

RESULTADOS 2T23



SMU S.A.

Agosto 2023



Esta presentación 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.

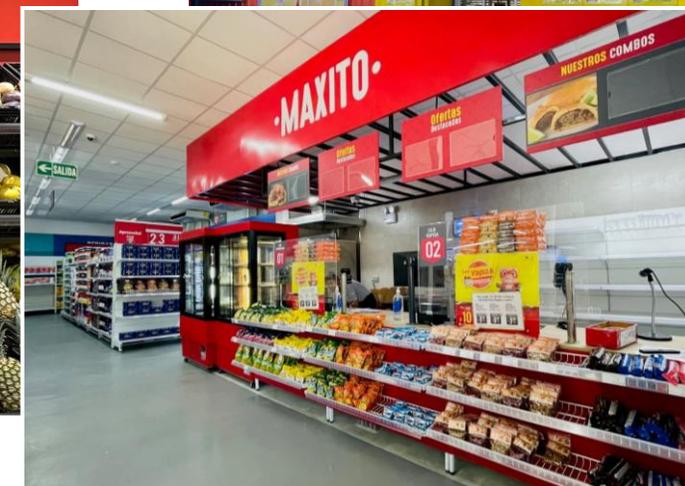
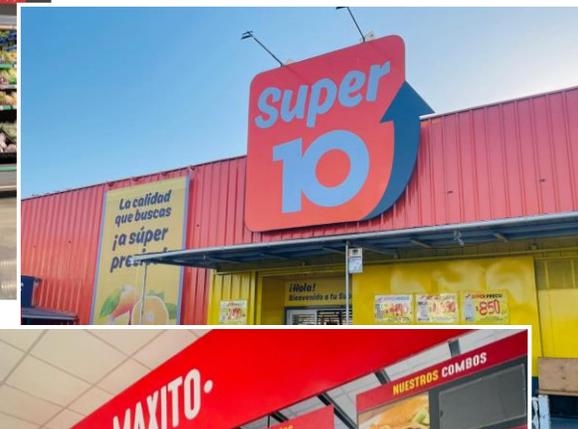
Es de la esencia de las proyecciones estimadas, que estas involucren numerosos riesgos e incertidumbres, tanto generales como específicas, incluyendo el riesgo inherente que tienen las proyecciones o expectativas, que son básicamente que éstas finalmente no se lleven a cabo. En virtud de los riesgos e incertidumbres antes descritos, los eventos y/o circunstancias a futuro y que se presentan en 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.

Crecimiento Omnicanal



Nuevas Aperturas

- Tres nuevas tiendas Unimarc y una conversión a S10, además de un Maxiahorro en Perú, en lo que va de 2023



E-commerce

- Crecimiento en ventas y en penetración.
- Mejoras en la experiencia de clientes, incluyendo promociones atractivas, como el Cyber Day.

EL GRAN CYBERAZO
Exclusivo Internet
Hasta **60%** Productos Seleccionados
¡Lo quiero!

Descubre las cyber ofertas
En este gran Cyberazo Unimarc

- TODO EN CARNES
- BEBIDAS Y LICORES
- DESAYUNOS Y DULCES
- NIÑOS Y BEBES
- TODO PARA TU HOGAR
- LIMPIEZA Y MAS

The banner features a dark purple background with white and pink text. It highlights a 60% discount on selected products, exclusive to the internet. Below the main text, there is a '¡Lo quiero!' button. To the right, several Unimarc products are displayed, including Babysec baby wipes, Confor baby wipes, and Royal Gard cleaning products. Below the banner, a section titled 'Descubre las cyber ofertas' lists six product categories with corresponding icons: 'TODO EN CARNES' (meat), 'BEBIDAS Y LICORES' (beverages and spirits), 'DESAYUNOS Y DULCES' (breakfast and sweets), 'NIÑOS Y BEBES' (children and babies), 'TODO PARA TU HOGAR' (household items), and 'LIMPIEZA Y MAS' (cleaning products).

Innovadora Actividad Promocional

- Aprovechando nuestra *expertise* en implementación de promociones, como eje central de nuestra estrategia comercial
- Profundizando el concepto de la *Ruta del Ahorro*
- Sinergias entre los formatos



Experiencia del Cliente

Crecimiento Marcas Propias

- 80+ productos lanzados en 1S23
- Sólido desempeño de productos y marcas existentes

My
WAY



SANTO
GUSTO



Como
en Casa



- Implementación continua de tecnologías y modelos operativos que mejoran la eficiencia, productividad, y experiencia de clientes
 - Módulos de autoservicio
 - Herramienta de planificación de demanda Blue Yonder
 - Voice picking en nuevos centros de distribución
- Nuevo programa piloto: Gestión digital de góndolas para monitorear quiebres de stock, precios e inventarios.





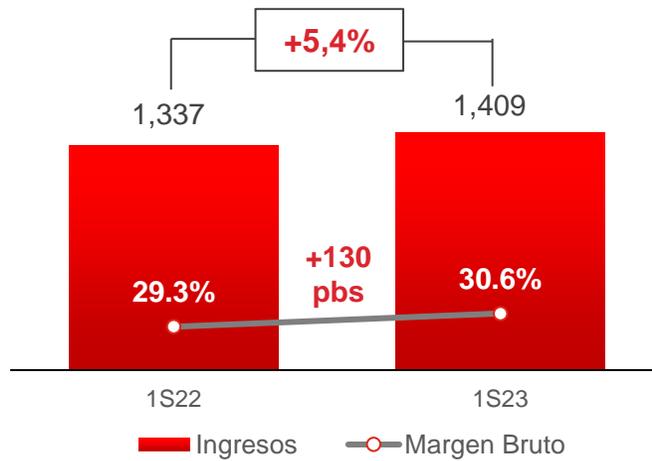
Valor Compartido

- *Mi Compromiso PYME:* Fortaleciendo nuestro compromiso con pequeños proveedores locales sumándonos a esta iniciativa liderada por *Unión Emprendedora* y EY.
- *Campaña Gift Card Unidos:* Apoyando organizaciones sociales que impactan positivamente en las comunidades, en línea con nuestro Modelo de Diversidad e Inclusión.



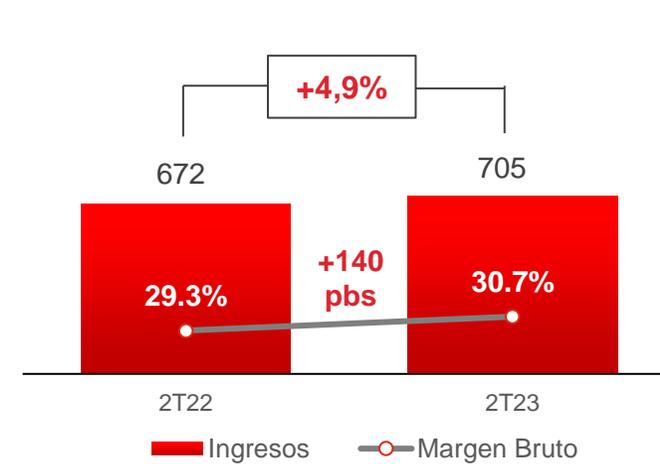
Ingresos

Primer Semestre; CLP MMM



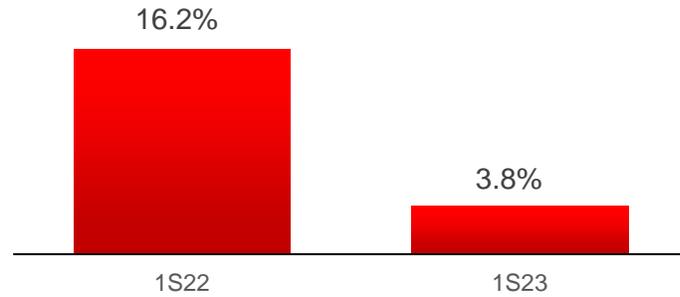
Ingresos

Segundo Trimestre: CLP MMM

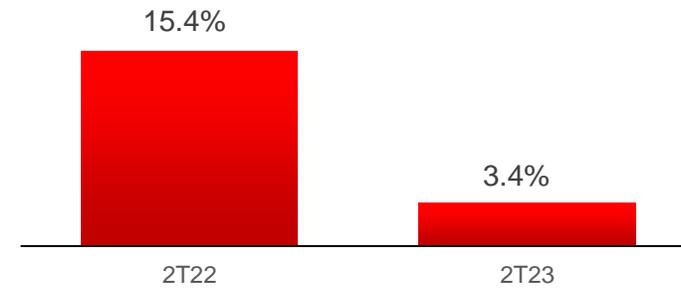


- Crecimiento en ingresos a pesar de la alta base de comparación. Recuperación en tráfico y nuevas aperturas contribuyen al crecimiento de Unimarc.
- Expansión en el margen bruto refleja mejoras en la eficiencia comercial.

Same-Store Sales
Primer Semestre; % Variación



Same-Store Sales
Segundo Trimestre; % Variación

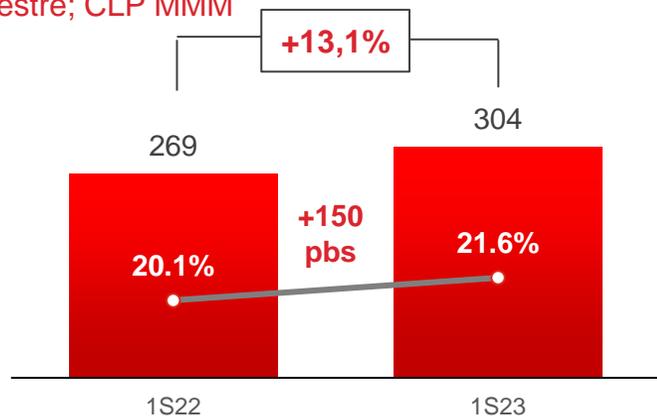


- Alta base de comparación para SSS en 2022, especialmente en los formatos de precio (+26,9% en 2T22)

(1) Ventas de locales equivalentes (Same-store sales o "SSS") refleja el porcentaje de cambio en los ingresos de las ventas que estaban operando durante los mismos meses durante ambos períodos financieros en comparación. Para ser incluida en el cálculo, una tienda debe llevar por lo menos 13 meses consecutivos desde la fecha de apertura o reapertura.

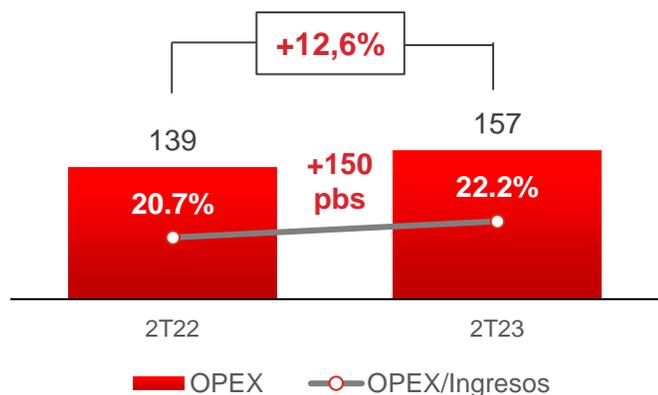
Gastos Operacionales

Primer Semestre; CLP MMM



Gastos Operacionales

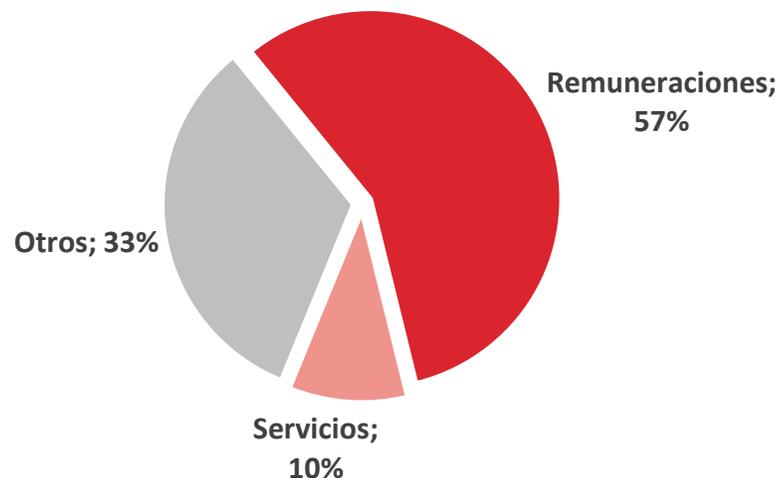
Segundo Trimestre; CLP MMM



- Aumento en gastos operacionales debido a aumentos en la inflación acumulada anual (12,5%) y aumentos en el salario mínimo (16,7%)
- Aumentos en remuneraciones y servicios explican un 57% y un 10% del alza en OPEX, respectivamente

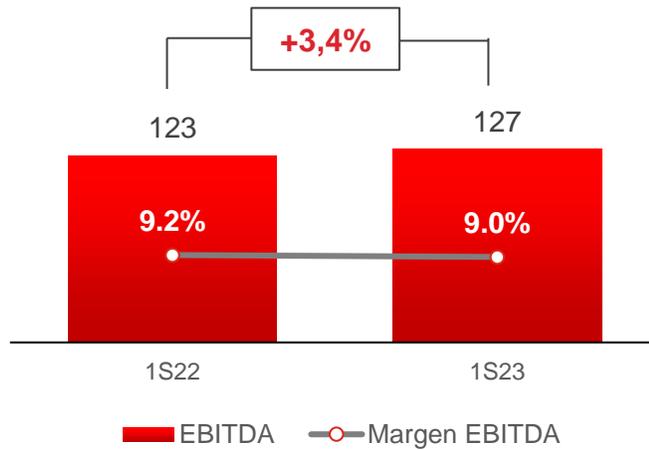
Aumento en Gastos Operacionales 1S23 vs 1S22: CLP 35 MMM

Participación por cuenta

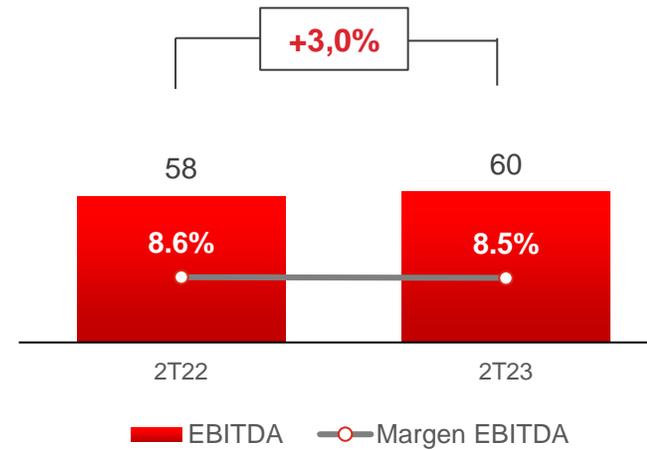


(1) Gastos operacionales = gastos administrativos + gastos de distribución (excluyendo depreciación y amortización).

EBITDA
Primer Semestre; CLP MMM

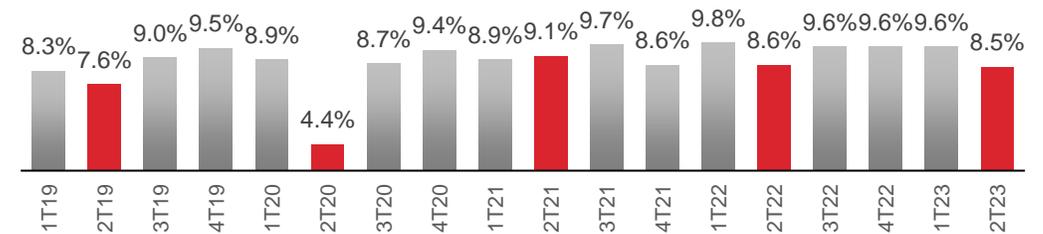


EBITDA
Segundo trimestre; CLP MMM



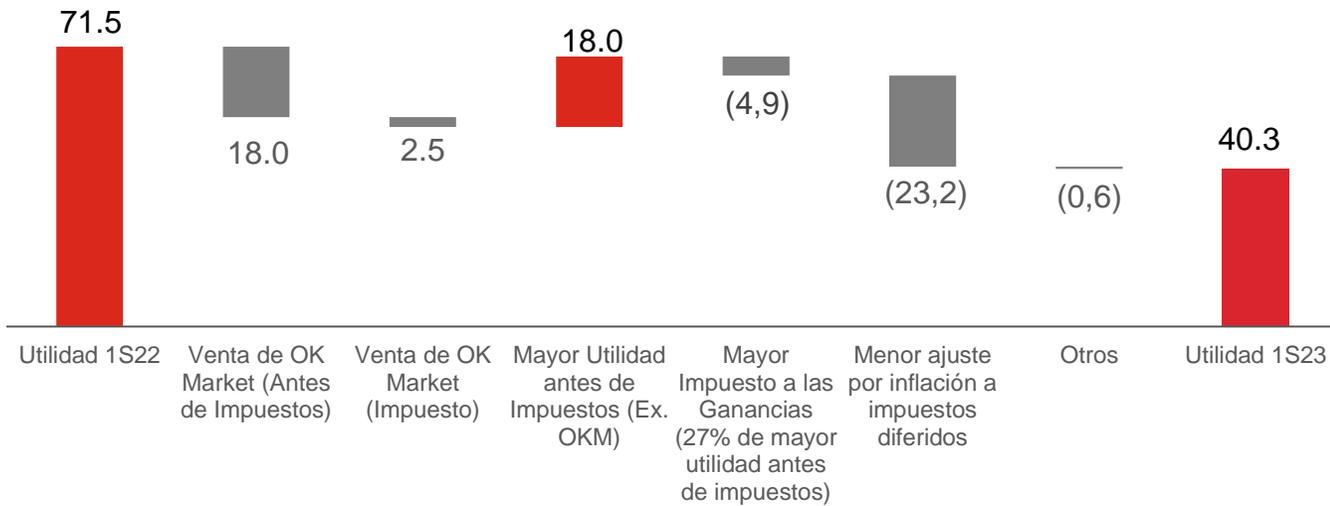
- Crecimiento en EBITDA a pesar de la alta base de comparación en 2022.
- Margen EBITDA en línea con el objetivo anual de 9%
- Margen EBITDA en 2T refleja la estacionalidad del negocio

Margen EBITDA trimestral

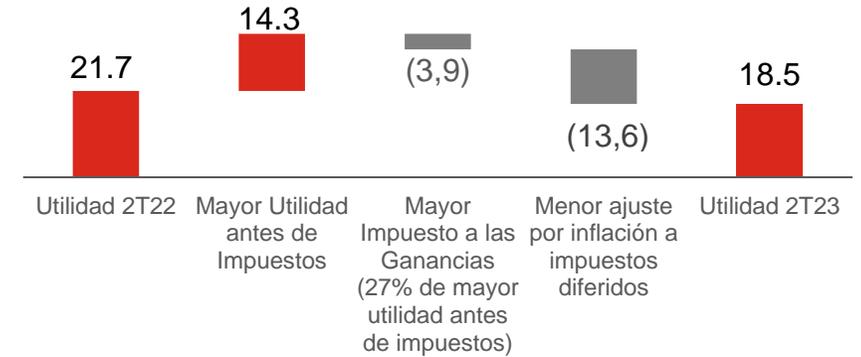


(1) EBITDA = Ganancia bruta – gastos administrativos – costos de distribución + depreciación + amortización.

Utilidad 1S23 vs. 1S22
CLP MMM



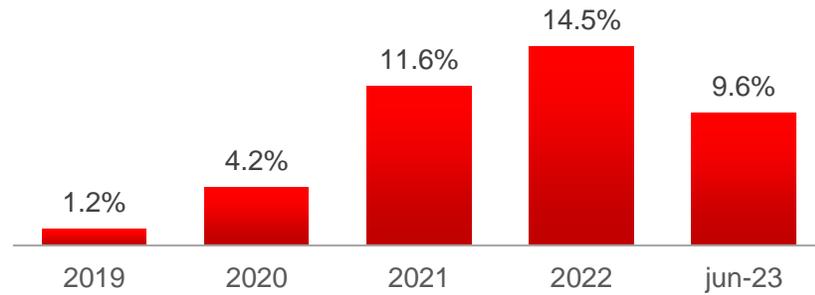
Utilidad 2T23 vs. 2T22
CLP MMM



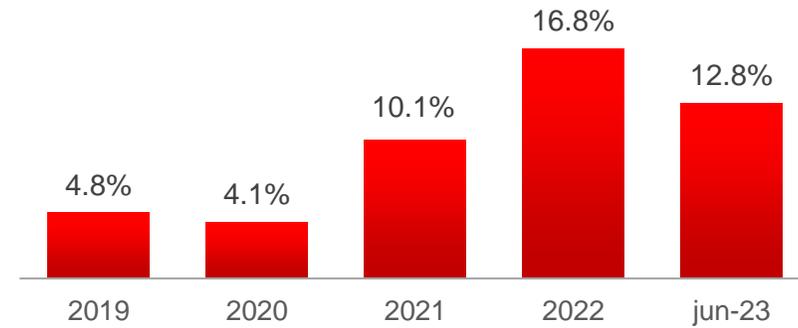
Comparación año a año afectada por:

- Venta de OK Market en 1S22 (CLP 20,5 MMM)
- Menor corrección monetaria de impuestos diferidos en 1S23 y 2T23.

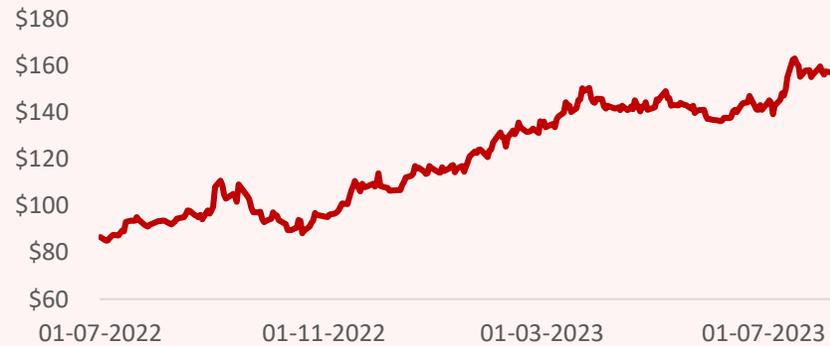
Rentabilidad por Dividendo ⁽¹⁾



Rentabilidad sobre Patrimonio ⁽²⁾



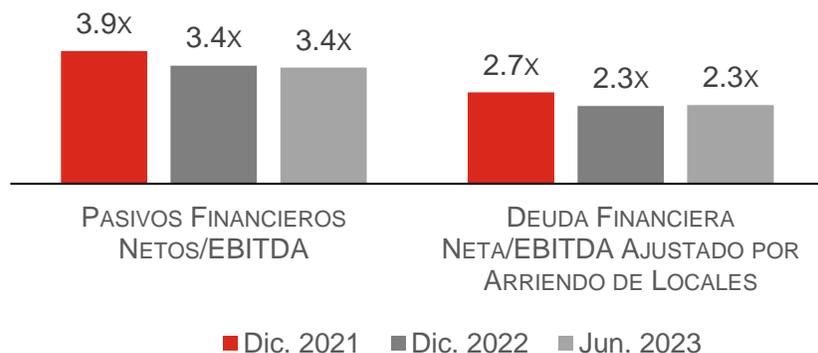
Precio acción SMU



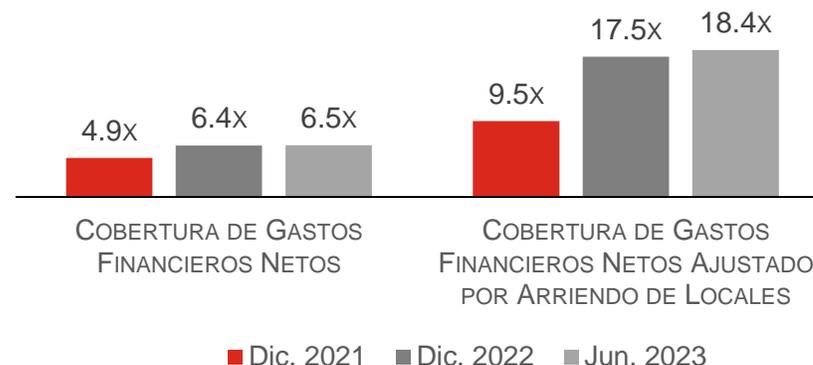
(1) Rentabilidad por Dividendo = Dividendos pagados durante los últimos doce meses / precio de la acción al final del período.

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

Deuda Financiera Neta / EBITDA



Cobertura de Gastos Financieros



(1) Definiciones:

Pasivo financiero neto= otros pasivos financieros corrientes y no corrientes - efectivo y equivalentes

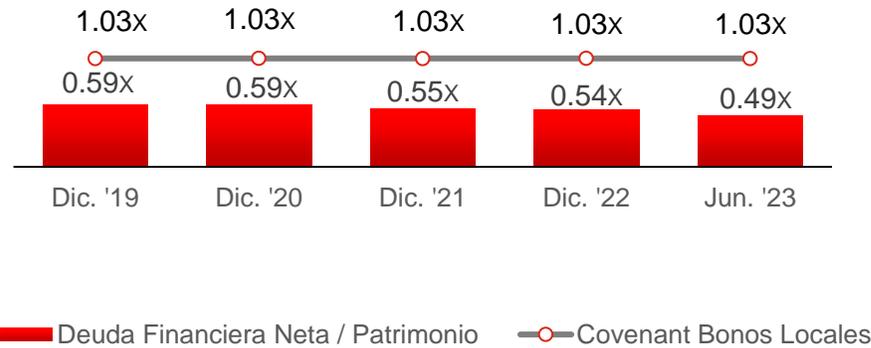
Deuda financiera neta = otros pasivos financieros corrientes y no corrientes – obligaciones por derechos de uso corrientes y no corrientes - efectivo y equivalentes

EBITDA ajustado por arriendo de locales= EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración bajo NIIF

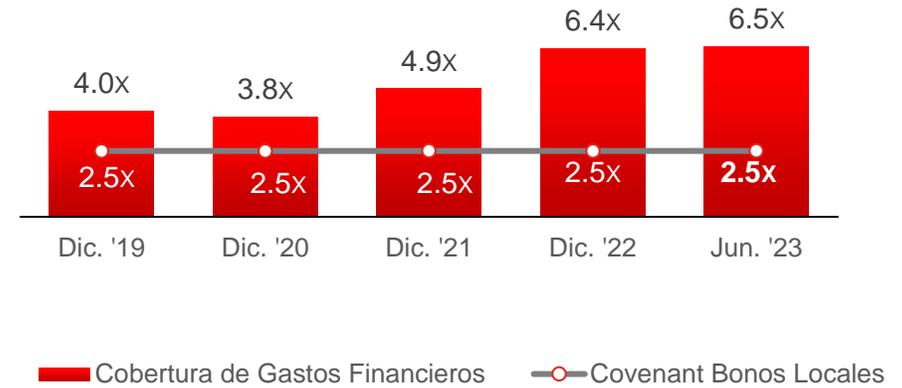
Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA de los últimos 12 meses / (gastos financieros totales – ingresos financieros totales)

Cobertura de gastos financieros netos = 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)

Deuda Financiera Neta / Patrimonio ⁽¹⁾

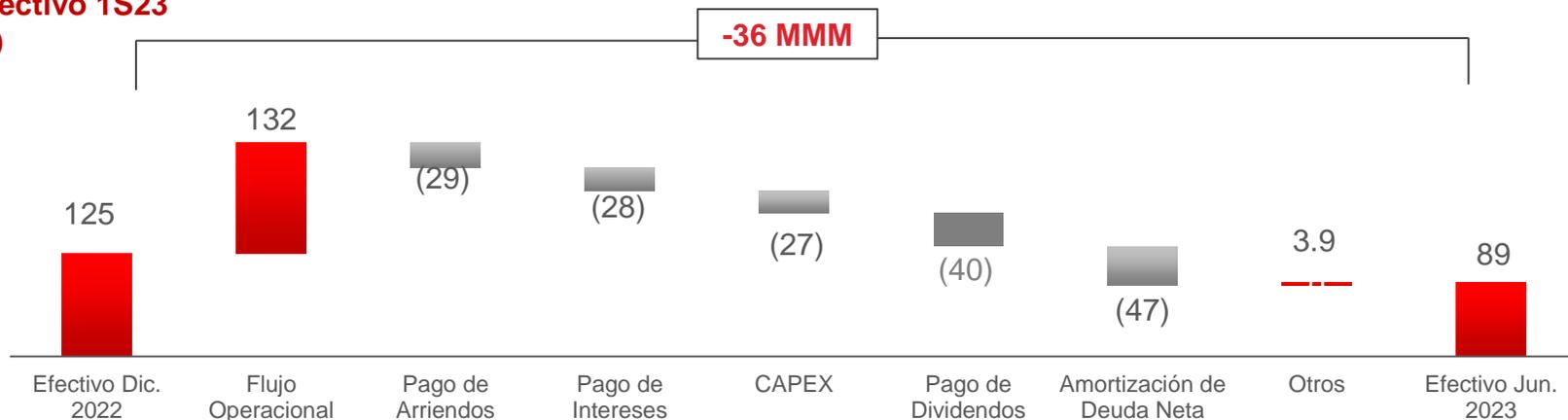


Cobertura de Gastos Financieros ⁽²⁾



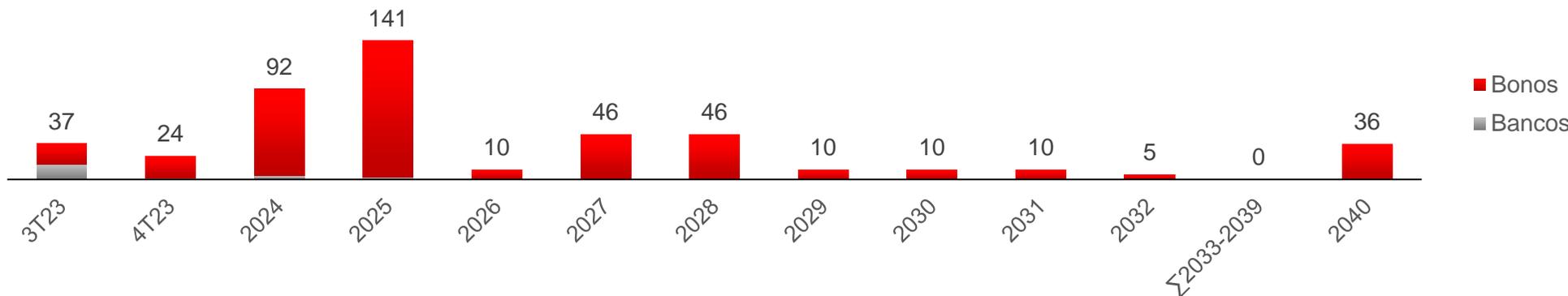
(1) Deuda financiera neta = Pasivos financieros totales corrientes y no corrientes menos contratos de arrendamiento que califican como leasing financiero corrientes y no corrientes menos efectivo y equivalentes al efectivo
 (2) Cobertura de gastos financieros = EBITDA/gastos financieros netos

Flujo de Efectivo 1S23
(CLP MMM)



- Saldo de caja a junio: CLP 89 MMM, menor en 36 MMM vs. dic. pero muy por sobre el mínimo objetivo (CLP 50 MMM).
- Uso de efectivo en 1S23 incluye amortizaciones de bonos y deuda bancaria por CLP 47 MMM

Perfil de vencimientos al 30 de Junio, 2023
(Bonos y Bancos - CLP MMM)



RESULTADOS 2T23



SMU S.A.

Agosto 2023

