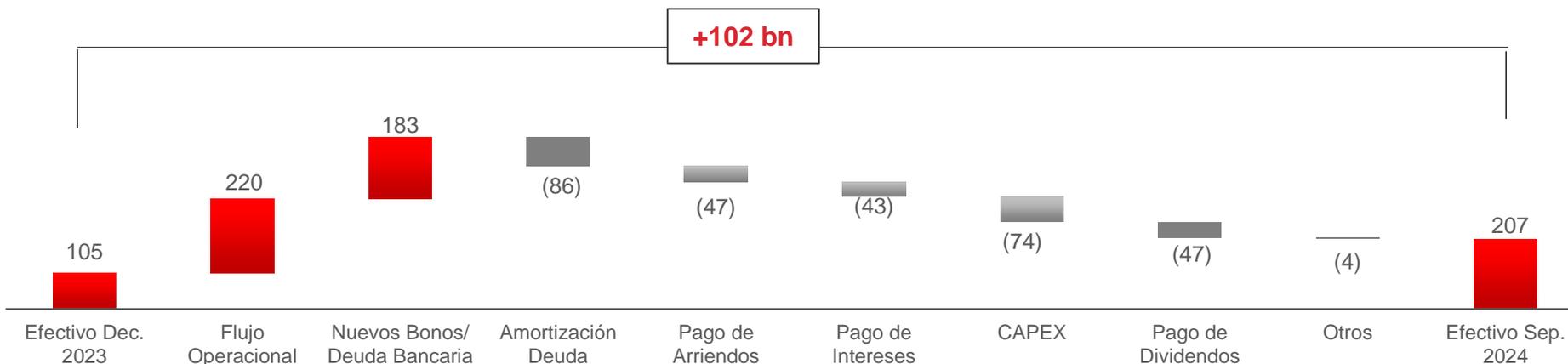
Highlights:

- SMU ha acumulado pérdidas tributarias y cuenta con un activo por impuestos diferidos por CLP 471 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

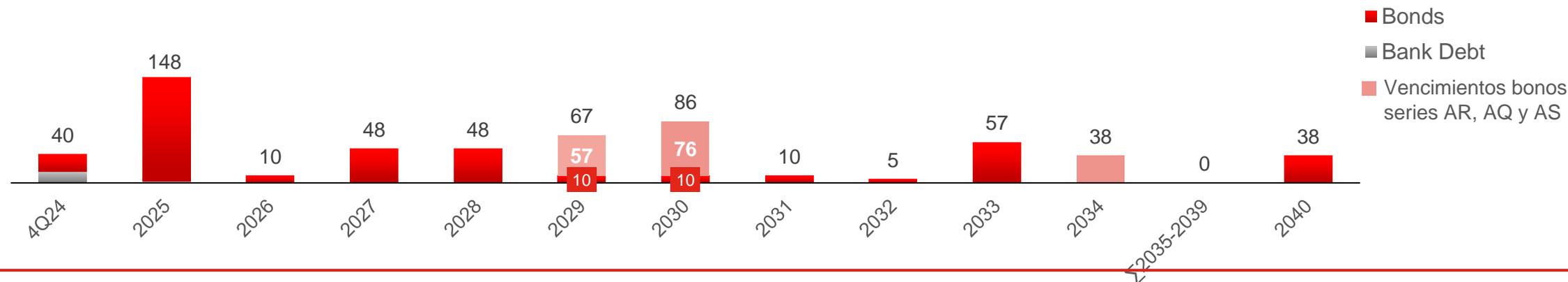
**Sólida posición de caja** permite cumplir obligaciones financieras, financiar CAPEX y pagar dividendos con holgura, sumado a colocaciones de bonos que dejan un **perfil de vencimientos cómodo** para los próximos años

### Flujo de efectivo 9M24 (CLP MMM)



- Estrategia de refinanciamiento ha generado un excedente de caja de CLP 160 MMM, otorgando flexibilidad para cubrir vencimientos de bonos y bancos en 4T24 + 2025 (CLP 190 MMM)

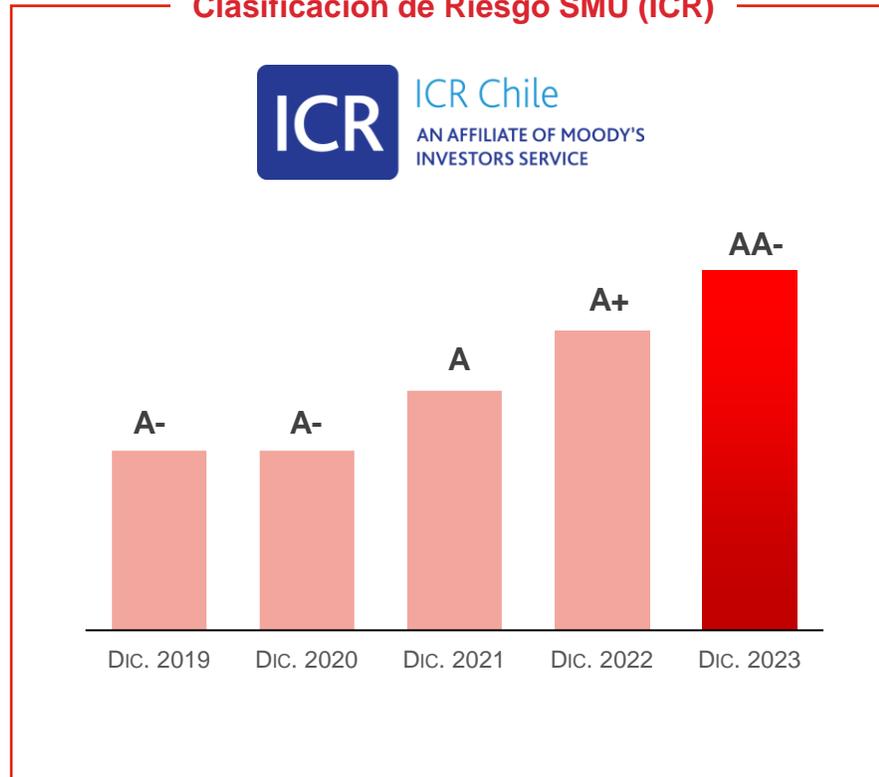
### Perfil de vencimientos al 30 de septiembre de 2024 (Bonos y bancos - CLP MMM)



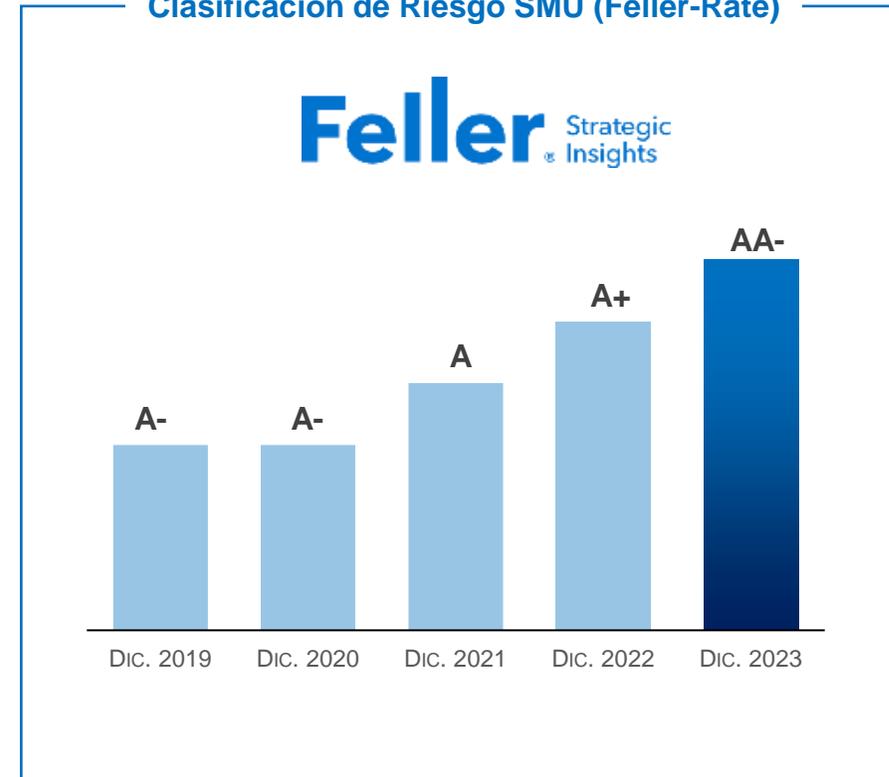
## Posición Financiera

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

Clasificación de Riesgo SMU (ICR)

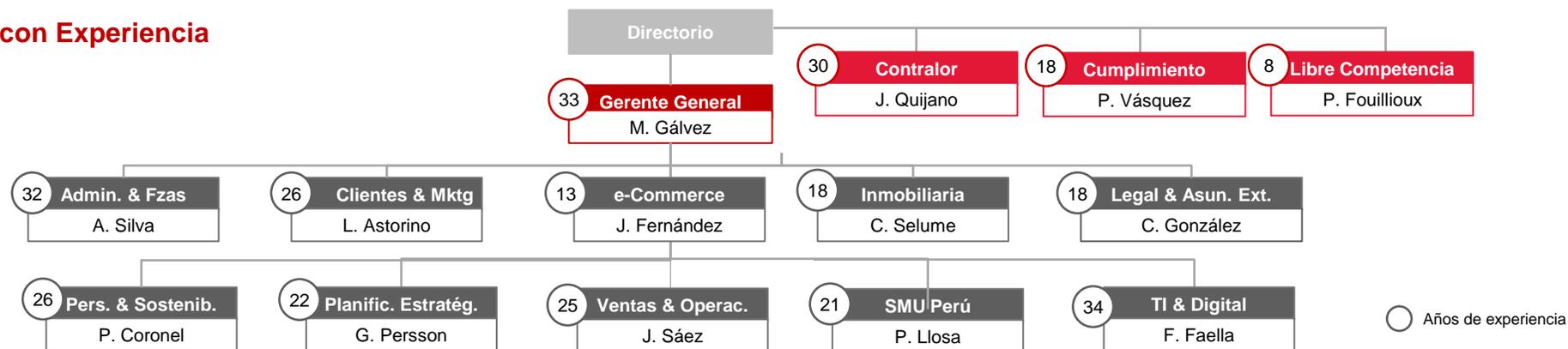


Clasificación de Riesgo SMU (Feller-Rate)

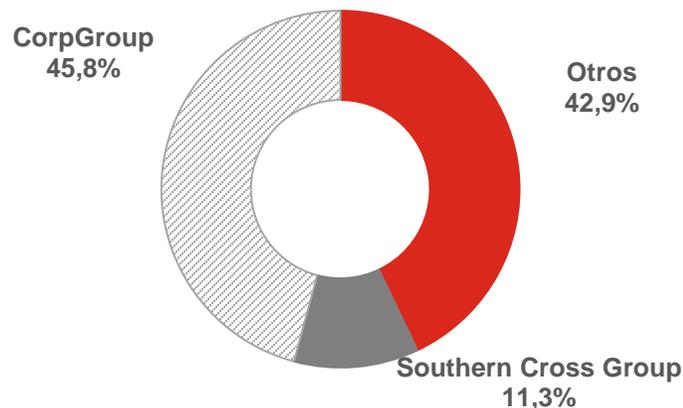


## Administración con experiencia y directorio comprometido, con amplio expertise de la industria

### Administración con Experiencia



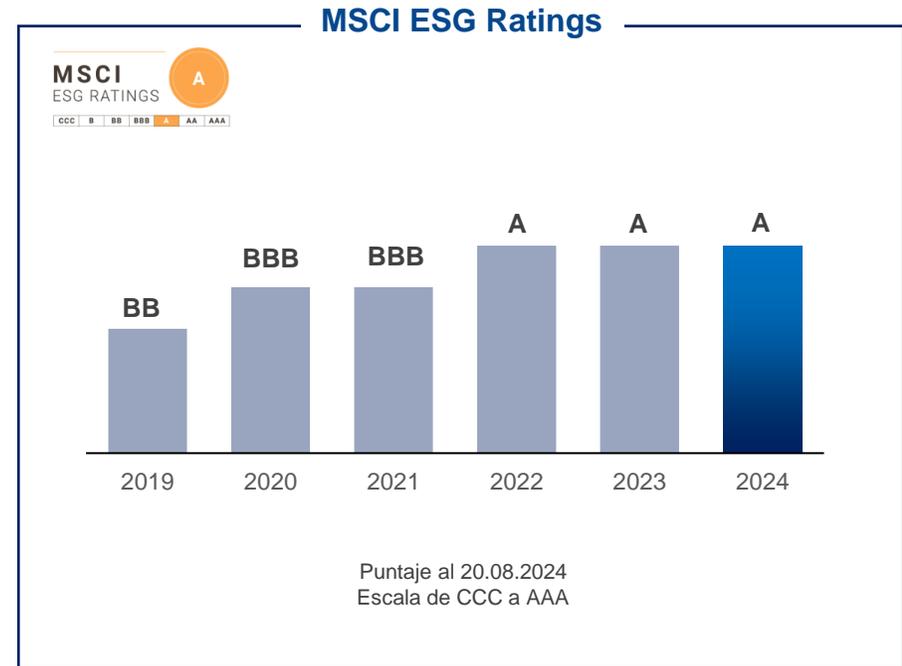
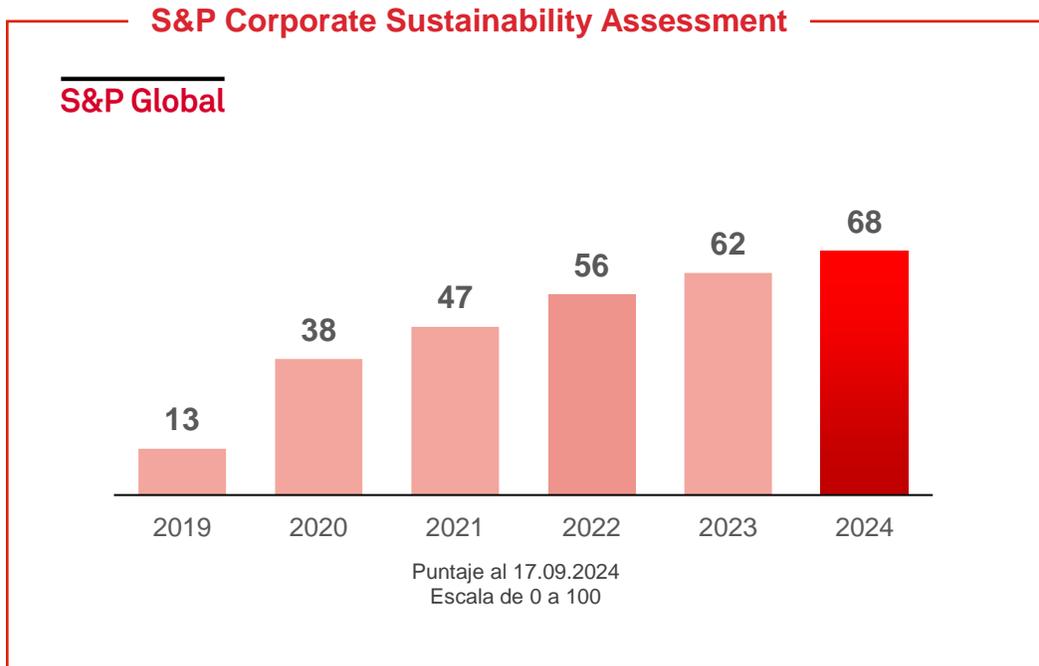
### Estructura de Propiedad (31.10.2024)



### 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.

Noviembre 2024

