

# Presentación Corporativa **SMU S.A.**

---

Noviembre 2023



## DISCLAIMER

---

Esta presentación contiene proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera que estas proyecciones son razonables, en base a la información que se posee actualmente, existen distintos factores que podrían llevar a que nuestros resultados difieran en significativamente con respecto a lo esperado, de acuerdo a nuestras proyecciones estimadas. Cifras asociadas a fechas futuras, así como las palabras “meta”, “objetivo”, “creer”, “buscar”, “esperar”, “estimar”, “proyectar”, “planificar”, “debería”, “anticipar” y otras palabras similares, buscan expresar proyecciones estimadas. Estas proyecciones estimadas incluyen información acerca de los resultados posibles o esperados de nuestras operaciones, estrategias de negocio, planes de financiamiento, posición financiera, condiciones del mercado, potenciales oportunidades de crecimiento y los efectos del marco regulatorio y la competencia en el futuro.

Es de la esencia de las proyecciones estimadas, que estas involucren numerosos riesgos e incertidumbres, tanto generales como específicas, incluyendo el riesgo inherente que tienen las proyecciones o expectativas, que son básicamente que éstas finalmente no se lleven a cabo. En virtud de los riesgos e incertidumbres antes descritos, los eventos y/o circunstancias a futuro y que se presentan en esta presentación, pueden ocurrir o no y en ningún caso son garantías de desempeño de SMU en el futuro. Por lo tanto, advertimos a los lectores que no deben basar exclusivamente sus decisiones u opiniones en estas declaraciones. Las proyecciones estimadas son válidas solamente en la fecha en que se realizan, y SMU no asume ninguna obligación para actualizar o modificar cualquiera de las proyecciones estimadas contenidas en esta presentación, ya sea por existir nueva información o tratarse de hechos posteriores u otros factores nuevos..

# CONTENIDOS

## **1. Resumen**

2. Estrategia de la Compañía
3. Información Financiera

Supermercadista con posición de liderazgo en Chile, múltiples formatos y una amplia cobertura del mercado en una industria defensiva



## SMU Hoy Nuestros Formatos

Múltiples formatos brindan cobertura de todos los segmentos socioeconómicos y hábitos de compra.



**UNIMARC**

**UNIMARC.cl**



**MAYORISTA 10/ SUPER10**



**ALVI**

**Alvi.cl**



**SMU PERÚ**

SUPERMERCADO TRADICIONAL

FOCO EN PROXIMIDAD Y REPOSICIÓN

67% DE INGRESOS

289 LOCALES

PROMEDIO 1.200 M<sup>2</sup>

ECONÓMICO/SOFT DISCOUNT

FOCO EN PRECIO Y ABASTECIMIENTO

17% DE INGRESOS

62 LOCALES

PROMEDIO 1.300 M<sup>2</sup>

MAYORISTA

CLUB MAYORISTA, FOCO EN REPOSICIÓN

14% DE INGRESOS

33 LOCALES

PROMEDIO 1.300 M<sup>2</sup>

SOFT DISCOUNT / MAYORISTA

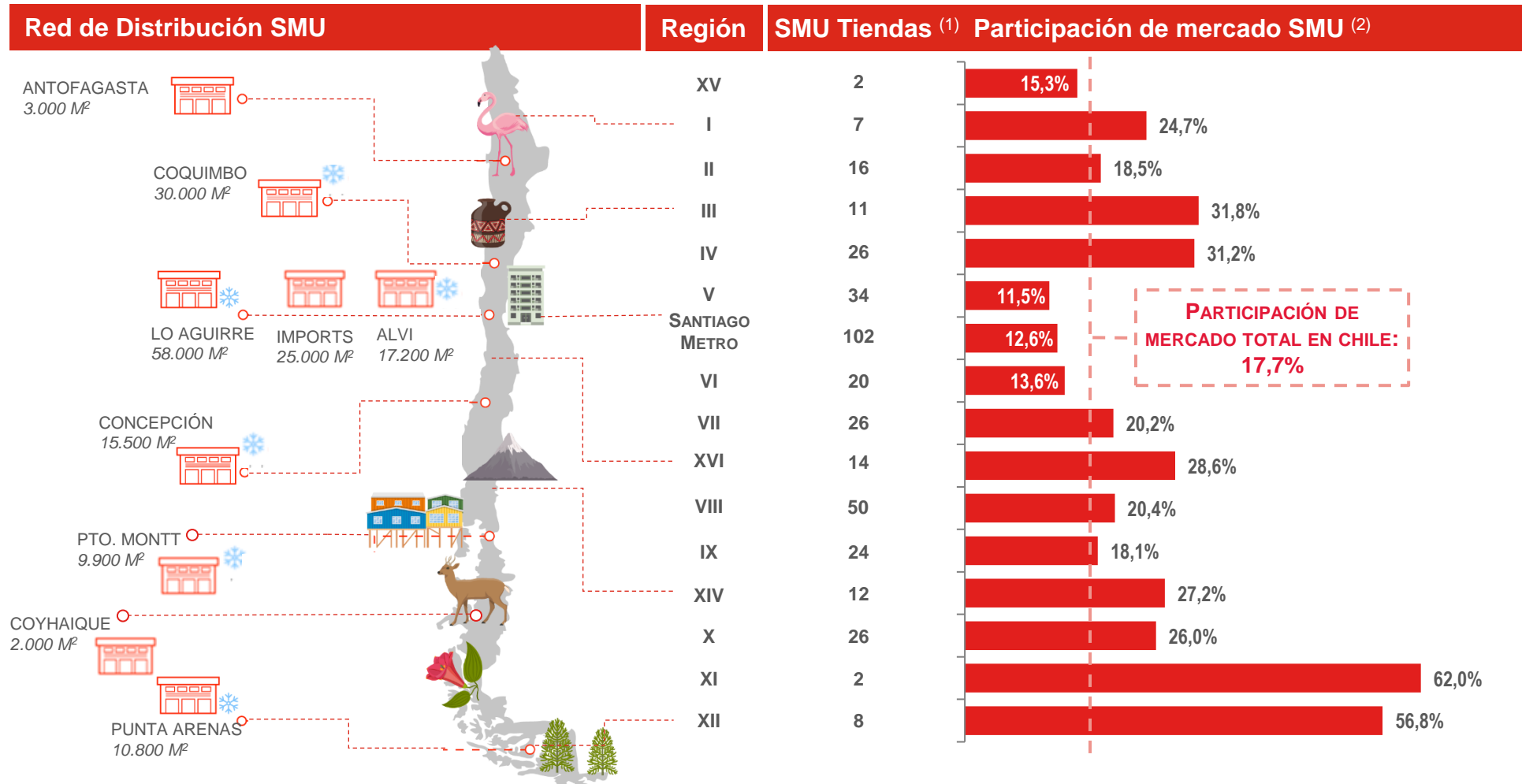
FOCO EN PRECIO Y ABASTECIMIENTO

2% DE INGRESOS

30 LOCALES

PROMEDIO 700 M<sup>2</sup>

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



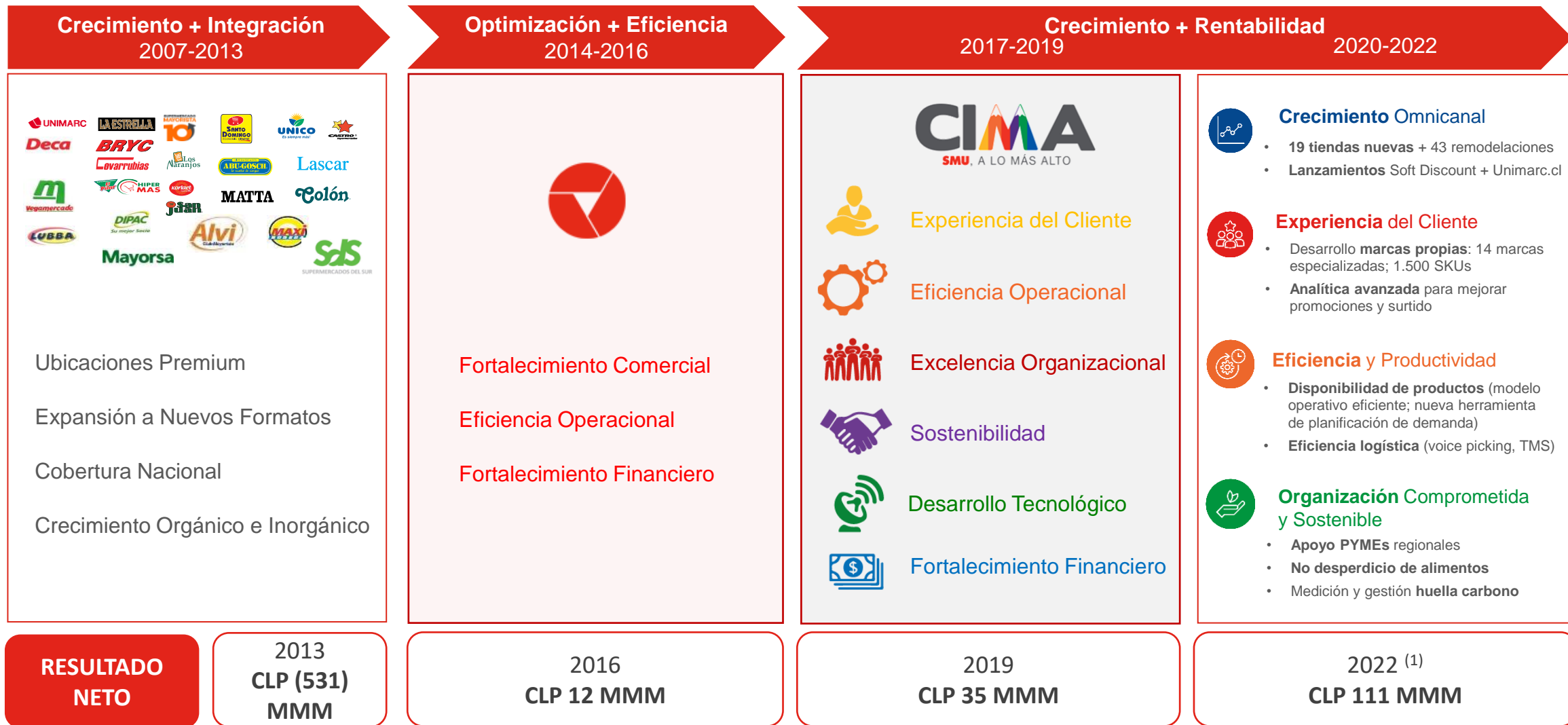
1. Número de tiendas Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10 al 31.12.2022.

2. Participación de mercado = ventas de SMU Chile año 2022 sobre las ventas totales de supermercados en Chile en 2022 según el INE.



Programas de fidelización nos permiten **conocer mejor a nuestros más de 10 millones de clientes** y responder a sus cambiantes necesidades y preferencias





(1) Excluye impacto de la venta de OK Market



## CONTENIDOS

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

Alcanzar el **crecimiento rentable y sostenible** a través de la consolidación de nuestra **estrategia multiformato**, satisfaciendo las **necesidades de nuestros clientes** y generando **valor compartido** para todos nuestros grupos de interés.



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

## Nuevas Aperturas

- Total de 58 nuevas aperturas planeadas para 2023-2025



27



9



7



15

## Tiendas Montserrat

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

## Conversiones y Remodelaciones

- Convertir 14 M10 tiendas en S10



- Remodelar 78 tiendas Unimarc & Alvi



75



3

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



### Mejorar Experiencia Cliente

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

### Foco en Rentabilidad

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



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

## Fidelidad de Clientes

- Expandir personalización para aumentar ventas incrementales.



unidata dunnhumby

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

unimedios  
powered by dunnhumby

## Marcas Propias

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



## Productos Frescos

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



## Eficiencia en Sala

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

## Eficiencia Logística

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

## Eficiencia Energética

- Aumentar la energía proveniente de fuentes renovables
- Expandir el uso de sensores IoT para mejorar la gestión de la energía, enfocándose en tiendas de alto consumo
- Implementar y certificar sistemas de control de energía
- Vehículos eléctricos en la cadena de suministros





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

## Diversidad e Inclusión

- Fortalecer alianzas con organizaciones que promuevan diversidad e inclusión, como *Teletón, Fundación Las Rosas, Fundación Descúbreme*, y otras
- En 2022, certificamos nuestro sistema de gestión de equidad de género para la oficina central de SMU Chile.
- **Objetivo 2025: Extender el proceso al resto de las operaciones en Chile.**



## Valor Compartido

- **Programa 100% Nuestro:** Fortalecer el Desarrollo de proveedores locales pequeños a través de ruedas de negocio y capacitaciones
- **Objetivo 2025: Aumentar el número de proveedores 100% Nuestro en un 35%.**



## Medio Ambiente

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



## Hemos fijado objetivos ambiciosos para el 2025



Crecimiento  
Omnicanal



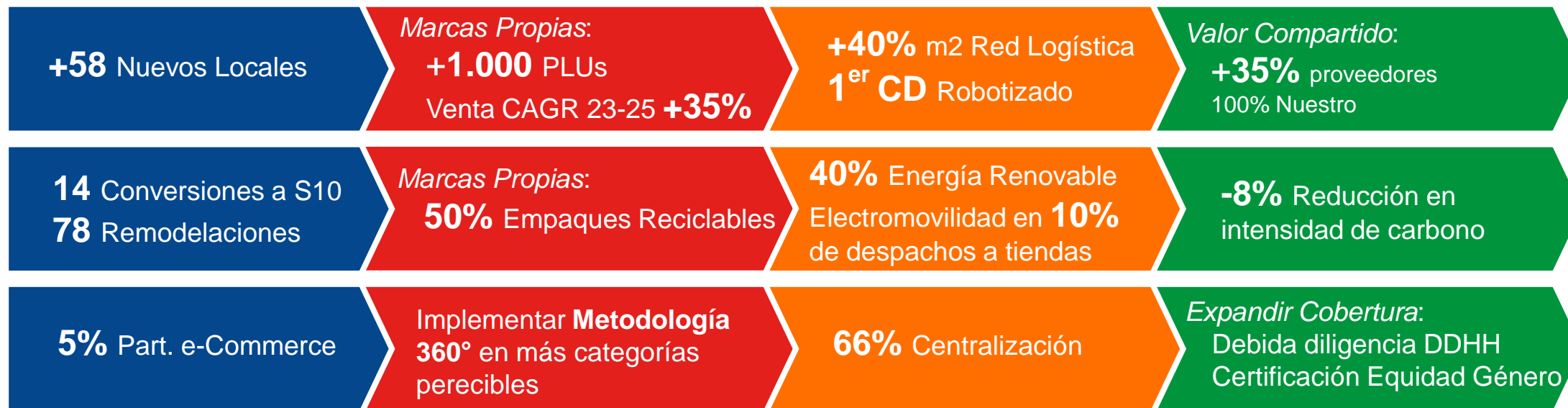
Experiencia  
del Cliente



Eficiencia &  
Productividad



Organización  
Comprometida  
& Sostenible



**TARGETS  
FINANCIEROS  
2025**

**EBITDA CLP 350 MMM**  
(CLP 266 MMM en 2022)

**Pasivos Financieros Netos / EBITDA 2,0x – 2,5x**  
(3,4x en 2022)

**Total CAPEX 2023-2025**  
**CLP 265 MMM**

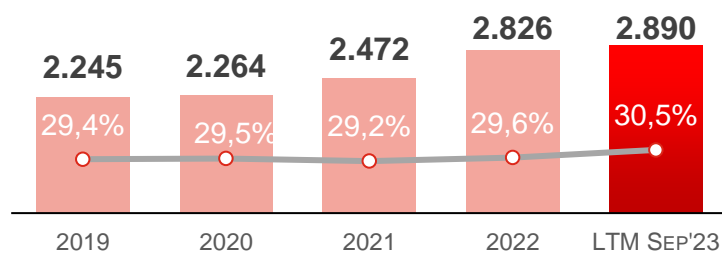
## **CONTENIDOS**

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

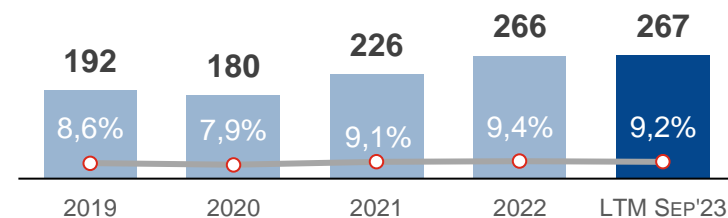
## Posición Financiera

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

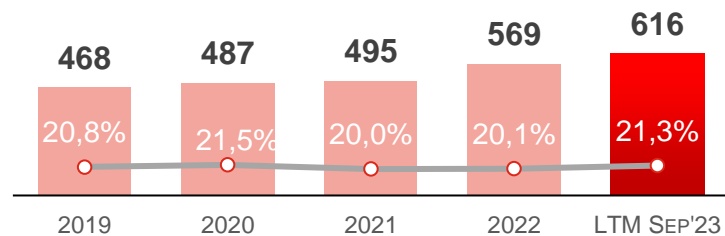
**Ingresos y Margen Bruto** <sup>(1)</sup>  
(CLP MMM; %)



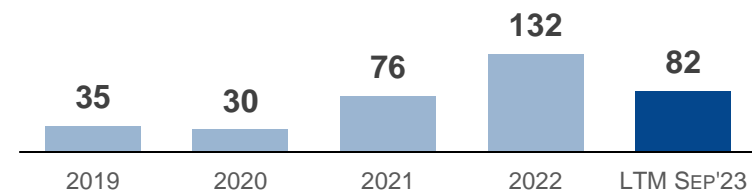
**EBITDA y Margen EBITDA** <sup>(1,3)</sup>  
(CLP MMM; %)



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



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

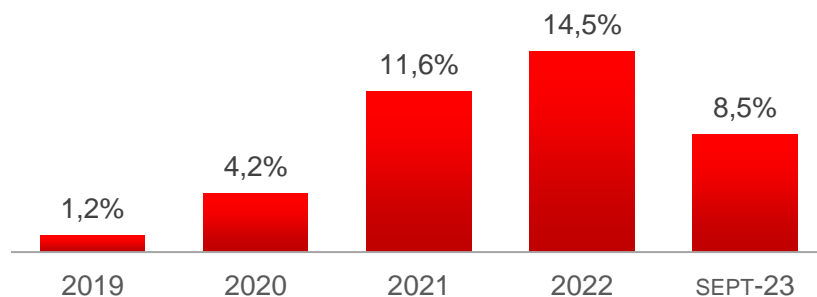


(1) Ingresos, gastos operacionales, y EBITDA excluyen OK Market en todos los períodos.  
 (2) Gastos Operacionales: Suma de gastos administrativos y de distribución, excluyendo depreciación y amortización.  
 (3) EBITDA = Margen bruto – gastos administrativos – costos de distribución + depreciación +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

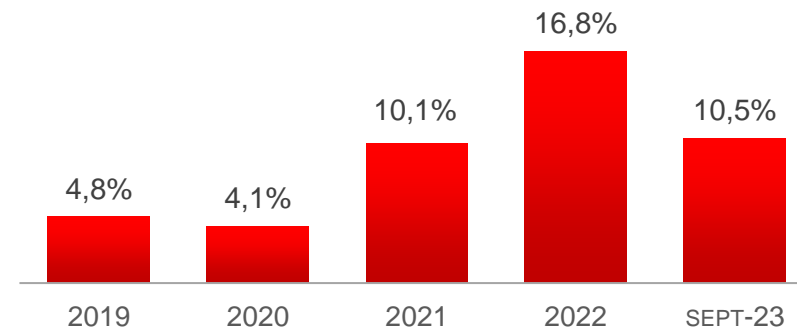
## Posición Financiera

... impulsando un incremento significativo en rentabilidad

Rentabilidad por dividendo <sup>(1)</sup>



Rentabilidad sobre patrimonio <sup>(2)</sup>



Precio Acción SMU



- Política de dividendos: 75% de la utilidad neta

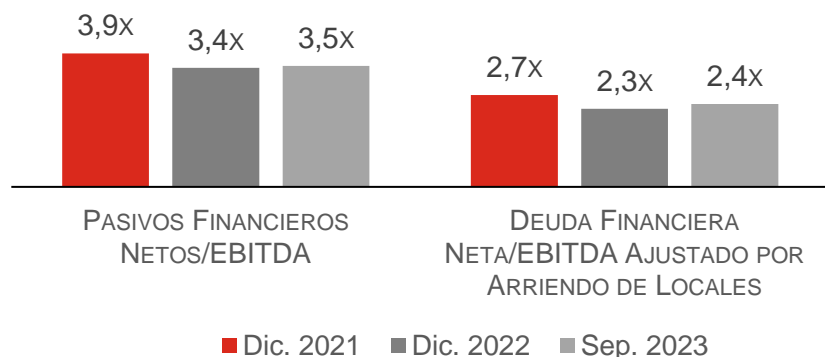
(1) Rentabilidad por dividendo = Dividendos pagados durante los últimos doce meses / precio de la acción al final del período.

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

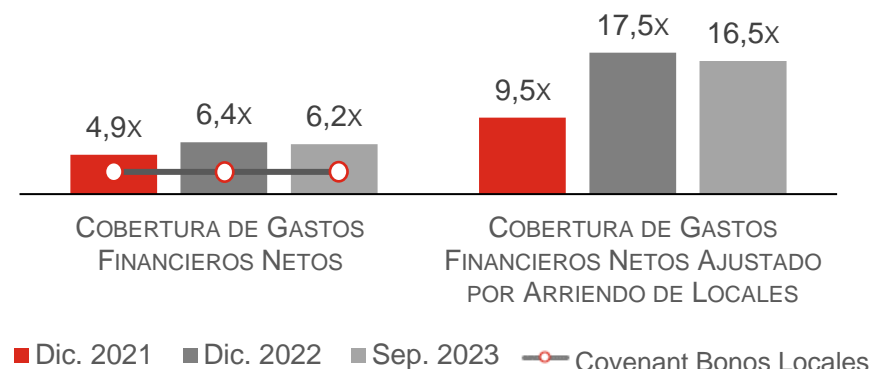
## Posición Financiera

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

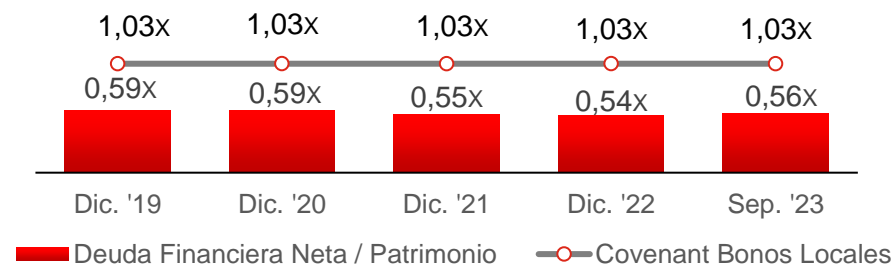
### Pasivos Financieros Netos / EBITDA (1) (2) (3)



### Cobertura Gastos Financieros Netos (4) (5)



### Deuda Financiera Neta / Patrimonio



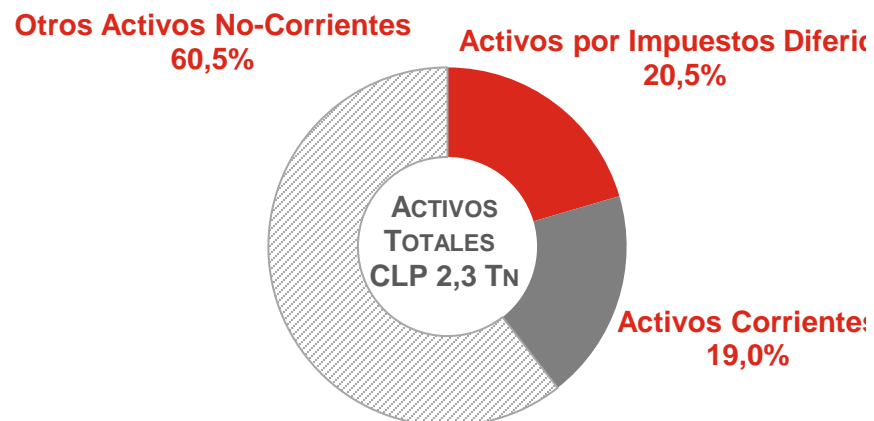
- (1) Pasivo financiero neto= otros pasivos financieros corrientes y no corrientes - efectivo y equivalentes
- (2) Deuda financiera neta = Pasivos financieros totales corrientes y no corrientes menos contratos de arrendamiento que califican como leasing financiero corrientes y no corrientes menos efectivo y equivalentes al efectivo
- (3) EBITDA ajustado por arriendo de locales= EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración bajo NIIF
- (4) Cobertura de gastos financieros netos = EBITDA/gastos financieros netos
- (5) Cobertura de gastos financieros netos ajustada por arriendos de locales = EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses / (gastos financieros totales – gastos financieros por obligaciones por derechos de uso - ingresos financieros totales)



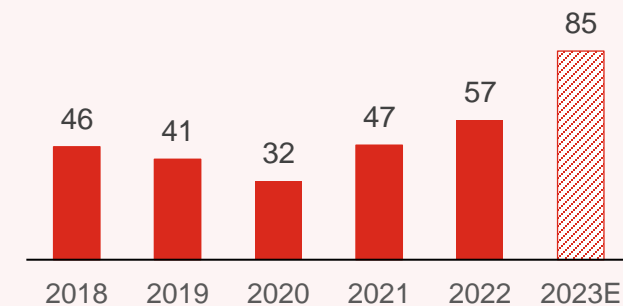
## Posición Financiera

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

### Pérdidas Fiscales – Sep. 2023



### CAPEX (CLP MMM)



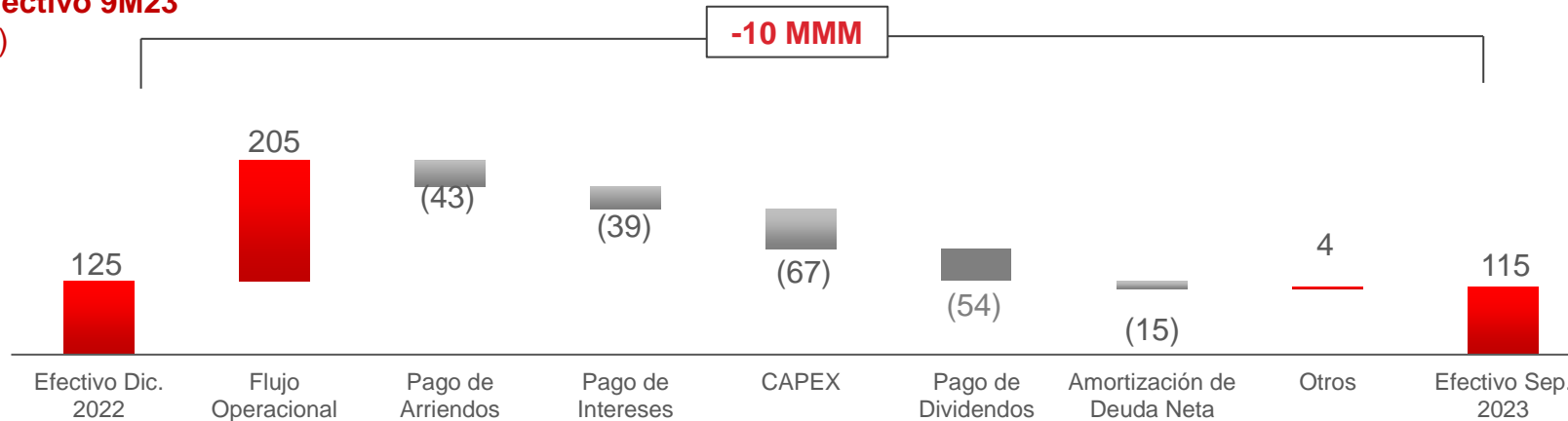
### Highlights:

- SMU ha acumulado pérdidas tributarias y cuenta con un activo por impuestos diferidos por CLP 468 MMM
- Bajo la ley chilena estas pérdidas no vencen y pueden compensar impuestos a la renta en períodos futuros
- Actualmente no hay límite anual sobre la utilización de pérdidas fiscales en Chile; sujeto a cambios dependiendo de potencial futura reforma tributaria (propuesta original habría permitido el uso de hasta el 50% cada año)
- Pérdidas fiscales se ajustan por inflación

## Posición Financiera

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

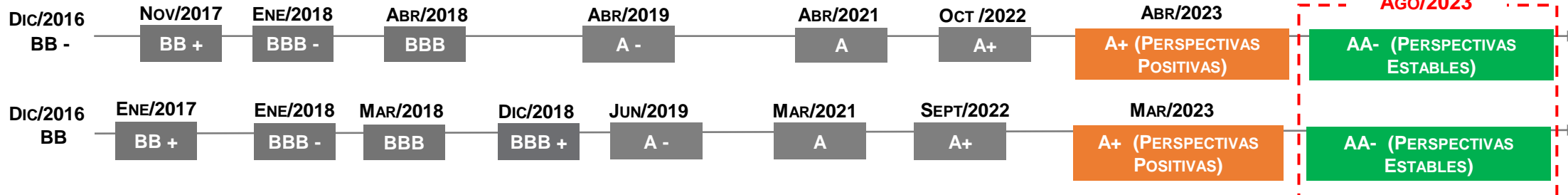
### Flujo de Efectivo 9M23 (CLP MMM)



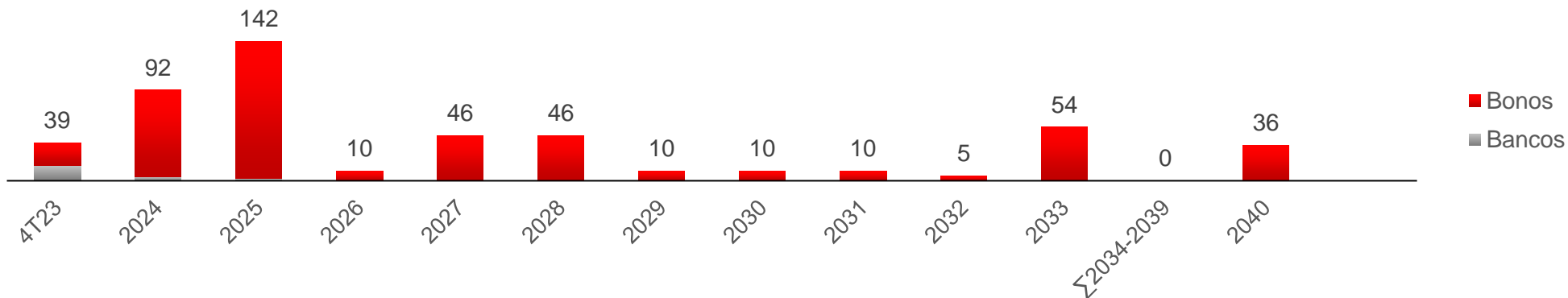
- Saldo de caja a septiembre: CLP 115 MMM, menor en 10 MMM vs. dic. pero muy por sobre el mínimo objetivo (CLP 50 MMM).
- Uso de efectivo en 9M23 incluye amortizaciones de bonos y deuda bancaria por CLP 15 MMM, y capex por CLP 67 MMM (+30MMM vs 9M22).

# Posición Financiera

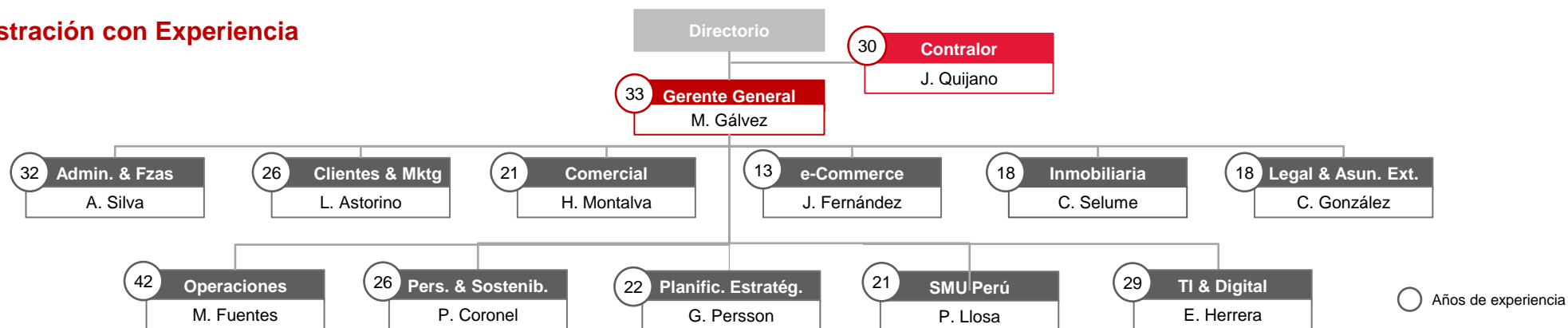
...además de mejoras en la clasificación de riesgo, y un perfil de vencimientos cómodo para los próximos períodos



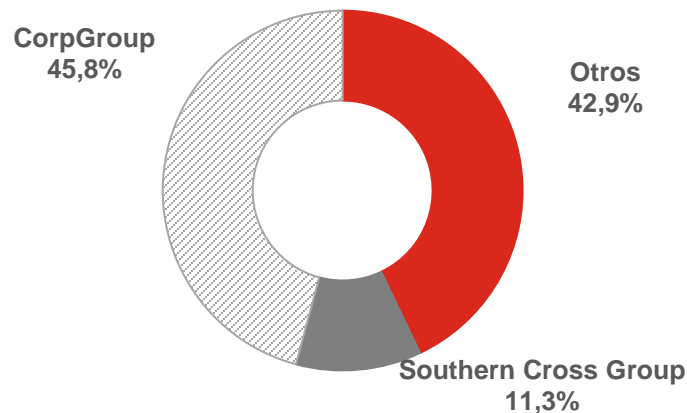
**Perfil de vencimientos al 30.09.2023**  
(Bonos y Bancos - CLP MMM)



### Administración con Experiencia



### Estructura de Propiedad (25.09.2023)

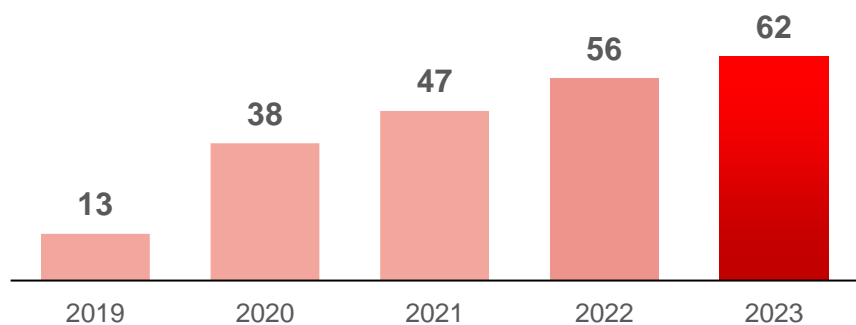


### Directorio: Expertise en Diversas Industrias

| Nombre                | Cargo                   | Experiencia en Sectores       |
|-----------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Pilar Dañobeitia E.   | Presidenta              | Multisector                   |
| Francisca Saieh G.    | Vicepresidenta          | Marketing & Diseño Consumidor |
| Alejandro Álvarez A.  | Director                | Legal                         |
| Abel Bouchon S.       | Director                | Consumer & Retail             |
| Fernando Del Solar C. | Director                | Consumer & Retail             |
| Andrés Olivos B.      | Director                | Consumer & Retail             |
| Rodrigo Pérez M.      | Director Independiente  | Financiero & Público          |
| Tina Rosenfeld K.     | Directora Independiente | Consumer & Retail             |
| Raúl Sotomayor V.     | Director                | Multisector                   |

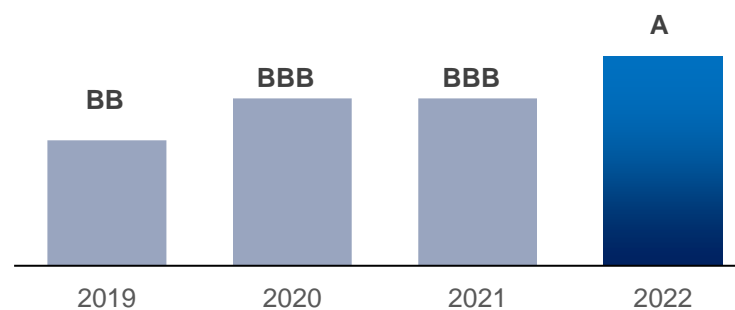
Hemos fortalecido nuestro desempeño y transparencia en materia ESG, mejorando nuestros puntajes

### S&P Corporate Sustainability Assessment



Puntaje al 24.11.2023  
Escala de 0 a 100

### MSCI ESG Ratings



Puntaje al 17.08.2023  
Escala de CCC a AAA

# Presentación Corporativa **SMU S.A.**

---

Noviembre 2023

