

# 4<sup>to</sup> Trimestre 2022

# RESULTADOS

# SMU S.A.

13 DE MARZO DE 2023



## Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información

### Venta de OK Market

Con fecha 8 de octubre de 2020, SMU informó la suscripción de un acuerdo vinculante con la empresa mexicana FEMSA Comercio S.A. de C.V., operadora en Chile de las tiendas de conveniencia OXXO, para la venta de OK Market. Con fecha 26 de noviembre de 2021, la Fiscalía Nacional Económica resolvió aprobar la transacción, sujeta a las medidas propuestas por las partes, y con fecha 28 de febrero de 2022, se materializó la transacción. Producto de lo anterior, y de acuerdo a las disposiciones de la NIIF 5, en los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2022, el negocio OK Market se presenta como disponible para la venta.

Producto de lo anterior, en las cuentas del estado de resultados, se reflejan los resultados del negocio OK Market correspondientes al año 2021 y los primeros dos meses de 2022 en la línea, “Utilidad del período de operaciones discontinuadas”.

En el estado de flujo de efectivo, las cifras de 2022 no son comparables con las de 2021. El estado de flujo de efectivo de 2021 incluye flujos de efectivo correspondientes al negocio de OK Market, mientras que en 2022, dichos flujos no se incluyen.

En el caso del estado de situación financiera, al 31 de diciembre de 2022 y 2021, los activos del negocio de OK Market se consolidan en una sola línea, bajo el rubro “Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta”, y los pasivos de este negocio se consolidan en una sola línea bajo el rubro “Pasivos no corrientes o grupos de pasivos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta”.

### Consolidación de Sociedades de Servicios Financieros

El 20 de diciembre de 2022, SMU incrementó su participación en la sociedad Inversiones RF S.A., accionista controlador de las sociedades Unicard S.A., Administradora de Tecnologías y Servicios Unicard Ltda. y Unimarc Corredores de Seguros Ltda., pasando a controlar Inversiones RF al ser el principal accionista. Lo anterior, implica que, a partir de dicha fecha, SMU consolida las sociedades antes mencionadas línea a línea.

Estas sociedades están asociadas a la operación de la tarjeta de crédito Unipay, medio de pago disponible para los clientes de Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, como un complemento a la propuesta de valor y a la actividad promocional, a través de facilitar sus pagos y contribuyendo a su fidelización.

En los estados financieros al 31 de diciembre de 2022, el estado de resultados de SMU consolida línea a línea los ingresos, costos y gastos de estas sociedades correspondientes a las fechas entre el 20 y el 31 de diciembre de ese año. Asimismo, el estado de flujo de efectivo también incluye los movimientos de flujo en ese mismo período. En el estado de situación financiera, se consolida línea a línea todos los activos y pasivos al 31 de diciembre de 2022. Al 31 de diciembre de 2021, en tanto, estas sociedades se consolidaban en una sola línea, bajo “Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación”, en el estado de resultados y bajo “Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación” en el estado de situación financiera.



## Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados

Durante el año 2022, SMU continuó con el sostenido crecimiento mostrado en los últimos años, y tuvo un **gran desempeño operacional y financiero**, registrando **importantes mejoras en su EBITDA, margen EBITDA y utilidades**, tanto en el año como en el cuarto trimestre; **ganando participación de mercado**; y **fortaleciendo su posición financiera**, lo que se vio reflejado en una mejora de su clasificación de riesgo. Asimismo, la Compañía completó exitosamente la implementación de su plan estratégico para el período 2020-2022, y anunció su nueva hoja de ruta para 2023-2025.

Los **ingresos** de SMU **aumentaron en un 14,3% en el año 2022** con respecto al 2021, alcanzando CLP 2.826.314 millones. Este aumento fue impulsado por un **crecimiento de 13,2% en ventas por local equivalente, o same-store sales**, así como también por las ventas de tiendas nuevas que se han abierto en el último tiempo, como parte de la estrategia de crecimiento omnicanal de la Compañía. En el cuarto trimestre de 2022 (4T22), los ingresos aumentaron en un 10,1% con respecto al cuarto trimestre de 2021 (4T21), alcanzando CLP 765.986 millones, y con un incremento en *same-store sales* de 8,4%. Se destaca la buena respuesta de los clientes a la **estrategia multiformato** de la Compañía, lo que se demuestra en el importante crecimiento en ventas de los formatos **Alvi, Mayorista 10 y Super10, con un aumento de 26,7% en 2022 y de 23,4% en el cuarto trimestre**.

La **ganancia bruta de la Compañía creció en un 15,9%** en 2022, alcanzando CLP 835.295 millones. En términos porcentuales, el **margen bruto alcanzó 29,6%**, superando el 29,2% registrado en 2021 por 40 puntos base (pb). Con respecto al cuarto trimestre, la ganancia bruta creció en 18,1%, alcanzando CLP 232.005 millones. El margen bruto alcanzó 30,3%, un aumento de 210 pb con respecto al 28,2% registrado en 4T21, como resultado de mejoras en su eficiencia comercial.

Los **gastos operacionales**<sup>1</sup> aumentaron en un 15,0% en 2022 y 17,1% en 4T22, principalmente explicado por ajustes de inflación y el aumento del salario mínimo. Como porcentaje de los ingresos, los gastos operacionales alcanzaron 20,1% en 2022 (similar al 20,0% de 2021) y 20,7% en el 4T22 (mayor en 130 pb vs. 4T21).

El **EBITDA**<sup>2</sup> de SMU **aumentó en 18,0% en 2022**, alcanzando CLP 266.332 millones. Asimismo, el **margen EBITDA ascendió a 9,4%**, una expansión de 30 pb con respecto a 2021. En el cuarto trimestre, el EBITDA alcanzó CLP 73.780 millones, un aumento de 20,2% con respecto al 2021, y con un margen EBITDA de 9,6% (mayor en 80 pb vs. 4T21).

El **resultado operacional mejoró en un 19,7% en 2022**, alcanzando CLP 174.764 millones, y en el cuarto trimestre mejoró en un 20,0%, alcanzando CLP 49.321 millones.

El **resultado no operacional** alcanzó una pérdida de CLP -86.213 millones en 2022, mejor en CLP 3.271 millones con respecto al 2021. En 4T22, la pérdida no operacional alcanzó CLP -23.586 millones, mejor en CLP 1.828 millones vs. 4T21. Los principales impactos fueron la inflación y efectos no recurrentes de la cuenta Otras Ganancias (Pérdidas), incluyendo la ganancia por la venta de OK Market en febrero de 2022.

La **utilidad neta** de SMU mejoró en 74,4% (CLP 56.353 millones) en 2022 con respecto a 2021, alcanzando CLP 132.059 millones, explicado en gran parte por la mejora de CLP 40.553 millones en el EBITDA. Asimismo, la venta del negocio de conveniencia OK Market generó una ganancia no

<sup>1</sup> Gastos operacionales = gastos de distribución + gastos de administración y ventas – depreciación - amortización

<sup>2</sup> EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización



recurrente por aproximadamente CLP 20.000 millones en el año. Sin considerar este efecto, el aumento en la utilidad habría sido de un 48%. En cuanto al cuarto trimestre, la utilidad neta aumentó 7,7%, llegando a CLP 31.223 millones en 4T22, también explicado principalmente por el mejor resultado operacional.

Con respecto a la **posición financiera** de SMU, cabe destacar que en septiembre y octubre 2022, respectivamente, las clasificadoras **ICR y Feller-Rate mejoraron la clasificación de riesgo de la Compañía** desde categoría “A” con perspectivas positivas a categoría “A+” con perspectivas estables. El cambio responde al fortalecimiento en los últimos años, tanto del perfil de negocios de SMU como de su posición financiera, como consecuencia de la implementación de su plan estratégico.

Durante el cuarto trimestre, los **indicadores financieros** de la Compañía siguieron su tendencia positiva: la cobertura de gastos financieros alcanzó 6,4 veces a diciembre 2022, comparado con 4,9 veces a diciembre 2021. Asimismo, el indicador pasivo financiero neto sobre EBITDA quedó en 3,44 veces a diciembre de 2022, comparado con 3,86 veces a diciembre de 2021. Ajustando estos indicadores por el efecto del arriendo de locales en el EBITDA y en los pasivos financieros, la cobertura de gastos financieros asciende a 17,5 veces a diciembre de 2022 (9,5 veces a diciembre 2021), y la deuda financiera neta sobre EBITDA a diciembre 2022 es de 2,26 veces (2,66 veces a diciembre 2021).

Cabe destacar también la **generación de caja** de la Compañía a través de la mejora del flujo operacional en CLP 30.741 millones en el año, lo que permitió aumentar el capex en CLP 10.168 millones y reducir la deuda financiera en CLP 17.626 millones, terminando con un saldo de efectivo y equivalentes mayor en CLP 10.737 millones.



## Comentarios de la Administración

En relación con la publicación de los resultados del cuarto trimestre y año 2022, el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló, “En el año 2022, nuestros esfuerzos estuvieron principalmente dedicados a entregar soluciones de precios bajos y muy competitivos a nuestros clientes, ayudándoles a ahorrar en un difícil contexto económico. Nuestra estrategia multiformato, junto con nuestra gran cobertura geográfica, nos da la oportunidad de atender de mejor forma las necesidades de las familias chilenas”.

“Un rol muy importante cumplieron nuestros formatos Alvi, Mayorista 10 y Super10, cuyas propuestas de precios bajos fueron muy valoradas por los clientes, alcanzando un crecimiento en ventas de un 26,7%. También destacamos la estrategia promocional de Unimarc, que, a través del lanzamiento de la Ruta del Ahorro y el fortalecimiento de otras campañas promocionales, ofreció nuevas formas de ahorrar. Finalmente, la expansión de nuestro portafolio de productos de marcas propias fue otra manera en que nuestros clientes pudieron optimizar su presupuesto familiar, accediendo a productos de excelente calidad a precios muy convenientes. Así, tuvimos una importante recuperación en el número de clientes y su frecuencia de compras”.

“Nuestro foco en las necesidades de nuestros distintos segmentos de clientes a través de las iniciativas mencionadas anteriormente nos permitió alcanzar un crecimiento en ingresos por sobre la industria, con un incremento de 14,3% con respecto al año 2021, producto del crecimiento en ventas de locales equivalentes, o *same-store sales*, de 13,2%, sumado a las nuevas tiendas que abrimos durante el período”.

El Sr. Gálvez continuó, “Cerramos el año con un EBITDA de CLP 266 mil millones, creciendo en 18,0% con respecto a 2021 y alcanzando un margen EBITDA de 9,4%. En el cuarto trimestre, también mostramos un gran desempeño: el EBITDA aumentó en un 20,2%, y el margen EBITDA mostró una expansión de 80 puntos base, llegando a 9,6%. El buen desempeño operacional se tradujo, a su vez, en una mejora en las utilidades, las que aumentaron en un 74% en 2022. Incluso si se excluye el impacto de la venta de OK Market, el aumento en la última línea habría sido de un 48%”.

El Sr. Gálvez agregó, “Además del gran desempeño financiero de la Compañía en el año 2022, quiero destacar el avance en nuestras iniciativas de sostenibilidad. Las consistentes mejoras en nuestro triple desempeño—económico, ambiental y social—se ven reflejadas en los resultados de evaluaciones independientes como el *Corporate Sustainability Assessment* de S&P, donde nuestro puntaje avanzó en nueve puntos porcentuales en 2022”.

“Dentro de los hitos del año, tuvimos un importante avance en nuestro compromiso con el medio ambiente, certificando nuestro sistema de gestión de energía bajo norma ISO 50.001 y también reduciendo el desperdicio de alimentos a través de la donación de más de 660 toneladas a más de 250 fundaciones. Adicionalmente, destaco que fuimos el primer supermercadista con un sistema de gestión de igualdad de género certificado bajo la norma chilena 3262, recibiendo además, a principios de este mes, el Sello Iguala-Conciliación, por parte del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género, lo que vuelve a demostrar nuestro compromiso con la diversidad e inclusión. Destaco también nuestro compromiso con las pequeñas empresas, donde a través de nuestro programa 100% Nuestro, alcanzamos más de 200 pequeños proveedores regionales, quienes tienen la oportunidad de vender sus productos en muchos de nuestros locales a lo largo de Chile”.

“Todas estas iniciativas formaron parte del eje Organización Comprometida y Sostenible de nuestro plan estratégico para el período 2020-2022. Algunos logros del año en los otros ejes del plan



incluyeron la apertura de nuevas tiendas, el lanzamiento del formato soft discount S10 y la habilitación de nuevos canales de venta online, como parte de Crecimiento Omnicanal. Asimismo, en el eje Experiencia del Cliente, ampliamos nuestro surtido de marcas propias, lanzando nuevos productos y marcas especializadas que han sido muy valorados por nuestros clientes, y en el eje Eficiencia y Productividad, hemos incorporado nuevas herramientas tecnológicas que permiten optimizar nuestras operaciones”.

“La exitosa implementación de este plan se ha visto reflejada en nuestros resultados. Al término del trienio 2020-2022, la utilidad creció tres veces las utilidades obtenidas en el año 2019, y nuestra rentabilidad sobre patrimonio superó la meta de alcanzar doble dígitos en este período, con un aumento desde 4,8% en 2019 a 16,7% en 2022. El fortalecimiento de nuestra situación financiera se ha traducido en mejoras de clasificación de riesgo, tanto en 2021 como en 2022, alcanzando el nivel A+, en reconocimiento de los menores niveles de endeudamiento y la mejor generación de caja”.

“De esta manera, nos encontramos bien posicionados para enfrentar nuestra nueva hoja de ruta, con el plan estratégico 2023-2025 que lanzamos en noviembre, a través del cual buscamos alcanzar 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. El nuevo plan mantiene el foco en los ejes de Crecimiento Omnicanal, Experiencia del Cliente, Eficiencia y Productividad y Organización Comprometida y Sostenible, y considera un plan de inversiones de CLP 265 mil millones. No me cabe duda de que, con el gran equipo humano de SMU detrás de cada iniciativa, y la capacidad de ejecución que hemos desarrollado, el nuevo plan será todo un éxito”.



## Highlights

### Lanzamiento Plan Estratégico 2023-2025

Con fecha 30 de noviembre de 2022, la Compañía anunció su plan estratégico para el período 2023-2025, informando las principales iniciativas y los objetivos operacionales y financieros asociados, incluyendo un plan de inversiones por CLP 265 mil millones. Al igual que el plan estratégico del período 2020-2022, que finalizó en diciembre, la nueva hoja de ruta de SMU se basa en cuatro ejes: Crecimiento Omnicanal; Experiencia del Cliente; Eficiencia y Productividad; y Organización Comprometida y Sostenible. Para más información sobre el plan, sus iniciativas y las metas asociadas, ver: [https://www.smu.cl/wp-content/files\\_mf/1669807151Plan2325Launch\\_esp.pdf](https://www.smu.cl/wp-content/files_mf/1669807151Plan2325Launch_esp.pdf)

## Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día miércoles 15 de marzo a las 11:00 am de Santiago/ 10:00 am ET para comentar los resultados del cuarto trimestre y año 2022.

Para conectar desde tu computadora, únete con el siguiente link:

<https://mm.closir.com/slides?id=479040>

Para conectar desde tu teléfono, marca usando los siguientes números de acceso y **Participant Password: 479040**

USA: +1 718 866 4614  
Chile: +56 228 401 484  
Peru: +51 1706 0950  
Brazil: +55 612 017 1549  
Mexico: +52 55 1168 9973  
UK: +44 203 984 9844

Posteriormente, una grabación de la llamada estará disponible en:

<https://www.smu.cl/inversionistas/informacion-financiera/>



## Análisis Razonado de los Estados Financieros

A continuación se presentan los resultados consolidados de SMU S.A. y Filiales para los períodos de tres y 12 meses terminados al 31 de diciembre de 2022 y 2021. Todas las cifras están expresadas en pesos chilenos (CLP) y de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”).

**Cuadro 1: Estado de Resultados Consolidados**

(Millones CLP)	4T22	4T21	△%	2022	2021	△%
Ingresos de Actividades Ordinarias	765.986	695.611	10,1%	2.826.314	2.472.378	14,3%
Costo de Ventas	(533.981)	(499.128)	7,0%	(1.991.019)	(1.751.647)	13,7%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>232.005</b>	<b>196.483</b>	<b>18,1%</b>	<b>835.295</b>	<b>720.731</b>	<b>15,9%</b>
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>30,3%</i>	<i>28,2%</i>		<i>29,6%</i>	<i>29,2%</i>	
Gastos de Distribución	(10.459)	(8.778)	19,1%	(38.912)	(31.431)	23,8%
<b>Margen de Contribución</b>	<b>221.547</b>	<b>187.705</b>	<b>18,0%</b>	<b>796.383</b>	<b>689.300</b>	<b>15,5%</b>
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>28,9%</i>	<i>27,0%</i>		<i>28,2%</i>	<i>27,9%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(147.766)	(126.299)	17,0%	(530.051)	(463.520)	14,4%
<b>EBITDA</b>	<b>73.780</b>	<b>61.406</b>	<b>20,2%</b>	<b>266.332</b>	<b>225.780</b>	<b>18,0%</b>
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>9,6%</i>	<i>8,8%</i>		<i>9,4%</i>	<i>9,1%</i>	
Depreciación y Amortización	(24.459)	(20.301)	20,5%	(91.568)	(79.829)	14,7%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>49.321</b>	<b>41.106</b>	<b>20,0%</b>	<b>174.764</b>	<b>145.951</b>	<b>19,7%</b>
Otras Ganancias (Pérdidas)	(1.428)	(1.242)	14,9%	15.426	(14.717)	n.a.
Ingresos Financieros	3.202	697	359,5%	11.600	1.642	606,6%
Costos Financieros	(13.684)	(12.098)	13,1%	(53.084)	(47.889)	10,8%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	(180)	72	n.a.	(554)	75	n.a.
Diferencias de Cambio	115	157	(26,3%)	(185)	143	n.a.
Resultados por Unidades de Reajuste	(11.611)	(13.000)	(10,7%)	(59.416)	(28.738)	106,8%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(23.586)</b>	<b>(25.415)</b>	<b>(7,2%)</b>	<b>(86.213)</b>	<b>(89.484)</b>	<b>(3,7%)</b>
<b>Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto</b>	<b>25.734</b>	<b>15.691</b>	<b>64,0%</b>	<b>88.552</b>	<b>56.466</b>	<b>56,8%</b>
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	5.489	10.648	(48,4%)	42.973	13.399	220,7%
<b>Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas</b>	<b>31.223</b>	<b>26.339</b>	<b>18,5%</b>	<b>131.524</b>	<b>69.865</b>	<b>88,3%</b>
<b>Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Discontinuas</b>	<b>0</b>	<b>2.643</b>	<b>(100,0%)</b>	<b>535</b>	<b>5.841</b>	<b>(90,8%)</b>
<b>Ganancia (Pérdida) del Período</b>	<b>31.223</b>	<b>28.982</b>	<b>7,7%</b>	<b>132.059</b>	<b>75.707</b>	<b>74,4%</b>
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	31.251	28.982	7,8%	132.088	75.707	74,5%
Ganancia (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	(28)	0	n.a.	(28)	0	n.a.
<b>Ganancia (Pérdida) del Período</b>	<b>31.223</b>	<b>28.982</b>	<b>7,7%</b>	<b>132.059</b>	<b>75.707</b>	<b>74,4%</b>

\*n.a. = no aplica. Indica la comparación en términos porcentuales entre un número positivo en un período y un número negativo en otro período.





## 1. Análisis del Estado de Resultados

### 1.1 Resultados de Operaciones

#### 1.1.1 Ingresos de Actividades Ordinarias

Los **ingresos de actividades ordinarias** del 2022 alcanzaron los CLP 2.826.314 millones, un aumento de 14,3% con respecto a los CLP 2.472.378 millones generados el 2021. Con respecto al cuarto trimestre del año, los ingresos alcanzaron CLP 765.986 millones, mayor en un 10,1% a los CLP 695.611 millones del cuarto trimestre del año anterior.

**Cuadro 2: Ingresos (CLP MMM)**

INGRESOS (CLP MMM)	4T22	4T21	Δ%	2022	2021	Δ%
UNIMARC	512	489	4,7%	1.900	1.733	9,6%
MAYORISTAS	231	187	23,4%	856	676	26,7%
OTROS(*)	4,2	3,3	27,2%	9,0	13,7	-34,3%
SUPERMERCADOS CHILE	747	680	9,9%	2.765	2.422	14,1%
SUPERMERCADOS PERÚ	18,7	15,8	18,7%	61,2	50,0	22,4%
<b>TOTAL SMU</b>	<b>766</b>	<b>696</b>	<b>10,1%</b>	<b>2.826</b>	<b>2.472</b>	<b>14,3%</b>

(\*) El ítem "Otros" considera todos los ingresos distintos a los generados por los formatos operacionales de la Compañía. Adicionalmente, en 2021 incluye los ingresos de Telemercados y la tienda oscura en Los Dominicos, y en 2022 incluye los ingresos del negocio de servicios financieros (ver Nota Sobre Presentación y Comparación de Información, página 2).

Los ingresos del segmento Supermercados Chile crecieron en 14,1% en 2022 con respecto al año anterior, y 9,9% en 4T22 con respecto al 4T21. Cabe señalar que, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas de Chile, la industria de supermercados en Chile registró un crecimiento de 8,2% en 2022 vs. 2021 y de 4,9% en 4T22 vs. 4T21. Con el mayor crecimiento de SMU respecto de la industria, se logró aumentar su participación de mercado.

La recuperación en el tráfico que se ha visto en los últimos períodos continuó en el cuarto trimestre en todos los formatos. En tanto, el ticket promedio también siguió bajando paulatinamente, pero en menor medida que el aumento en transacciones, y se mantiene muy por sobre los niveles históricos.

Por formato, los ingresos del supermercado tradicional Unimarc aumentaron en 9,6% en 2022 y 4,7% en el 4T22, impulsado por el crecimiento de *same-store sales*. Por su parte, los ingresos del formato mayoristas incrementaron en un 26,7% en 2022 y un 23,4% en 4T22, continuando con fuerte crecimiento en las tres banderas: Mayorista 10, Super10 y Alvi. El fuerte desempeño de estas tiendas demuestra que cuentan con propuestas de valor atractivas que satisfacen las necesidades de los diferentes segmentos de clientes que atienden, como consecuencia de la estrategia multiformato de SMU.

Las **ventas online**, realizadas tanto a través de las plataformas propias de SMU, así como también a través de alianzas estratégicas con *last milers*, quienes operan en los formatos Unimarc y Mayorista 10. Unimarc.cl representa un 2,2% de participación de los locales en que opera, por la mayor penetración de Unimarc.cl.



Como parte de su estrategia híbrida, durante 2022, la Compañía potenció su oferta online, tanto con plataformas propias, así como también, con alianzas. Con respecto a plataformas propias, se aumentó la cobertura de Unimarc.cl para llegar a las 16 regiones de Chile; se lanzó Alvi.cl y la App Alvi Compras para que los clientes comerciantes de Alvi puedan abastecer sus negocios a través de compras online; y se inauguró el primer centro de distribución robotizado, o micro-fulfillment center, de Latinoamérica, con el cual busca optimizar la operación de Unimarc.cl y mejorar la experiencia de sus clientes, a través de pedidos más completos y más exactos. Asimismo, se firmó una nueva alianza estratégica con el marketplace Mercado Libre, sumando un nuevo canal de venta.

Los ingresos de Supermercados Perú aumentaron en un 22,4% en 2022 (18,7% en el 4T22), medido en pesos chilenos, mientras que en moneda local, el aumento fue de un 5,5% en 2022 (4,4% en el 4T22), impulsado principalmente por nuevas tiendas del formato Maxiahorro, las cuales son el foco del crecimiento futuro de SMU en Perú.

**Cuadro 3: Evolución de Ventas de Locales Equivalentes (SSS) (%)**

SSS ( $\Delta$ %)	2022	4T22	2021	4T21
UNIMARC	9,1%	3,6%	10,1%	13,2%
MAYORISTAS	23,5%	20,9%	8,9%	14,9%
SUPERMERCADOS CHILE	13,1%	8,3%	9,5%	13,7%
SUPERMERCADOS PERÚ	-1,1%	-2,4%	0,8%	8,4%
TOTAL SUPERMERCADOS	13,2%	8,4%	9,0%	13,5%

Las **ventas de locales equivalentes (SSS)** aumentaron en un 13,2% durante 2022 y en 8,4% en el cuarto trimestre, con un desempeño por formato alineado al crecimiento en los ingresos: Unimarc registró un aumento de 9,1% en 2022 (3,6% en 4T22), mientras que los formatos mayoristas tuvieron un incremento de 23,5% en 2022 (20,9% en 4T22). Tal como se señaló más arriba, el buen desempeño en ventas obedece a las atractivas propuestas de valor de cada formato, satisfaciendo las necesidades de sus clientes e impulsando una recuperación en el número de transacciones.

En el caso de Supermercados Perú—que representa aproximadamente el 2% de los ingresos de SMU—las SSS (medido en soles) disminuyeron 1,1% en 2022 y 2,4% en 4T22, reflejando la alta base de comparación del 4T21 y una mayor competencia con el canal tradicional. Sin embargo, las tiendas nuevas aperturadas en el norte de Perú en el último tiempo, no consideradas en el cálculo de las SSS, han tenido un desempeño por sobre lo proyectado para su primer año de apertura.

**Cuadro 4: Evolución de las Ventas por Metro Cuadrado (CLP M/M<sup>2</sup>)**

VENTAS POR M <sup>2</sup> (CLP M/M <sup>2</sup> )	4T22	4T21	$\Delta$ %	2022	2021	$\Delta$ %
SUPERMERCADOS CHILE	522,7	484,5	7,9%	487,7	463,1	5,3%
SUPERMERCADOS PERÚ	319,4	284,2	12,4%	274,7	249,3	10,2%
TOTAL SUPERMERCADOS	515,1	476,8	8,0%	479,7	455,0	5,4%



Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 479.730. para el año 2022, un 5,4% mayor que en 2021. En Chile se registró un aumento de 5,3%, mientras que en Perú el aumento (medido en pesos chilenos) fue de 10,2%, muy en línea con el crecimiento de ingresos. Con respecto al cuarto trimestre, las ventas por metro cuadrado alcanzaron CLP 515.083, un aumento de 8,0% con respecto al 4T21.

**Cuadro 5: Número de Locales y Superficie de Ventas (Miles de M<sup>2</sup>)**

N° LOCALES	4T22		4T21		SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M <sup>2</sup> )	4T22		4T21	
	APER.	CIER.	APER.	CIER.		APER.	CIER.	APER.	CIER.
UNIMARC	285		283		UNIMARC	348		347	
MAYORISTAS	95		96		MAYORISTAS	122		124	
SUPERMERCADOS CHILE	380		379		SUPERMERCADOS CHILE	470		470	
SUPERMERCADOS PERÚ	29		26		SUPERMERCADOS PERÚ	20		18	
TOTAL SUPERMERCADOS	409		405		TOTAL SUPERMERCADOS	490		487	

**Cuadro 6: Evolución de Aperturas y Cierres de Locales**

APERTURAS Y CIERRES	4T21		1T22		2T22		3T22		4T22	
	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.
UNIMARC	1	1	1	3	0	0	3	0	1	0
MAYORISTAS	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
SUPERMERCADOS CHILE	2	1	1	3	0	1	3	0	1	0
SUPERMERCADOS PERÚ	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0

Al cierre del cuarto trimestre de 2022, SMU cuenta con 380 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, similar a los 379 locales al cierre del 4T21, y un total de 469.959 metros cuadrados. En Perú, se totaliza 29 locales, que representan 19.734 metros cuadrados, lo que da un total de **409 tiendas** y **489.693 metros cuadrados** entre Chile y Perú.

Durante el año 2022, la Compañía abrió cinco locales de Unimarc, ubicados en cuatro regiones distintas del país, y tres locales de Maxiahorro, en Piura. Adicionalmente, reabrió un local de Alvi que estuvo cerrado desde enero de 2020, luego de actos vandálicos ocurridos en el contexto de la crisis social. Por otra parte, durante el período se sacaron de la base tres tiendas de Unimarc y una tienda de Alvi que dejaron de operar en el cuarto trimestre de 2019 (enero 2020 en el caso de Alvi), en el mismo contexto.



## 1.1.2 Gastos de Distribución y Gastos de Administración

Los **gastos operacionales** (gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación y amortización)) totalizaron CLP 568.962 millones en 2022, un aumento de 15,0% con respecto a los CLP 494.951 millones registrados en 2021. Como proporción de la venta, los gastos operacionales fueron un 20,1% en 2022, similar al período anterior, en el cual fueron 20,0%. Con respecto al cuarto trimestre de 2022, los gastos operacionales alcanzaron los CLP 158.225 millones (20,7% de la venta), un aumento de 17,1% con respecto a los CLP 135.077 millones (19,4% de la venta) del 4T21.

Los **gastos de distribución** de 2022 alcanzaron CLP 38.912 millones, un incremento de 23,8% con respecto a 2021. Como porcentaje de la venta, los gastos de distribución alcanzaron 1,4% en 2022 frente a 1,3% en 2021. En el 4T22, los gastos de distribución alcanzaron CLP 10.459 millones (1,4% de la venta), un incremento de un 19,1% con respecto a los CLP 8.778 millones (1,3% de la venta) del 4T21. El incremento en los gastos de distribución se explicó principalmente por el alza en el precio del petróleo, sumado a los altos niveles de inflación, variables que afectan el polinomio de las tarifas de transporte.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) totalizaron CLP 530.051 millones (18,8% de la venta) en el año 2022, con un aumento de 14,4% respecto a los CLP 463.520 millones (18,7% de la venta) registrados en 2021. Asimismo, en el cuarto trimestre de 2022, ascendieron a CLP 147.766 millones (19,3% de la venta), un aumento de 17,0% con respecto a los CLP 126.299 millones (18,2% de la venta) del 4T21.

Las principales variaciones en los gastos de administración para el año 2022 son:

- a. Aumento de CLP 27.722 millones (+11,8% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (11,9%), ajustes de inflación (9,7%) y aperturas y reaperturas de locales en 2022, parcialmente compensado por una menor dotación promedio.
- b. Aumento de CLP 14.979 millones (+17,2% a/a) en servicios, principalmente explicado por alzas en las tarifas de servicios de seguridad, de aseo, y servicios básicos, los cuales están fuertemente ligados a alzas de inflación y salario mínimo, además de un mayor gasto asociado a mayores ventas en Unimarc.cl.
- c. Aumento de CLP 5.541 millones (+29,6% a/a) en comisión tarjetas, debido principalmente al mayor uso de tarjetas de crédito y débito como medio de pago, las mayores tasas de cobro por el nuevo modelo de cuatro partes, y además el incremento en la venta.
- d. Aumento de CLP 4.116 millones (+31,2%) en servicios externos, principalmente debido a asesorías y consultorías en proyectos estratégicos.
- e. Aumento de CLP 3.742 millones (+21,4% a/a) en servicios informáticos, debido principalmente a la implementación de iniciativas estratégicas, incluyendo nuevos módulos de SAP y mejoras a las plataformas de e-commerce, además de aumentos asociados al valor de la UF y del dólar.
- f. Aumento de CLP 2.125 millones (+8,3% a/a) en arriendos y gastos comunes, debido principalmente a la inflación, la apertura de nuevas tiendas y mayores pagos variables asociados a la mayor venta.
- g. Aumento de CLP 1.461 millones (+10,8%) en gastos de publicidad.



Las principales variaciones en los gastos de administración en el cuarto trimestre de 2022 son:

- Aumento de CLP 12.037 millones (+18,8% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por alzas en el salario mínimo y reajustes por IPC, además de nuevas aperturas de tiendas, y gastos por incentivos de desempeño.
- Aumento de CLP 3.219 millones (+14,2% a/a) en servicios, principalmente explicado por aumentos de tarifas en servicios básicos, servicios de aseo y servicios de seguridad, asociados a la mayor inflación y aumento de salario mínimo durante el período (importantes componentes del costo de estos servicios).
- Aumento de CLP 2.108 millones (+60,2%) en servicios externos, principalmente debido a asesorías y consultorías en proyectos estratégicos.
- Aumento de CLP 1.400 millones (+24,6% a/a) en comisión tarjetas, debido principalmente al mayor uso de tarjetas de crédito y débito como medio de pago en el período y las mayores tasas de cobro por el nuevo modelo de cuatro partes, además del incremento en la venta.

**Cuadro 7: Dotación Promedio**

DOTACIÓN PROMEDIO	4T22	4T21	Δ%	2022	2021	Δ%
LOCALES CHILE	21.278	22.299	-4,6%	21.802	22.540	-3,3%
CORPORATIVO CHILE	2.160	2.020	7,0%	2.078	2.017	3,0%
SUPERMERCADOS CHILE	23.439	24.318	-3,6%	23.881	24.557	-2,8%
LOCALES PERÚ	557	529	5,2%	538	489	10,0%
CORPORATIVO PERÚ	163	165	-1,2%	162	158	2,8%
SUPERMERCADOS PERÚ	720	694	3,6%	700	647	8,2%
TOTAL SUPERMERCADOS	24.158	25.013	-3,4%	24.580	25.204	-2,5%



### 1.1.3 Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

La **ganancia bruta** para el 2022 alcanzó los CLP 835.295 millones, un aumento de 15,9% con respecto a los CLP 720.731 millones generados en 2021. Con respecto al cuarto trimestre, la ganancia bruta alcanzó CLP 232.005 millones, un aumento de 18,1% con respecto a los CLP 196.483 millones del 4T21. El margen bruto porcentual alcanzó 29,6% en 2022, mayor en 40 puntos base con respecto al 29,2% de 2021. Con respecto al cuarto trimestre, el margen bruto alcanzó 30,3%, mayor en 210 pb con respecto al 28,2% del 4T21, reflejando la mayor eficiencia comercial.

El **margen de contribución** de 2022 alcanzó CLP 796.383 millones (28,2% de los ingresos), un aumento de 15,5% con respecto a los CLP 689.300 millones (27,9% de los ingresos) de 2021. En el 4T22 alcanzó CLP 221.547 millones (28,9% de los ingresos), un aumento de 18,0% con respecto a los CLP 187.705 millones (27,0% de los ingresos) del 4T21.

El **EBITDA** de 2022 ascendió a CLP 266.332 millones, un incremento de un 18,0% con respecto a los CLP 225.780 millones del año 2021. El margen EBITDA de 2022 alcanzó un 9,4%, mientras que en 2021 fue 9,1%, implicando un alza de 30 pb. En cuanto al 4T22, el EBITDA alcanzó CLP 73.780 millones, un aumento de 20,2% con respecto a los CLP 61.406 millones del 4T21. El margen EBITDA del 4T22 alcanzó 9,6%, mayor en 80 pb con respecto al 8,8% del 4T21, reflejando el aumento de 210 pb en el margen bruto, parcialmente compensado por el aumento de 130 pb en los gastos sobre venta.

El **EBITDA ajustado por arriendo de locales** (EBITDA considerando todos los gastos de arriendo, incluyendo aquellos que no se incluyen en los gastos de administración, producto de la NIIF 16) de 2022 alcanzó CLP 188.296 millones, mayor en un 20,0% con respecto a los CLP 156.858 millones del año 2021. En el 4T22, alcanzó CLP 52.817 millones, mayor en un 19,7% con respecto a los CLP 44.109 millones del 4T21.



## 1.2 Resultado No Operacional<sup>3</sup> e Impuesto a las Ganancias

El **resultado no operacional** de SMU totalizó una pérdida de CLP -86.213 millones en el año 2022, una variación de CLP 3.271 millones con respecto a la pérdida de CLP -89.484 millones registrada en 2021. Las principales variaciones son:

- a. **Pérdidas por unidades de reajuste:** variación negativa de CLP 30.678 millones, por la mayor inflación en el período con respecto a 2021.
- b. **Otras ganancias (pérdidas):** variación positiva de CLP 30.143 millones, principalmente debido a dos efectos no recurrentes: (i) Ganancia por CLP 18.034 millones en 2022 por la venta de OK Market, materializada el 28 de febrero; y (ii) Pérdida por CLP 13.142 millones en 2021 por el plan de optimización de estructura organizacional, como consecuencia de las iniciativas de eficiencia operacional en el marco del plan estratégico de la Compañía que considera la incorporación de herramientas tecnológicas y rediseños de procesos en tiendas. Este plan se implementó en febrero 2021 y comenzó a generar ahorros desde marzo del mismo año.
- c. **Ingresos financieros:** variación positiva de CLP 9.958 millones, producto de mayores colocaciones por los mayores excedentes de caja disponibles en el período, así como de las mayores tasas de interés disponibles en el mercado.
- d. **Costos financieros:** variación negativa de CLP 5.196 millones, principalmente explicado por el incremento en el valor de la UF, afectando los costos financieros asociados a pasivos denominados en UF.

Con respecto al cuarto trimestre de 2022, la pérdida no operacional alcanzó CLP -23.586 millones, una variación positiva de CLP 1.828 millones con respecto a los CLP -25.415 millones del 4T21. Las principales variaciones son:

- a. **Ingresos financieros:** variación positiva de CLP 2.505 millones, producto de mayores colocaciones por los mayores excedentes de caja disponibles en el período, así como de las mayores tasas de interés disponibles en el mercado.
- b. **Costos financieros:** variación negativa de CLP 1.586 millones, principalmente explicado por el incremento en el valor de la UF, afectando los costos financieros asociados a pasivos denominados en UF.
- c. **Pérdidas por unidades de reajuste:** variación positiva de CLP 1.388 millones, por la menor inflación en el período con respecto a 4T21.

El **ingreso por impuestos a las ganancias** de 2022 alcanzó CLP 42.973 millones, una variación de CLP 29.574 millones con respecto a los CLP 13.399 millones registrados en 2021, por la corrección monetaria de las pérdidas tributarias acumuladas, afectadas por la mayor inflación del período. En el cuarto trimestre de 2022, en tanto, el ingreso por impuestos a las ganancias alcanzó CLP 5.489 millones, una variación negativa de CLP 5.159 millones con respecto al ingreso de CLP 10.648 millones registrado en 4T21. La variación se explica principalmente por el mejor resultado antes de impuestos, incrementando el gasto por impuesto, junto con una menor inflación, generando una menor corrección monetaria de las pérdidas tributarias.

<sup>3</sup> Resultado No Operacional = Ingresos y Costos Financieros + Participación en las Ganancias/Pérdidas de Asociadas + Diferencias de Cambio + Resultado por Unidades de Reajustes + Otros Ingresos y Gastos



### 1.3 Resultados de Operaciones Discontinuas: OK Market

Los resultados del negocio OK Market se presentan consolidados en una línea, “Utilidad del período de operaciones discontinuadas” (ver Nota Sobre Presentación y Comparación de Información, página 2).

Las utilidades de operaciones discontinuadas alcanzaron CLP 535 millones durante 2022, una disminución de un 90,8% con respecto a los CLP 5.841 millones del 2021. Lo anterior se debe al hecho de que OK Market sólo formó parte del Grupo SMU hasta el 28 de febrero de 2022, por lo que los resultados del año 2022 solo incluyen dos meses de operaciones, mientras que los resultados del período 2021 incluyen el año completo.

### 1.4 Resultado Neto

La **utilidad neta** de 2022 alcanzó CLP 132.059 millones, mayor en CLP 56.353 millones (74,4%) con respecto a los CLP 75.707 millones obtenidos en 2021, explicado en gran parte por la mejora de CLP 40.553 millones en el EBITDA. Asimismo, la venta del negocio de conveniencia OK Market generó una ganancia no recurrente por aproximadamente CLP 20.000 millones en el año. Sin considerar este efecto, el aumento en la utilidad habría sido de un 48%. En cuanto al cuarto trimestre, la utilidad neta aumentó 7,7%, llegando a CLP 31.223 millones en 4T22, también explicado principalmente por el mejor resultado operacional.





## 2. Análisis del Estado de Situación Financiera

**Cuadro 8: Estado de Situación Financiera al 31 de diciembre de 2022 y 2021**

(Millones CLP)	Diciembre 2022	Diciembre 2021	Δ s	Δ %
<b>ACTIVOS</b>				
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	124.531	113.794	10.737	9,4%
Otros Activos Financieros Corrientes	6.734	8	6.726	81.062,0%
Otros Activos No Financieros Corrientes	35.737	28.496	7.241	25,4%
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	81.633	93.719	(12.086)	(12,9%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	401	16.004	(15.602)	(97,5%)
Inventarios	245.353	231.874	13.479	5,8%
Activos por Impuestos Corrientes	2.844	2.698	147	5,4%
Activos No Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta	-	41.666	(41.666)	(100,0%)
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>497.235</b>	<b>528.259</b>	<b>(31.024)</b>	<b>(5,9%)</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>				
Otros Activos Financieros No Corrientes	396	1.713	(1.317)	(76,9%)
Otros Activos No Financieros No Corrientes	3.921	2.270	1.652	72,8%
Cuentas por Cobrar No Corrientes	41.358	2.351	39.007	1.659,3%
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	3.253	13.750	(10.498)	(76,3%)
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	67.473	61.514	5.960	9,7%
Plusvalía	472.939	472.573	366	0,1%
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	762.790	713.965	48.825	6,8%
Activos por Impuestos Diferidos	479.271	424.088	55.183	13,0%
<b>Total Activos No Corrientes</b>	<b>1.831.402</b>	<b>1.692.224</b>	<b>139.178</b>	<b>8,2%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>2.328.637</b>	<b>2.220.482</b>	<b>108.154</b>	<b>4,9%</b>
<b>PASIVOS</b>				
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	164.346	146.700	17.646	12,0%
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	446.798	423.762	23.036	5,4%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	1.017	918	99	10,8%
Otras Provisiones Corrientes	3.033	2.193	841	38,3%
Pasivos por Impuestos Corrientes	257	139	118	85,3%
Beneficios a los Empleados	26.223	34.647	(8.424)	(24,3%)
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	10.765	7.378	3.387	45,9%
Pasivos No Corrientes o Grupos de Pasivos para su Disposición Clasificados como Mantenidos para la Venta	-	10.877	(10.877)	(100,0%)
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>652.438</b>	<b>626.612</b>	<b>25.826</b>	<b>4,1%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	876.600	838.520	38.080	4,5%
Cuentas por Pagar No Corrientes	0	1	(1)	(100,0%)
Pasivos por Impuestos Diferidos	0	74	(74)	(100,0%)
Beneficios a los Empleados	12.267	2.514	9.753	387,9%
Otros Pasivos No Financieros No Corrientes	-	-	-	-
<b>Total Pasivos No Corrientes</b>	<b>888.868</b>	<b>841.109</b>	<b>47.758</b>	<b>5,7%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>1.541.305</b>	<b>1.467.721</b>	<b>73.584</b>	<b>5,0%</b>
<b>PATRIMONIO</b>				
Capital Emitido	523.742	523.742	-	0,0%
Acciones Propias en Cartera	(833)	0	(833)	-
Utilidad (Pérdida) Acumulada	114.582	79.858	34.724	43,5%
Otras Reservas	145.428	149.161	(3.733)	(2,5%)
<b>Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora</b>	<b>782.919</b>	<b>752.761</b>	<b>30.158</b>	<b>4,0%</b>
<b>Participaciones No Controladoras</b>	<b>4.412</b>	<b>-</b>	<b>4.412</b>	<b>-</b>
<b>Total Patrimonio</b>	<b>787.331</b>	<b>752.761</b>	<b>34.570</b>	<b>4,6%</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>2.328.637</b>	<b>2.220.482</b>	<b>108.154</b>	<b>4,9%</b>



## 2.1 Activos

Al 31 de diciembre de 2022, los **activos totales** de SMU aumentaron en CLP 108.154 millones (4,9%) con respecto al 31 de diciembre de 2021, totalizando CLP 2.328.637 millones.

Los **activos corrientes** al 31 de diciembre de 2022 disminuyeron en CLP 31.024 millones (5,9%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 497.235 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Disminución de CLP 41.666 millones en activos mantenidos para la venta, producto de la materialización de la venta del negocio de OK Market durante el primer trimestre (ver Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información, página 2).
- b. Disminución de CLP 15.602 millones en cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes, producto de los ajustes de eliminación dictados por la consolidación de las sociedades de servicios financieros (ver Nota Sobre Presentación y Comparación de Información, página 2).
- c. Aumento de CLP 13.479 millones en inventarios, principalmente debido al aumento del costo de las mercaderías por aumento de costo de los proveedores.
- d. Disminución de CLP 12.086 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, principalmente explicado por el traspaso de corriente a no corriente de la cuenta por cobrar por el recupero del seguro por daño físico y lucro cesante asociado a los actos vandálicos ocurridos a partir del 18 de octubre de 2019 por CLP 39.610 millones. El cambio obedece al horizonte de tiempo de los plazos de cobro, asociado al juicio arbitral a llevarse a cabo entre SMU y las compañías de seguros; sin embargo, la Compañía mantiene su estimación de una alta probabilidad de recupero de los valores reclamados por estos siniestros, basado en la ratificación del liquidador de la cobertura y valores asociados, así como también de la opinión de los abogados asesores expertos en esta materia. Lo anterior, parcialmente compensado por (i) un aumento en las cuentas por cobrar a Transbank, debido a las fechas de corte de fin de año, y (ii) el aumento por la incorporación de la cartera de servicios financieros neta, debido a la consolidación de estas sociedades.
- e. Aumento de CLP 10.737 millones en efectivo y equivalente al efectivo, debido a las variaciones que se describen en la Sección 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo.
- f. Aumento de CLP 7.241 millones en la cuenta otros activos no financieros corrientes, debido principalmente a un mayor IVA crédito fiscal, además de mayores seguros pagados anticipadamente, por la renovación de las pólizas de seguro.
- g. Aumento de CLP 6.726 millones en otros activos financieros corrientes, lo cual se explica principalmente por una mayor inversión en depósitos a plazo.

Los **activos no corrientes** al 31 de diciembre de 2022 aumentaron en CLP 139.178 millones (8,2%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 1.831.402 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Aumento de CLP 55.183 millones en activos por impuestos diferidos, lo cual es explicado por un aumento a las pérdidas fiscales, debido a la corrección monetaria y a la venta de OK Market.



- b. Aumento de CLP 48.825 millones en propiedades, plantas y equipos neto, explicado principalmente por las nuevas adiciones del período (CLP 137.680 millones), parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 81.962 millones) y las bajas o ventas de activo fijo por CLP \$5.137 millones.
- c. Aumento de CLP 39.007 millones en cuentas por cobrar no corrientes, principalmente debido al traspaso de corriente a no corriente de la cuenta por cobrar por el recupero del seguro por daño físico y lucro cesante asociado a los actos vandálicos ocurridos a partir del 18 de octubre de 2019 por CLP 39.610 millones. El cambio obedece al horizonte de tiempo de los plazos de cobro, asociado al juicio arbitral a llevarse a cabo entre SMU y las compañías de seguros; sin embargo, la Compañía mantiene su estimación de una alta probabilidad de recupero de los valores reclamados por estos siniestros, basado en la ratificación del liquidador de la cobertura y valores asociados, así como también de la opinión de los abogados asesores expertos en esta materia.
- d. Disminución de CLP 10.498 millones en inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación, debido a la consolidación de las sociedades de servicios financieros antes consideradas en esta cuenta, quedando sólo Unired por CLP 3.253 millones.
- e. Aumento de CLP 5.960 millones en activos intangibles distintos de la plusvalía, debido principalmente a las nuevas adiciones del período (CLP 10.622 millones) y la consolidación de las sociedades financieras (CLP 2.124 millones), parcialmente compensado por la amortización del período (CLP 9.606 millones).

## 2.2 Pasivos

Al 31 de diciembre de 2022, los **pasivos totales** de SMU aumentaron en CLP 73.584 millones (5,0%) con respecto al 31 de diciembre de 2021, totalizando CLP 1.541.305 millones.

Los **pasivos corrientes** al 31 de diciembre de 2022 aumentaron en CLP 25.826 millones (4,1%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 652.438 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- a. Aumento de CLP 23.036 millones en cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes, explicado principalmente por la fecha de corte de pago.
- b. Aumento de CLP 17.646 millones en otros pasivos financieros corrientes, explicado principalmente por:
  - a. Obligaciones con el público: aumento de CLP 28.911 millones, explicado por (a) traspaso al corriente de las próximas cuotas de amortización de los bonos series B, T y AL (CLP 85.650 millones) y (b) incremento de la UF en el período y los intereses devengados, parcialmente compensado por pagos de los bonos series B, T y AL durante el período por CLP 62.809 millones.
  - b. Obligaciones por derechos de uso: aumento de CLP 7.400 millones, debido a (a) contratos de arriendo nuevos y modificados y (b) reajustes de UF, compensado por pagos de arriendo realizados en el período.
  - c. Préstamos bancarios: disminución de CLP 18.665 millones, debido a (a) pagos realizados durante el período por CLP 13.000 millones, y (b) el traspaso al no corriente



de CLP 6.000 millones de deuda que se refinanció a mayor plazo.

- c. Disminución de CLP 10.877 millones en pasivos mantenidos para la venta, producto de la materialización de la venta del negocio de OK Market durante el primer trimestre (ver Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información, página 2).
- d. Disminución de CLP 8.424 millones en beneficios a los empleados, explicado principalmente por una menor provisión de beneficios y bonos (CLP 10.172 millones), por el pago de bonos al personal durante el período, parcialmente compensado por nuevas provisiones de bonos. Adicionalmente, la provisión de vacaciones aumentó en CLP 1.607 millones, reflejando los mayores sueldos que se ajustaron por inflación y salario mínimo.
- e. Aumento de CLP 3.387 millones en otros pasivos no financieros corrientes, explicado principalmente por un aumento de CLP 3.194 millones en IVA débito fiscal.

Los **pasivos no corrientes** al 31 de diciembre de 2022 aumentaron en CLP 47.758 millones (5,7%) respecto de diciembre de 2021, totalizando CLP 888.868 millones.

Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Aumento de CLP 38.080 millones en otros pasivos financieros no corrientes, explicado principalmente por:
  - i. Obligaciones por derechos de uso: aumento de CLP 28.536 millones, debido a la variación de la UF y la incorporación de nuevos contratos de arriendo.
  - ii. Préstamos bancarios: aumento de CLP 6.000 millones debido al traspaso a no corriente de una deuda que se refinanció a mayor plazo.
  - iii. Obligaciones con el público: aumento de CLP 1.381 millones, debido a la colocación de los bonos serie AO (UF 1 millón) en marzo de 2022, además de la variación de la UF, parcialmente compensado por el traspaso al corriente de las próximas cuotas de amortización de los bonos series B, T y AL.
- b. Aumento de CLP 9.753 millones en beneficios a los empleados, debido a la provisión de bonos de incentivo a largo plazo.

## 2.3 Patrimonio

El **patrimonio** presenta un aumento de CLP 34.570 millones (4,6%), explicado principalmente por la variación de CLP 34.724 millones en resultados acumulados, reflejando el efecto neto del resultado del período (CLP 132.059 millones) menos los dividendos pagados (CLP 97.364 millones).



### 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo

**Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los años terminados al 31 de diciembre de 2022 y 2021**

(Millones CLP)	Diciembre 2022	Diciembre 2021	Δ \$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	270.586	239.846	30.741
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	(11.881)	(47.196)	35.314
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(247.967)	(276.572)	28.605
<b>Incremento (Disminución) Neto en el Efectivo y Equivalentes al efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio</b>	<b>10.737</b>	<b>(83.922)</b>	<b>94.660</b>
<b>Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo</b>	<b>10.737</b>	<b>(83.922)</b>	<b>94.660</b>
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	113.794	197.716	(83.922)
<b>Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período</b>	<b>124.531</b>	<b>113.794</b>	<b>10.737</b>

En el año 2022, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 270.586 millones, mayor en CLP 30.741 millones con respecto a los CLP 239.846 millones obtenidos en 2021. Durante el período, los cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios aumentaron en CLP 360.663 millones; pagos a proveedores en CLP 301.890 millones; pagos a empleados en CLP 11.433 millones; y otros pagos operacionales en CLP 29.066 millones, principalmente asociado a pagos de IVA por la mayor venta. Por otra parte, los intereses recibidos aumentaron en CLP 10.036 millones.

El flujo utilizado en **actividades de inversión** alcanzó una salida neta de CLP -11.881 millones en 2022, una variación de CLP 35.314 millones con respecto a la salida neta de CLP -47.196 millones de 2021. La principal entrada de efectivo en el período corresponde a la venta de OK Market (CLP 49.100 millones), mientras que la principal salida corresponde al **CAPEX**, que incluye las compras de propiedades, planta y equipo y también las compras de activos intangibles, y totaliza CLP 56.876 millones en 2022 y CLP 46.708 millones en 2021.

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó una salida neta de CLP -247.967 millones en 2022, principalmente explicado por (i) pagos de dividendos por CLP 97.364 millones; (ii) reembolsos de préstamos por CLP 78.401 millones (bonos series B, T y AL y deuda bancaria); (iii) pagos de pasivos por arrendamiento financiero por CLP 51.760 millones; y (iv) pagos de intereses por CLP 51.429 millones; parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos de largo plazo por CLP 31.820 millones, por la colocación de los bonos serie AO en marzo. Asimismo, en 2021, se alcanzó una salida neta de CLP -276.572 millones, principalmente explicado por: (i) reembolsos de préstamos por CLP 120.600 millones; (ii) pagos de dividendos por CLP 57.413 millones; (iii) pagos de pasivos por arrendamiento financiero por CLP 48.598 millones; y (iv) pagos de intereses por CLP 49.961 millones.



## 4. Indicadores Financieros

**Cuadro 10: Indicadores Financieros**

			Dic. 2022	Dic. 2021
<b>LIQUIDEZ</b>				
Índice de Liquidez	veces	$\text{Activo corriente} / \text{Pasivo corriente}$	0,76	0,84
Razón Ácida	veces	$(\text{Activo corriente menos inventario}) / \text{Pasivo corriente}$	0,39	0,47
<b>ENDEUDAMIENTO</b>				
Pasivo Exigible / Activos Totales	veces	$\text{Total pasivos} / \text{Total activos}$	0,66	0,66
Pasivo Exigible / Patrimonio	veces	$\text{Total pasivos} / \text{Patrimonio}$	1,96	1,95
Deuda Financiera Neta / Patrimonio	veces	$(\text{Otros pasivos financieros corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso corrientes} + \text{Otros pasivos financieros no corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso no corrientes} - \text{Efectivo y equivalentes al efectivo}) / \text{Patrimonio}$	0,54	0,55
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	$\text{Total pasivos corrientes} / \text{Total pasivos}$	42,33	42,69
Pasivo Financiero Neto / EBITDA	veces	$(\text{Otros pasivos financieros corrientes} + \text{Otros pasivos financieros no corrientes} - \text{Efectivo y equivalentes al efectivo}) / \text{EBITDA de los últimos 12 meses}$	3,44	3,86
<b>ACTIVIDAD</b>				
Rotación de Inventarios	días	$\text{Inventario promedio del período} / \text{Costo de ventas diario del período}$	43,14	43,22
Rotación de Cuentas por Cobrar	días	$\text{Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes promedio del período} / (\text{Ingreso por actividades ordinarias diario del período} \times 1,19)$	9,38	11,33
Rotación de Cuentas por Pagar	días	$\text{Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes promedio del período} / (\text{Costo de ventas diario del período} \times 1,19)$	66,14	67,90
<b>EFICIENCIA (Anualizado)</b>				
Cobertura de Gastos Financieros (Últimos 12 meses)	veces	$\text{EBITDA de los últimos 12 meses} / (\text{gastos financieros de los últimos 12 meses} - \text{ingresos financieros de los últimos 12 meses})$	6,42	4,88
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%		29,55	29,15
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM		266.332	225.780
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%		9,42	9,13
<b>RENTABILIDAD (Anualizado)</b>				
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	$\text{Utilidad últimos 12 meses} / \text{Activos totales}$	5,67	3,41
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	$\text{Utilidad últimos 12 meses} / (\text{Activos totales} - \text{plusvalía})$	7,12	4,33
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	$\text{Utilidad últimos 12 meses} / \text{Patrimonio}$	16,77	10,06
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	$\text{Resultado operacional últimos 12 meses} / (\text{Cuentas por cobrar} + \text{inventarios} + \text{intangibles} + \text{plusvalía} + \text{propiedad, planta y equipos})$	10,72	9,27
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	$\text{Resultado operacional últimos 12 meses} / (\text{Cuentas por cobrar} + \text{inventarios} + \text{intangibles} + \text{propiedad, planta y equipos})$	15,10	13,26
<b>EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales</b>				
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	CLP MM	$\text{EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración}$	188.296	156.859
Cobertura de Gastos Financieros Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	veces	$\text{EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses} / (\text{gastos financieros de los últimos 12 meses} - \text{intereses por obligaciones por derechos de uso de los últimos 12 meses} - \text{ingresos financieros de los últimos 12 meses})$	17,52	9,48
Deuda Financiera Neta/EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales	veces	$(\text{Otros pasivos financieros corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso corrientes} + \text{Otros pasivos financieros no corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso no corrientes} - \text{Efectivo y equivalentes al efectivo}) / \text{EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses}$	2,26	2,66



Con respecto a los indicadores de **liquidez**, la variación entre diciembre 2021 y diciembre 2022 se explica porque los activos corrientes disminuyeron, mientras que los pasivos corrientes aumentaron, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, la mejora en el indicador pasivo financiero net / EBITDA se explica por el aumento en el EBITDA, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **actividad**, las principales variaciones se observan en la rotación de cuentas por cobrar corrientes, producto de la disminución de este rubro, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **eficiencia y rentabilidad**, las mejoras se explican principalmente por el aumento del EBITDA, resultado operacional y utilidades de los últimos 12 meses, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento.

## 5. Gestión de Riesgos

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 31 de diciembre de 2022, se encuentra una descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía, así como de las medidas utilizadas para mitigar dichos riesgos.



## 6. Hechos Relevantes del Período

1. Con fecha 28 de febrero de 2022, mediante hecho esencial, se comunicó:
  - a) Tal como se informó mediante hecho esencial de fecha 8 de octubre de 2020, Supermercados Chile S.A. e Inversiones SMU SpA (conjuntamente denominados como los “Vendedores”), ambas sociedades filiales de la Sociedad y dueñas del 100% del capital accionario de OK Market S.A. (“OK Market”), celebraron un acuerdo vinculante (en adelante el “Acuerdo”) con FEMSA Comercio, S.A. de C.V. (en adelante “FEMSA” y conjuntamente con los Vendedores, denominadas como las “Partes”), para la venta del 100% del capital accionario de su propiedad en OK Market y de la mercadería que se mantenga en las distintas tiendas de OK Market a la fecha del cierre (en adelante la “Transacción”).
  - b) En el referido hecho esencial se informó que la Transacción se encontraba sujeta a una serie de condiciones para su cierre, incluyendo, entre otras, la aprobación de la Transacción por parte de las autoridades de libre competencia, la negociación y acuerdo del contrato de compraventa de acciones en virtud del cual se transferirán las acciones objeto de la Transacción, y la realización por parte de FEMSA de un due diligence respecto de los Vendedores, OK Market, sus activos y negocios.
  - c) Con fecha 26 de noviembre de 2021 la Fiscalía Nacional Económica (FNE) aprobó la Transacción sujeta al cumplimiento, en su oportunidad, de determinadas medidas de mitigación ofrecidas por las partes.
  - d) Habiéndose cumplido los requerimientos regulatorios que permiten materializar la Transacción y luego de haber concluido de manera satisfactoria el proceso de due diligence realizado por FEMSA, por medio del presente hecho esencial se informa que con fecha de hoy se ha materializado la venta de OK Market, mediante la firma de un contrato de compraventa de acciones.
  - e) El precio percibido por la Sociedad con motivo de la Transacción alcanzó la suma total de CLP 49.473.788.613. Tal como fue señalado en el hecho esencial de fecha 8 de octubre de 2020, el Directorio de SMU aprobó que los fondos procedentes de esta transacción vayan principalmente a potenciar la ejecución de su plan estratégico.
  - f) Se estima que el impacto en las utilidades de la Sociedad del primer trimestre de 2022 será de aproximadamente CLP 20.000 millones.
2. Con fecha 15 de marzo de 2022, mediante hecho esencial, se comunicó la colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador de la Serie AO (código nemotécnico BCSMU-AO), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la CMF bajo el número 1.098 (en adelante los “Bonos Serie AO”). Los Bonos Serie AO se colocaron a una tasa de interés de 6,25%, con una tasa anual de carátula de 6,3% y con vencimiento al 1 de marzo de 2027.
 

La colocación de los Bonos Serie AO se realizó por una suma total de 1.000.000 de Unidades de Fomento. Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos Serie AO se destinarán, en su totalidad, al refinanciamiento de pasivos financieros de la Sociedad.
3. Con fecha 28 de marzo de 2022, mediante hecho esencial, se comunicó que el Directorio de SMU S.A. acordó
  - a. Citar a Junta Ordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta”) de la Sociedad para el día 21 de abril de 2022, a las 10:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle





Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, y someter a consideración de la Junta todos los asuntos de su competencia, incluyendo las siguientes materias:

- Pronunciamiento sobre la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2021;
  - Pronunciamiento sobre el Informe de los Auditores Externos;
  - Pronunciamiento sobre la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2022 e informar gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2021;
  - Informar sobre las actividades y gastos del Comité de Directores del ejercicio 2021 y determinación de su remuneración y presupuesto para el ejercicio 2022;
  - Dar a conocer la información prevista en el Título XVI de la Ley 18.046;
  - Designación de la Empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2022;
  - Designación de los Clasificadores Privados de Riesgo para el ejercicio 2022;
  - Pago de dividendo y distribución de utilidades del ejercicio 2021;
  - Designación del periódico donde se realizarán las publicaciones de la Sociedad hasta la próxima junta ordinaria de accionistas; y
  - Otras materias de interés social y de competencia de la Junta Ordinaria.
- b. Proponer a la Junta Ordinaria de Accionistas, repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2021, un dividendo de \$3,76549 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$0,65525 por acción, \$2,48282 por acción y \$2,93258 por acción, pagados a partir del 23 de junio 2021, 28 de septiembre de 2021, y 22 de diciembre 2021, respectivamente. Todos ellos corresponden a un monto total de \$56.779.874.116.-, o \$9,83614 por acción. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 29 de abril de 2022 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.
- c. De igual modo, el Directorio en la sesión ya señalada, decidió convocar a Junta Extraordinaria de Accionistas (en adelante la “Junta Extraordinaria”) de la Sociedad, la que se celebrará inmediatamente a continuación de la Junta Ordinaria de Accionistas antes señalada, con el objeto de conocer, tratar y pronunciarse sobre las siguientes materias:
- Aprobar un programa de adquisición de acciones de su propia emisión (el “Programa”) conforme a los artículos 27A a 27C de la Ley de Sociedades Anónimas y las demás normas aplicables.
  - Pronunciarse sobre las características particulares del Programa, en especial sobre: (a) el monto o porcentaje máximo a adquirir, (b) el objetivo y la duración del Programa, que no podrá ser superior a cinco años; (c) delegar en el Directorio la facultad de fijar el precio a pagar por las acciones respectivas, (d) autorizar al Directorio para adquirir directamente en rueda una cantidad representativa de hasta el 1% del capital accionario dentro de cualquier período de doce meses, sin necesidad de aplicar el procedimiento de prorrata, (e) autorizar al Directorio para enajenar las acciones adquiridas, sea mediante oferta preferente a los accionistas o sin oferta preferente previa cuando la cantidad total de acciones a ser vendidas dentro de cualquier período de doce meses no supere el 1% del capital accionario, y (f) demás condiciones que sean pertinentes.
  - En general, adoptar todos los demás acuerdos necesarios para implementar el Programa que se acuerde y las demás resoluciones que al efecto se adopten.



En atención con la Norma de Carácter General N°435 y el Oficio Circular N°1141 dictados por la CMF y en línea con las medidas y recomendaciones sanitarias impartidas por el Gobierno producto del brote del Coronavirus o Covid-19 que afecta actualmente al país, el Directorio ha acordado implementar mecanismos electrónicos que permitan a sus accionistas la asistencia y participación a la Junta por medios remotos. Para tal efecto, la Sociedad informará en su página web, así como en los avisos y citaciones a esta Junta, el mecanismo de participación y la forma en que cada accionista, o su representante, podrá acreditar su identidad y poder, en su caso.

4. Con fecha 31 de marzo, la empresa clasificadora de riesgos ICR mejoró la tendencia de la clasificación de los bonos de SMU desde A (tendencia estable) hasta A (tendencia positiva).
5. Mediante hecho esencial del 21 de abril de 2022, se comunicaron los acuerdos de la Junta Ordinaria de Accionistas, celebrada ese día:
  - a) Aprobar la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2021.
  - b) Aprobar el Informe de los Auditores Externos.
  - c) Aprobar la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2022 y se informó además, de los gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2021.
  - d) Aprobar la remuneración del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2022, junto con informar sobre las actividades y gastos de dicho comité durante el ejercicio 2021.
  - e) Aprobar el informe sobre las operaciones del Título XVI de la Ley 18.046.
  - f) Designar a KPMG Auditores Consultores Limitada como empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2022 y a Feller-Rate Clasificadora de Riesgos Limitada e ICR Compañía Clasificadora de Riesgos Limitada, como clasificadoras de riesgos para el ejercicio 2022.
  - g) Designar al Diario la tercer en su segmento el Pulso como periódico en el cual deberán realizarse las publicaciones sociales.
  - h) Repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2021, un dividendo de \$3,76549 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$0,65525 por acción, \$2,48282 por acción y \$2,93258 por acción, pagados a partir del 23 de junio 2021, 28 de septiembre de 2021, y 22 de diciembre 2021, respectivamente. Todos ellos corresponden a un monto total de \$56.779.874.116.-, o \$9,83614 por acción, equivalente a un 75% de las utilidades del ejercicio 2021; y destinar el saldo de las utilidades del ejercicio 2021, ascendentes a \$18.926.776.778, al fondo de utilidades acumuladas de la Sociedad. Éste se pagaría a contar del día 29 de abril de 2022 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.
  - i) Aprobar una política de dividendos que contemplará distribuir como dividendo a los accionistas hasta el 75% de las utilidades líquidas de cada ejercicio.

De igual modo, en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el mismo día 21 de abril de 2022, se acordó:

- a) Aprobar un programa de adquisición de acciones de su propia emisión conforme a los artículos 27A a 27C de la Ley de Sociedades Anónimas y las demás normas aplicables;
- b) Aprobar que el monto máximo a adquirir sea hasta por el monto de las utilidades retenidas de SMU S.A., no pudiendo mantener en cartera acciones de su propia emisión representativas de un monto superior al 5% de sus acciones suscritas y pagadas;
- c) Aprobar que el plazo de duración del Programa sea de 5 años contados desde la fecha de la Junta y que su objetivo sea que la Compañía pueda realizar inversiones en sus propias acciones, pudiendo obtenerse eventuales beneficios para la sociedad y sus accionistas;



- d) Delegar en el Directorio la facultad de fijar el precio a pagar por las acciones respectivas;
  - e) Autorizar al Directorio para adquirir directamente en rueda una cantidad representativa de hasta el 1% del capital accionario dentro de cualquier período de doce meses, sin necesidad de aplicar el procedimiento de prorrata;
  - f) Autorizar al Directorio para enajenar en bolsa las acciones adquiridas, sea mediante oferta preferente a los accionistas o sin oferta preferente previa cuando la cantidad total de acciones a ser vendidas dentro de cualquier período de doce meses no supere el 1% del capital accionario; y
  - g) Delegar en el Directorio de la Compañía las demás materias necesarias para concretar la adquisición de acciones de propia emisión a efectos de cumplir el objetivo del programa de adquisición de acciones de propia emisión, pudiendo aprobar todas las actuaciones, condiciones, plazos y circunstancias que correspondan.
6. Con fecha 29 de abril de 2022, la clasificadora Feller-Rate cambio las perspectivas de la clasificación de los bonos de la Compañía desde A (perspectivas estables) hasta A (perspectivas positivas).
  7. Mediante hecho esencial de fecha 16 de mayo de 2022, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$37.350.939.015, lo que corresponde a un dividendo de \$6,47041 por acción, con cargo a las utilidades del ejercicio 2022. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del primer trimestre del presente ejercicio. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 6 de junio de 2022 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
  8. Mediante hecho esencial de fecha 30 de mayo de 2022, se informó que, en relación al Programa de adquisición de acciones de propia emisión aprobado por la Junta Extraordinaria de Accionistas el pasado 21 de abril, y de acuerdo a las facultades delegadas por la Junta en el Directorio de la Sociedad, éste último acordó en sesión del día de hoy dar inicio al Programa, facultando a la Administración para adquirir acciones de su propia emisión en bolsa, comprando directamente en rueda, sin necesidad de aplicar el procedimiento de prorrata, una cantidad de acciones representativa de hasta el 1% del capital accionario de la Sociedad, durante un período de 6 meses a contar de esta fecha, debiendo adquirirse las acciones en el precio unitario de mercado que resulte conveniente. Al finalizar el período indicado, el Directorio evaluará la conveniencia de continuar con un nuevo período para la ejecución del Programa.
  9. Con fecha 8 de junio de 2022, se informó que el formato Unimarc había firmado una alianza con el marketplace Mercado Libre para vender productos de supermercado, especialmente alimentos y abarrotes, permitiendo fortalecer la estrategia de crecimiento omnicanal de SMU, y diversificando sus canales de venta.
  10. Mediante hecho esencial de fecha 15 de julio de 2022, se informó lo siguiente:
    - a) Tal como se informó mediante hecho esencial de fecha 27 de julio de 2021, SMU S.A. con Inmobiliaria Santander S.A. (en adelante, "ISSA"), celebraron, con esa misma fecha, un Contrato Marco vinculante para el arrendamiento de locales comerciales donde operaban supermercados de la cadena Montserrat (en adelante el "Acuerdo").
    - b) En el referido hecho esencial se informó que la Transacción se encontraba sujeta a una serie de condiciones para su cierre, incluyendo, entre otras, la aprobación de la Transacción por parte de las autoridades de competencia y la realización por parte de SMU de un due diligence respecto de los locales comerciales de ISSA.
    - c) Habiéndose aprobado la Transacción por parte de las autoridades de competencia y luego



de haber concluido el proceso de due diligence SMU e ISSA han celebrado los contratos de arrendamiento correspondientes a 21 locales comerciales, en los cuales operaban supermercados de la cadena Montserrat (en adelante los “Contratos de Arrendamiento”).

- d) De cumplirse los términos y condiciones establecidos en los Contratos de Arrendamiento, ISSA hará entrega de los locales comerciales a SMU, de manera que se puedan iniciar los trabajos de habilitación y demás que correspondan a fin de comenzar a operar los supermercados respectivos. Asimismo, en la misma fecha en que se realice la entrega de cada local comercial, SMU o una sociedad filial suscribirá un contrato de compraventa de los bienes muebles ubicados al interior de cada local comercial.
  - e) Al 15 de julio de 2022, no es posible determinar con precisión el impacto que los hechos informados, mediante el hecho esencial, pudieran tener en los estados financieros de la Sociedad.
11. Con fecha 1 de agosto de 2022, se anunció el lanzamiento de la app App Alvi Compras, el canal de e-commerce del supermercado mayorista Alvi, mediante el cual los socios comerciantes de la cadena podrán realizar sus compras de manera online. Con esta nueva incorporación, SMU continúa avanzando en el desarrollo de su estrategia omnicanal, sumando este medio para la compra digital a Unimarc.cl, App Unimarc y las alianzas con Mercado Libre y los last milers como Rappi y Pedidos Ya.
  12. Mediante hecho esencial de fecha 16 de agosto de 2022, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$16.267.800.721, lo que corresponde a un dividendo de \$2,82270 por acción, con cargo a las utilidades del ejercicio 2022. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del segundo trimestre del presente ejercicio. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 6 de septiembre de 2022 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
  13. Con fecha 26 de septiembre de 2022, se anunció que la clasificadora ICR mejoró la clasificación de riesgo local de la Compañía, desde la categoría A (con perspectivas positivas) hasta la categoría A+ (con perspectivas estables).
  14. Con fecha 5 de octubre de 2022 la clasificadora de riesgo Feller Rate subió a “A+” la clasificación de la solvencia y las líneas de bonos de SMU S.A. Las perspectivas de la clasificación se modificaron desde “Positivas” a “Estables”.  
Esta alza de clasificación se suma a la mejora informada por la clasificadora ICR el 26 de septiembre de 2022 con lo que SMU ahora cuenta con una clasificación de A+, con perspectivas estables, de sus dos clasificadoras de riesgo.
  15. Con fecha 7 de octubre de 2022, SMU S.A se compromete voluntariamente con la gestión de cinco criterios clave de sostenibilidad alineados con las disposiciones del Consejo Municipal Empresarial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), que incluyen: Carbono Neutralidad; Biodiversidad, Derechos Humanos y Debida Diligencia; Inclusión y Diversidad, y Transparencia y Reportabilidad.
  16. Mediante hecho esencial de fecha 14 de noviembre de 2022, se informó lo siguiente:
    - El Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$22.008.184.123, lo que corresponde a un dividendo de \$3,81874 por acción, con cargo en las utilidades del ejercicio 2022. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del tercer trimestre del presente ejercicio. El pago de este dividendo se efectuó a partir del día 7 de diciembre de 2022 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha



establecida para su pago.

- En cuanto al Programa de adquisición de acciones de su propia emisión (en adelante, el “Programa”), aprobado por la Junta Extraordinaria de Accionistas el 21 de abril de 2022, el Directorio de la Sociedad acordó prorrogar por 12 meses la vigencia del Programa, a partir del 30 de noviembre de 2022, manteniendo las condiciones del Programa informadas en el Hecho Esencial del 30 de mayo del año mencionado. Al finalizar el periodo iniciado, el Directorio evaluará la conveniencia de continuar con un nuevo periodo para la ejecución del Programa.
- 17. Con fecha 23 de noviembre de 2022, SMU S.A. inauguró el primer Centro Robotizado de Pedidos de Latinoamérica, el cual tiene como objetivo hacer más ágil la preparación y despacho de los pedidos de Unimarc.cl, gracias al uso de la robótica e inteligencia artificial. Asimismo, esta operación permitirá garantizar una mayor completitud de pedidos, mejorando así la experiencia de compra de los clientes.
- 18. Con fecha 30 de noviembre de 2022, la Compañía anunció su plan estratégico para el período 2023-2025, informando las principales iniciativas y los objetivos operacionales y financieros asociados, incluyendo un plan de inversiones por CLP 265 mil millones. Al igual que el plan estratégico del período 2020-2022, que finalizó en diciembre, la nueva hoja de ruta de SMU se basa en cuatro ejes: Crecimiento Omnicanal; Experiencia del Cliente; Eficiencia y Productividad; y Organización Comprometida y Sostenible.
- 19. El 20 de diciembre de 2022, SMU incrementó su participación en la sociedad Inversiones RF S.A., accionista controlador de las sociedades Unicard S.A., Administradora de Tecnologías y Servicios Unicard Ltda. y Unimarc Corredores de Seguros Ltda., pasando a controlar Inversiones RF al ser el principal accionista. Lo anterior, implica que, a partir de dicha fecha, SMU consolida las sociedades antes mencionadas.



### Acerca de SMU

SMU uno de los principales actores de retail supermercadista en Chile a través de sus formatos Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, satisfaciendo las necesidades de clientes finales y comerciantes. Cuenta con una gran cobertura geográfica, operando en las 16 regiones del país. Adicionalmente, cuenta con una creciente presencia en Perú, a través de las marcas Mayorsa y Maxiahorro.

### Advertencia Acerca de Proyecciones Estimadas

El presente comunicado 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 este comunicado, pueden ocurrir o no y en ningún caso son garantías de desempeño de la Compañía 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 la Compañía no asume ninguna obligación para actualizar o modificar cualquiera de las proyecciones estimadas contenidas en este comunicado, ya sea por existir nueva información o tratarse de hechos posteriores u otros factores nuevos.

### Información de Contacto

Inversionistas, favor contactarse con:

Carolyn McKenzie: [cmckenzie@smu.cl](mailto:cmckenzie@smu.cl)

Sofía Pérez: [sperezs@smu.cl](mailto:sperezs@smu.cl)

Medios de comunicación, favor contactarse con:

Andrea Osorio: [aosorio@smu.cl](mailto:aosorio@smu.cl)

Sebastián De Ferrari: [sdeferrari@smu.cl](mailto:sdeferrari@smu.cl)

