

SMU
DAY
2025



The logo for SMU DAY 2025 is displayed in white text on a red background. The text is arranged in three lines: "SMU" on the top line, "DAY" on the middle line, and "2025" on the bottom line. The background of the entire slide features a blurred image of people in a meeting setting.

**SMU
DAY
2025**

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.*

Agenda

1. Highlights Plan 2023-2025

2. Industria y Tendencias

3. Plan Estratégico 2026-2028

Plan Estratégico

23
25



Crecimiento
Omnicanal



Experiencia
del Cliente



Eficiencia &
Productividad



Organización
Comprometida &
Sostenible

CAPACIDAD
FINANCIERA

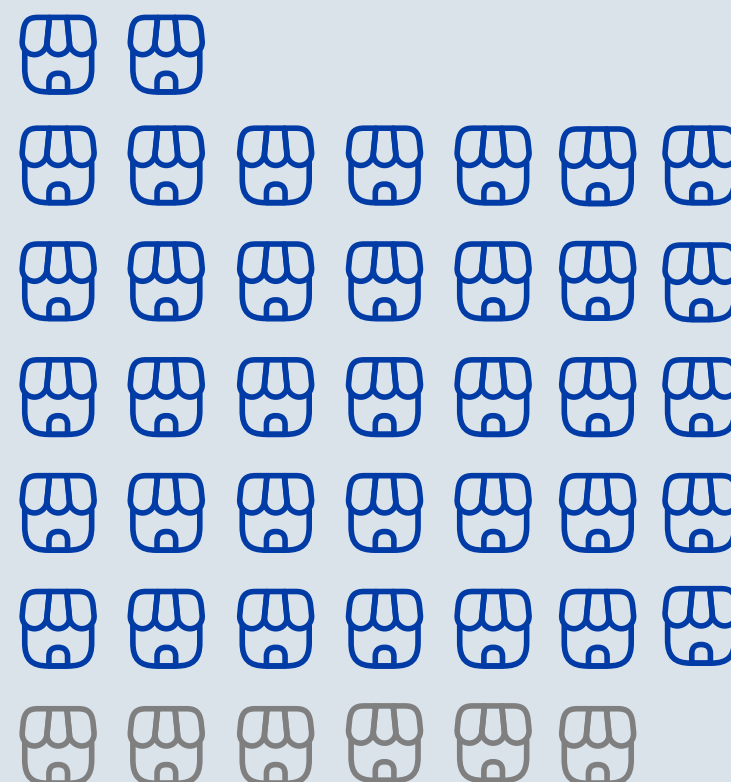
TECNOLOGÍA &
DIGITALIZACIÓN



37 nuevas aperturas en Chile entre 2023 y 2025 a la fecha (con seis más planificadas para diciembre), las cuales han tenido un **desempeño por sobre nuestras expectativas**

37

Aperturas en Chile



+23 
unimarc



+7 



+7 



+16%

Ventas reales vs. plan de ventas*

54%

tiendas nuevas con venta/ m2 mejor que el promedio de su formato*

50%

tiendas nuevas con venta/ jornada equivalente mejor que el promedio de su formato*

*Tiendas con fecha de apertura entre enero 2023 y enero 2025.
Desempeño tercer trimestre 2025.



Optimización y consolidación estrategia multiformato en Chile, con **mayor escala y cobertura geográfica**: Con **nuevas aperturas**, más la **aceleración de las conversiones Mayorista 10**, quedamos con **tres formatos**, alcanzando la **masa crítica para competir de manera más efectiva**

Número de Tiendas

Año	 unimarc	 Club Alvi MAYORISTA	 Super 10	 SUPERMERCADO MAYORISTA 10
2022	285	32	5	58
2025	299	54	53	-

Total Chile

380

406





9 nuevas aperturas en Perú entre 2023 y 2025 a la fecha (con cuatro más planificadas para diciembre), además de un nuevo centro de distribución para abastecer el crecimiento futuro, ayudando a generar la escala necesaria para competir mejor



Nuevas aperturas en zona de Piura



Nuevo centro de distribución





Entre 2023 y 2025, expandimos nuestra cobertura online,
ofreciendo nuevas alternativas para nuestros clientes

Crecimiento venta online total

+22%

CAGR 2022 - LTM
Sept. 2025

Crecimiento ventas plataformas propias

UNIMARC.cl

+18%

CAGR 2022 - LTM
Sept. 2025

Alvi.cl

+138%

CAGR 2022 - LTM
Sept. 2025

Nuevos puntos de retiro

UNIMARC.cl

Alvi.cl

+11

Regiones con
puntos de retiro

Alianzas con last milers



Ventas last milers

+12%

CAGR 2022 - LTM
Sept. 2025

+29%

locales operados
con last milers vs.
2022, alcanzando
146

SMU
DAY
2025



Experiencia
del Cliente

Marcas Propias

Hemos desarrollado un portafolio de marcas especializadas, **alcanzando una importante participación en las ventas**



D•KORA



KidsforKids

TeNTO

the
böss



Pelayo

B'BEAUTY



My
WAY

Merkat

Nuestra
Cocina



Nubelin

artidea

Amada
MASA

Como
en Casa

BLACK
STEAK
& COMPANY



13%

participación de
marcas propias en
ventas 2025

+500

nuevos productos
lanzados 2023-2025

33%

productos de marcas
propias con **packaging
ecoamigable** en 2025,
vs. 11% en 2022



Iniciativas de eficiencia en tiendas, logística y energética han ayudado a **compensar importantes alzas en costos laborales y de electricidad**



100%

tiendas Unimarc con **modelo operativo eficiente** implementado (mejorando disponibilidad de productos)

39

Locales con **tesorería digital** (ahorros en transporte de valores)

+66%

Tiendas con **self check-out** vs. 2022, alcanzando 251



95%

Flujo cajas con **Voice Picking** (más productividad)

8,4%

Despachos entre CDs y tiendas con **camiones eléctricos**

99%

Categorías de perecibles con **sistema de planificación de demanda** Blue Yonder



18%

Consumo de energía con tarifa no regulada (cliente libre), +15pp vs. 2022, todo con **fuentes renovables**

5-10%

Menor consumo de energía en locales **Tienda Sostenible**

100%

Instalaciones operadas por SMU Chile con **sistema de gestión de energía certificado** bajo ISO 50001



700

Productos

+160

Proveedores

+800

Horas de mentoría
entre 2023-2025

+75%

Tiendas con espacios
exclusivos de
exhibición en sala vs.
2022, alcanzando 193



No
Desperdicio
de Alimentos

19.000

Toneladas de
desperdicio evitadas
entre 2023-2025

1.900

Toneladas de **alimentos
donados** a personas en
situación de vulnerabilidad
entre 2023-2025



Diversidad
& Inclusión

36%

Cargos de liderazgo
ocupados por mujeres

1,46%

Colaboradores en situación
de discapacidad (46% por
sobre lo requerido por ley)

CLP 4,1 MMM

Aportes a la Teletón entre
2023-2025

Única supermercadista
en Chile con sistema de
gestión de equidad de
género certificado para
todos sus formatos.

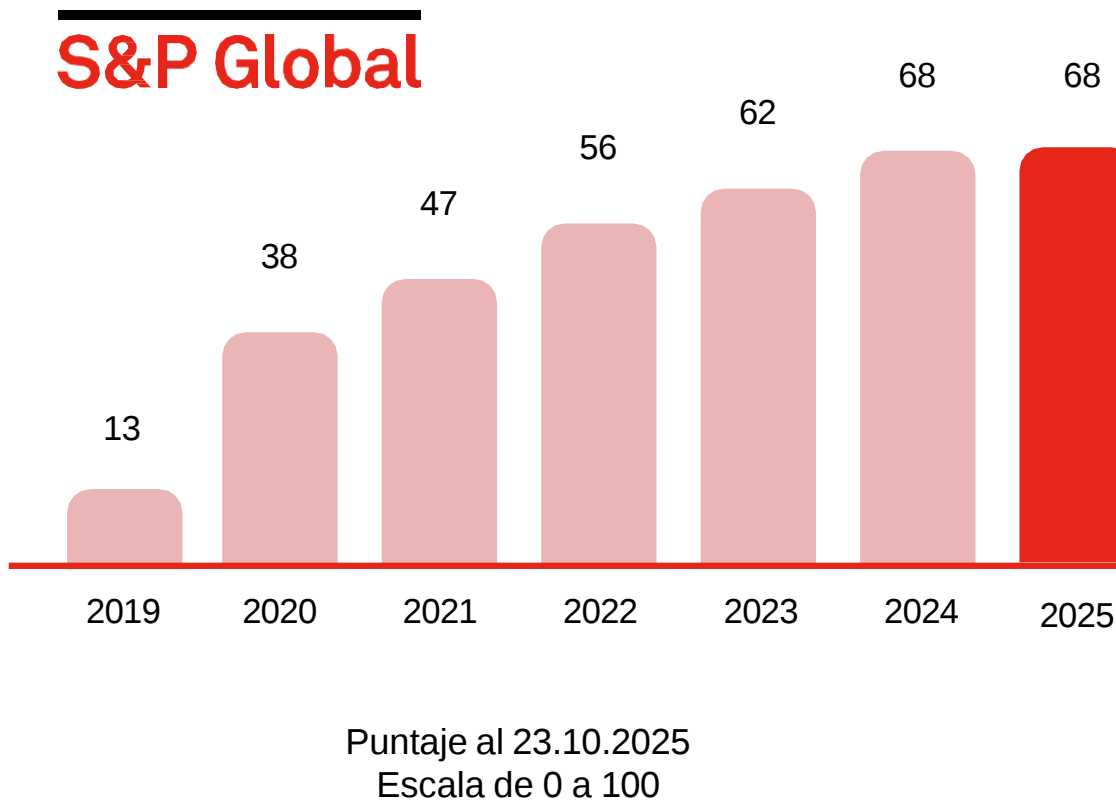
Iniciativas que impulsan el
desarrollo sostenible de nuestro
negocio, generando **valor
compartido** para nuestros **grupos
de interés**



Desempeño ESG

En 2024 ingresamos por primera vez a los Índices de Sostenibilidad Dow Jones en Chile y MILA en 2024, con **el mejor puntaje en Chile** para nuestra industria*, quedando como #2 en Latam y #8 a nivel mundial

S&P Corporate Sustainability Assessment



Desempeño destacado dentro de la industria de venta minorista de alimentos y productos básicos.

S&P Global

©S&P Global 2025.

SMU S.A.

Food & Staples Retailing

**Sustainability
Yearbook Member**

Corporate Sustainability
Assessment (CSA) 2024

68/100

Score date
February 5, 2025

For terms of use, visit www.spglobal.com/yearbook.

SMU incluida por primera vez en el Anuario de Sostenibilidad 2025 de S&P Global.

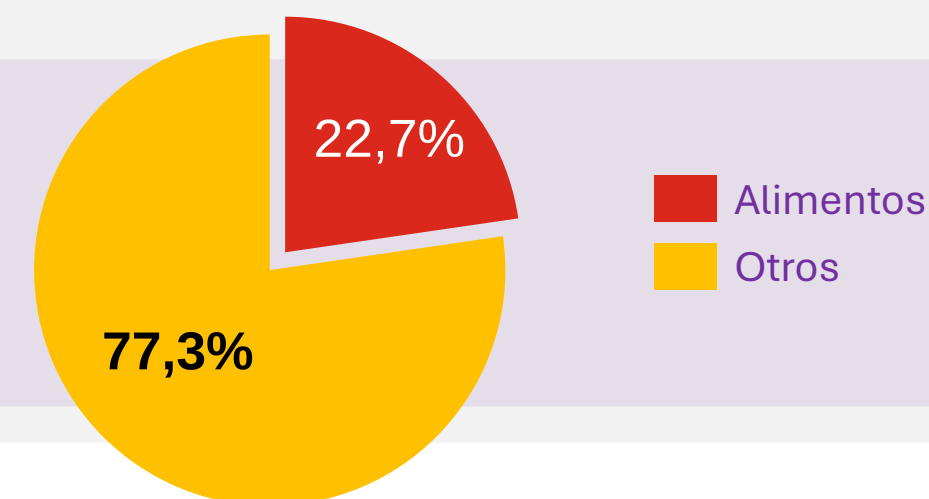
Agenda

1. Highlights Plan 2023-2025
- 2. Industria y Tendencias**
3. Plan Estratégico 2026-2028

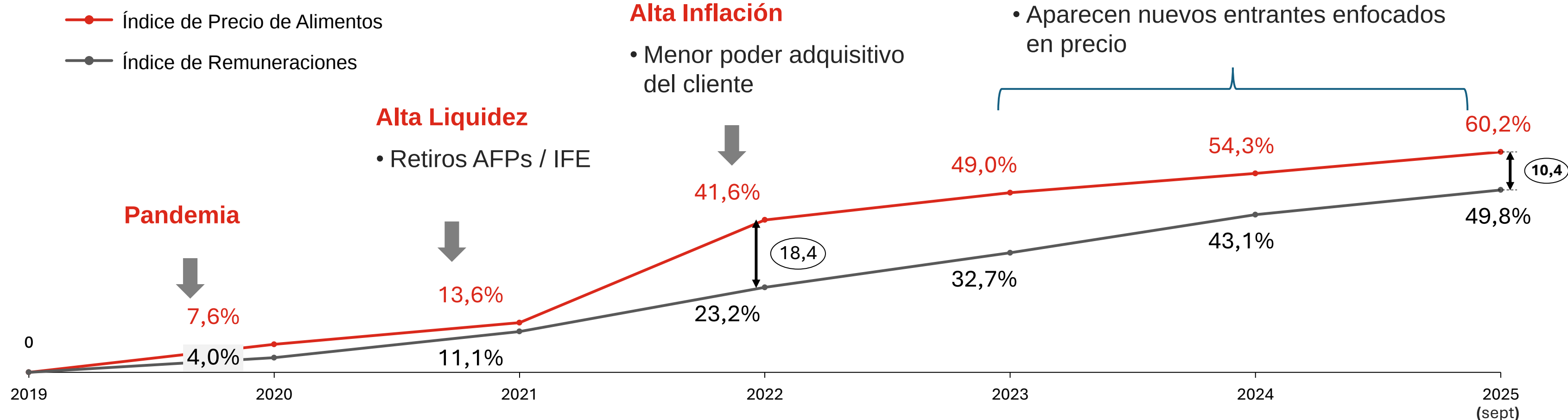
Contexto Mercado

En los últimos años el poder adquisitivo del consumidor se deterioró por el alza de precio de los alimentos

Los alimentos son el ítem de gasto más relevante de las familias chilenas



Inflación de Alimentos vs. Índice de Remuneraciones Nominal (Cifras Acumuladas)



Cambios en el
comportamiento de
compra del cliente



En los próximos tres años, se ven tendencias favorables para el desarrollo de nuestros formatos



Mejora del poder adquisitivo por estabilidad económica:

PIB

2026-2028
2,3%

IPC

2026-2028
3,0%



Continúa fortalecimiento de la compra de reposición:

Tamaño de las familias



Número de hogares unipersonales



Canal tradicional resiliente



Tienda física mantiene su relevancia:

CAGR m2
2019-2025
1,6%

Planes
futuros
aperturas

Agenda

1. Highlights Plan 2023-2025
2. Industria y Tendencias
- 3. Plan Estratégico 2026-2028**

Crecimiento + Competitividad + Eficiencia

Nuestra nueva hoja de ruta se construye sobre la base de la **optimización y consolidación de nuestra estrategia multiformato** lograda en 2025, con tres formatos con propuestas de valor bien definidas y masa crítica, que responden a las tendencias de mercado



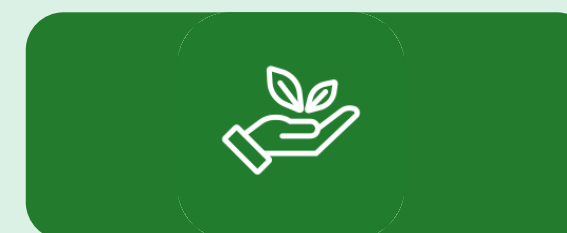
Crecimiento con Valor
para el Cliente



Activo
Tecnológico



Eficiencia y
Productividad



Cultura Sostenible



Crecimiento con Valor para el Cliente



Queremos crecer y mejorar las propuestas
de valor para todos nuestros clientes

Cliente final y
cliente comerciante

Compras de reposición
y de abastecimiento

Sofisticación alta,
media y baja

ECUACIÓN DE
VALOR

=

SURTIDO, FRESCURA, MARCAS PROPIAS,
OMNICALIDAD

PRECIO + TIEMPO

SMU
DAY
2025



Crecimiento
con Valor para
El Cliente

Tu día **más fácil** en  UNIMARC

Supermercado tradicional **líder en reposición**, con foco en ofrecer una **compra rápida y fácil**, con **cercanía, frescura y conveniencia**, orientado a clientes de **media y alta sofisticación**.



299
locales



9 millones
de clientes al año
~70% sofisticación media y alta

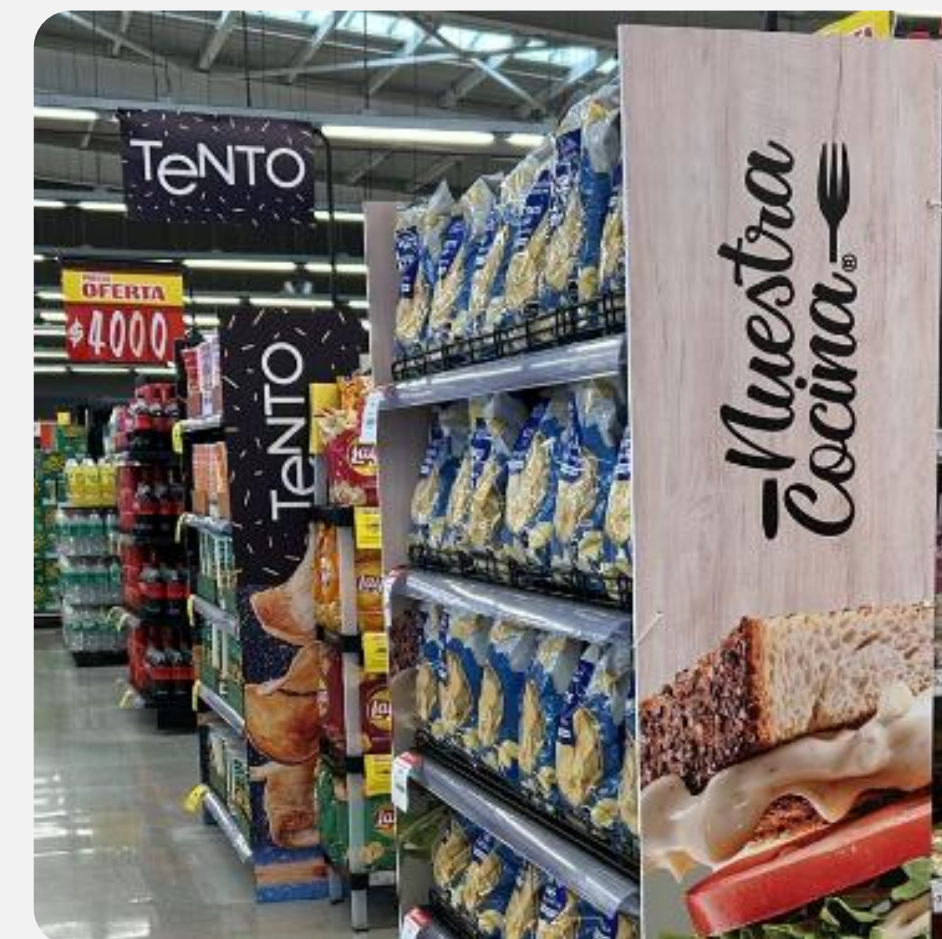
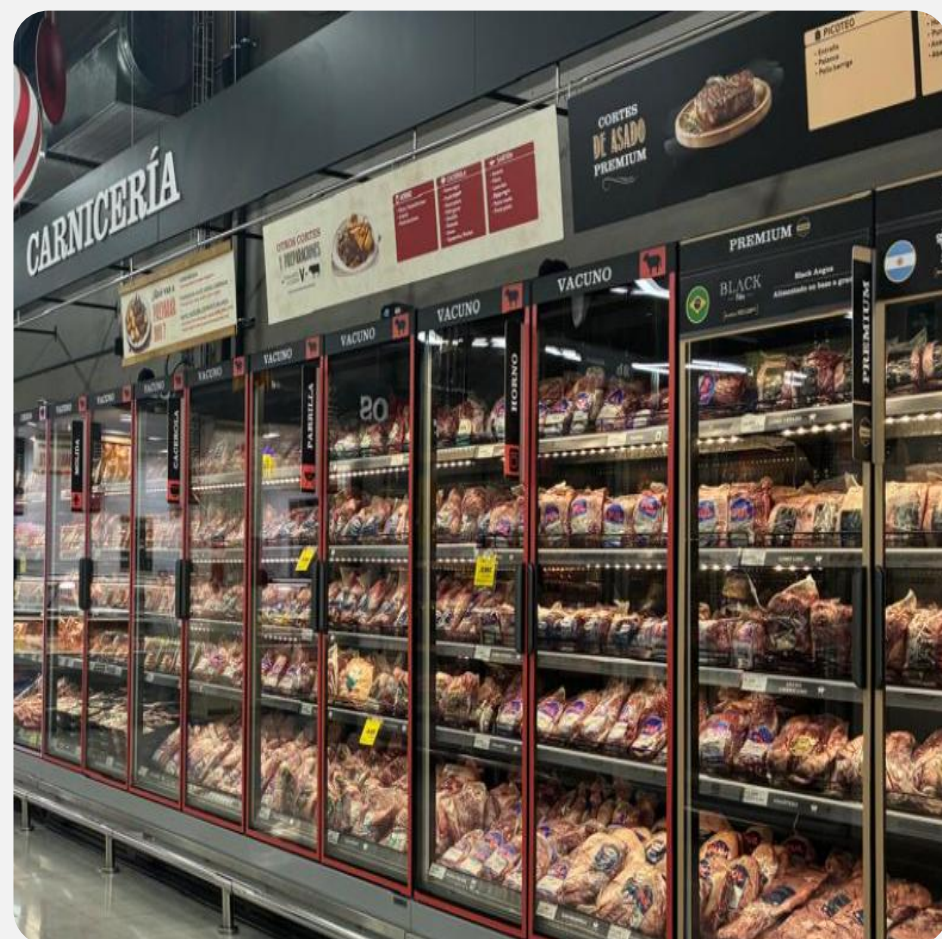


Foco en alimentos
(6 mil SKUs promedio)





Fortaleceremos nuestro liderazgo en **Reposición**, a través de un **surtido relevante** para nuestros clientes, enfocado principalmente en **Perecibles** y **Marcas Propias**



Foco en contar con un Surtido relevante en Perecibles

Carnes, Frutas y Verduras, Panadería y Pastelería, Fiambres y Quesos, Platos Preparados

Y continuar fortaleciendo Marcas Propias

Merkat

TeNTO

FUNDO
RIOALEGRE

Smart
Clean

Nuestra
Cocina

Amada
MASA

Como
en Casa

Pelayo



La propuesta de precios de Unimarc

En los productos de **mayor sensibilidad** para nuestros clientes, mantendremos una **alta competitividad**, apalancado en nuestra oferta en marcas propias.

Propuesta promocional

Foco en campañas de larga duración con campañas de corta duración enfocadas en **generar tráfico a los locales** con **ofertas competitivas en productos relevantes para nuestros clientes.**



¡Tiki, tiki, ti!

¡TINEN UN DESCUENTAZO PARA TI!

40% dcto
Pagando con Rutpay
en Categorías seleccionadas

20% dcto
Pagando con otras tarjetas de
BancoEstado en Categorías seleccionadas

Descárgala. Actívala. Úsala.

Conoce más en www.rutpay.cl

**Ahorro y beneficios
¡altiro!**

Restaurantes
Viajes
Tiendas
Salud y cuidado personal

Socio Diamante

Despachos GRATIS en compras sobre \$20.000

Más de **200** Descuentos exclusivos

Club Alianzas exclusivas

Comienza tus 15 días gratis →

Club

SÁBADO
Alimento Mascotas
Marcas seleccionadas

Socio Platino
35% dcto
pagando con unipay

Socio Diamante
40% dcto
pagando con unipay

25% Todo medio de pago
30% Todo medio de pago

Club

MIÉRCOLES
Carnes de Vacuno

Socio Platino
25% dcto
pagando con unipay

Socio Diamante
30% dcto
pagando con unipay

15% Todo medio de pago
20% Todo medio de pago



Descuentos y Beneficios a Clientes Leales:

Programa de fidelidad que ofrece descuentos y beneficios a clientes más leales.

3,8 MM

de socios con compras
en los últimos 3 meses.

9,1 MM

socios con términos y
condiciones firmados

SMU
DAY
2025



Crecimiento
con Valor para
El Cliente

Seguiremos **ampliando nuestra cobertura, llegando a más comunas** para estar más cerca de las familias chilenas, reforzando así nuestra presencia nacional, alcanzando al 86% de la población

Modelo Omnicanal Híbrido

- Unimarc.cl: compras planificadas
- Alianzas con last milers: compras express

Llegaremos al **86%**
de cobertura poblacional

+58
comunas adicionales

**+Puntos
de Retiro**



UNIMARC



Despacho a domicilio



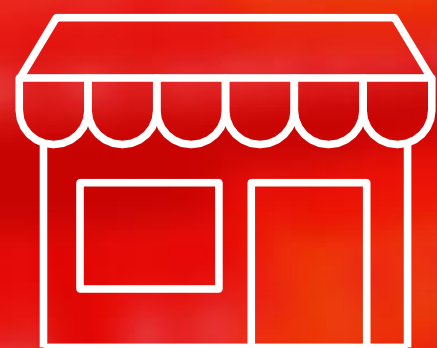
Retiro en tienda



Continuaremos **creciendo**, aumentando el número de locales e implementaremos Store Upgrades para llevar nuestras tiendas al prototipo más moderno y exitoso de Unimarc



Queremos
¡Seguir creciendo!



+23*

APERTURAS
2023-2025

+23

APERTURAS
2026-2028

+51

**STORE
UPGRADES**
2026-2028





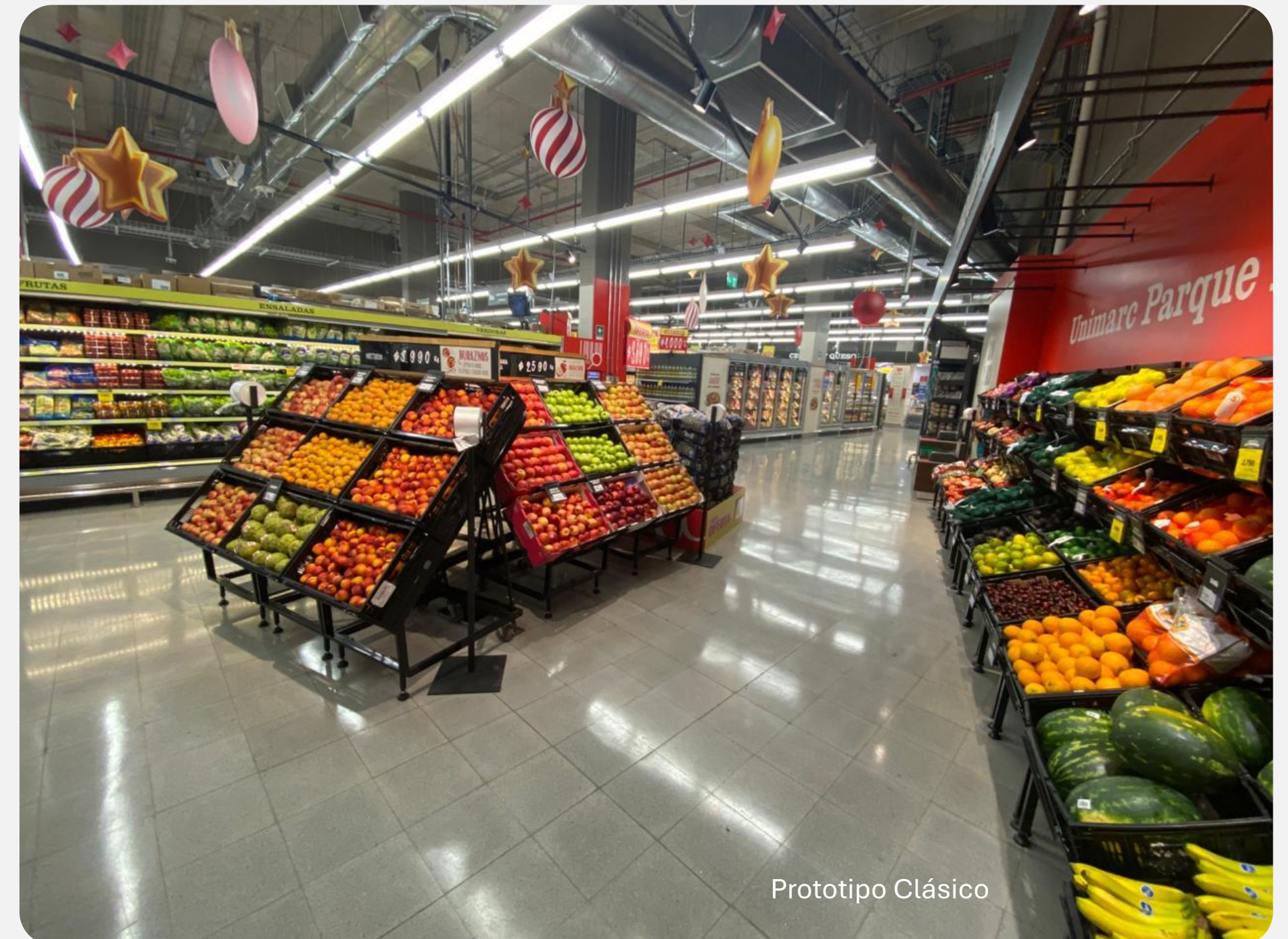
Realizaremos 51 **Store Upgrades** para llevar estas tiendas al prototipo más moderno y exitoso de Unimarc

Mayor presencia de Perecibles

Mejora adyacencias y nuevo look & feel, con impacto positivo en ventas y margen



Prototipo Premium Affordable



Prototipo Clásico

**SMU
DAY
2025**



Crecimiento
con Valor para
El Cliente

Super 10
¡Súper Barato!

Supermercado **soft discount**, con foco en ofrecer **precios bajos** y un **surtido eficiente**, cubriendo **reposición y abastecimiento** para una compra rápida y fácil



53
locales



80% clientes
GSE C3-D
sofisticación baja



Foco
Abastecimiento
a precios bajos





Propuesta de valor Super 10

Creceremos y ampliaremos el reconocimiento de la
marca Super 10

Super 10
¡Súper Barato!



**¡VEN A
CONOCERNOS!**

Fuerte expansión de cobertura
(conversiones + aperturas)

+30

Locales en
2025

500 mil

Clientes a la fecha

Masa crítica para campañas
comunicacionales

Relanzamiento de la marca, con
nuevo tagline



Crecimiento
con Valor para
El Cliente

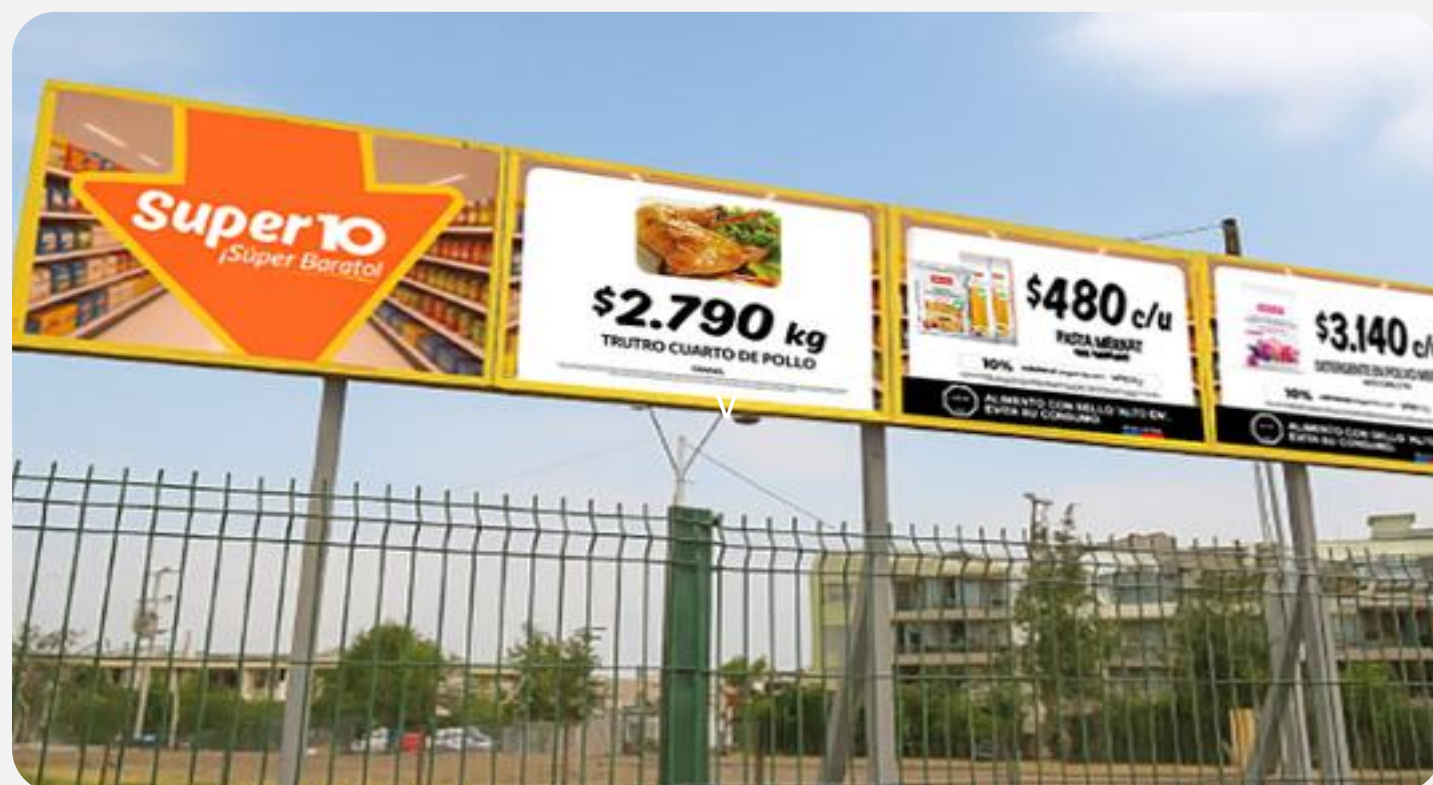
Propuesta de valor Super 10

Posicionaremos a Super 10 como el supermercado más barato en la canasta de productos relevantes para sus clientes



La estrategia “Super Barato”

Ofrecer los mejores precios en la canasta de productos relevantes para las familias C3-D



Alta participación
de marcas propias



Alta visibilidad
de conveniencia
en precios



Propuesta de valor Super 10

Potenciaremos un surtido eficiente orientado a precio, aumentando nuestro liderazgo en marcas propias



Ofrecer un surtido eficiente
que permite realizar una compra de
abastecimiento, cubriendo todas las
unidades de necesidad de sus clientes

+3.700
SKUs promedio



Alimentos básicos



Aumentar participación de venta de
marcas propias



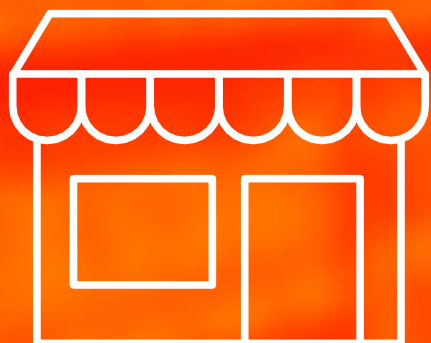
Marcas propias



Venta asistida



Queremos
¡Seguir creciendo!



+48

**APERTURAS &
CONVERSIONES**
2023-2025

+10

APERTURAS
2026-2028



**SMU
DAY
2025**



Crecimiento
con Valor para
El Cliente



¡Tu mejor socio!

Líder del segmento mayorista, con foco en satisfacer las
necesidades del cliente comerciante para abastecer su
negocio, con un surtido especialista



54
locales



+123 mil
clientes
comerciantes



#1
segmento
Mayorista autoservicio





Consolidaremos la Estrategia Omnicanal para impulsar el crecimiento y profundizar nuestra relación con el Cliente Comerciante

ESTRATEGIA OMNICAL

Centrada en el cliente comerciante



AUTOSERVICIO



VENTA DIRECTA

Ofrecemos múltiples canales de venta para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Pasaremos de 6% a 15% en participación de ventas en canales e-commerce y venta directa al 2028.

E-COMMERCE





Continuaremos fortaleciendo la estrategia focalizada en **Cliente Comerciante** y capturaremos la oportunidad de **Cliente Final** en su canasta de abastecimiento

+123 mil Socios comerciantes

Atendemos al 65% de los clientes de Canal Tradicional en Chile

75% de la venta de Alvi viene de clientes comerciantes

90%

Clientes Canal Tradicional
Almacenes | Botillerías | Minimarket | Kioscos

10%

Clientes HORECA
Hoteles | Restaurantes | Cafeterías

25% de la venta de Alvi viene de cliente final



Surtido Eficiente para liderar cada mundo comerciante,
robustecer Horeca y ampliar surtido de perecibles

Surtido Eficiente

Orientado en satisfacer las necesidades de compra del **cliente comerciante** y la canasta de abastecimiento del **cliente final sensible a precio**



Formatos Especiales

Surtido especialista para
almacenes y Horeca

Marcas Propias

Percepción de precios y diferenciación





Precio Regular

**AHORRO
en Grande**



**AHORRO
en Grande**



ACEITE VEGETAL MERKAT
900 ML.

PRECIO SOCIO
DESDE: 12 un. **\$1.370 c/u**
3 un. **\$1.420 c/u**
Precio No Socio: \$1.560 c/u

Alvi.cl | Alvi | App Alvi

Hazte socio en alvi.cl o en la app

**AHORRO
en Grande**



ARROZ G2 MERKAT
GRANO LARGO DELGADO 1 KG

PRECIO SOCIO
DESDE: 10 un. **\$920 c/u**
3 un. **\$990 c/u**
Precio No Socio: \$1.090 c/u

Alvi.cl | Alvi | App Alvi

Hazte socio en alvi.cl o en la app

Precio Promocional

**SÚPER
OFERTAS**



COCA COLA, FANTA O SPRITE
VARIEDADES RETORNABLE 2 LT.

PRECIO SOCIO
DESDE: 8 un. **\$1.390 c/u**
4 un. **\$1.450 c/u**
Precio No Socio: \$1.630 c/u
15% adicional pagando con

Alvi.cl | Alvi | App Alvi

Hazte socio en alvi.cl o en la app

IN\$UPERABLES
De Perfumería Y Limpieza



PAPEL HIGIÉNICO ELITE ULTRA SUAVE
DISPLAY 50 MT. X 4 UN.

PRECIO SOCIO
DESDE: 2 un. **\$2.450 c/u**
1 un. **\$2.550 c/u**
Precio No Socio: \$3.290 c/u
15% adicional pagando con

Alvi.cl | Alvi | App Alvi

Hazte socio en alvi.cl o en la app



La propuesta de precios de Alvi

Se basa en ofrecer precios bajos siempre, **con escalas de precios Mayoristas** de acuerdo con el número de unidades compradas, y promociones enfocadas en categorías de mayor relevancia

Propuesta promocional

Ciclos mensuales y quincenales enfocados en **generar tráfico a los locales con las mejores ofertas del mercado**

Ciclos quincenales **enfocados en los rubros de clientes**



Seguiremos fortaleciendo el Club Alvi entregando más y mejores beneficios acorde a las necesidades actuales de nuestros clientes

Diferenciación Club Alvi

Mantenemos nuestro compromiso con el Cliente Comerciante entregando más y mejores beneficios que permitan apoyar el crecimiento y desarrollo de sus negocios

- Cupones de descuento
- Capacitación
- Crédito
- Alianzas



clubAlvi
TIENE PARA TI
MÁS BENEFICIOS

+compras
+conviene

Socio CLUB
Socio PLATA
Socio ORO
Socio VIP

CUPONES
¡Personalizados de descuento!

ACTÍVALOS EN
Alvi.cl | App **Alvi** O KIOSCO

Tu mejor socio te ayuda a **ahorrar**

Club Alvi MAYORISTA

IMPULSA
tu negocio

Participa por:

- Fondos para financiamiento
- Kit de mejora de imagen para tu negocio

Próximamente
publicaremos las bases de
la 2da versión del programa

Tu mejor socio te ayuda a **crecer**

ACADEMIA
club Alvi

CAPACÍTATE GRATIS

En Academia Alvi encontrarás **cursos gratuitos para ti**, que te ayudarán a desarrollar tus habilidades para rentabilizar aún más tu negocio.

Si ya eres socio comerciante accede ahora a los cursos para ser un socio experto, si aun no eres socio **¡regístrate!**

Plataforma en línea 24 horas al día
Obtén y descarga tu diploma
Sé un socio experto en 10 módulos

Club Alvi MAYORISTA



Queremos

¡Seguir creciendo!



+22*

**APERTURAS &
CONVERSIONES**
2023-2025

+5

APERTURAS
2026-2028

+29

**STORE
UPGRADES**
2026-2028

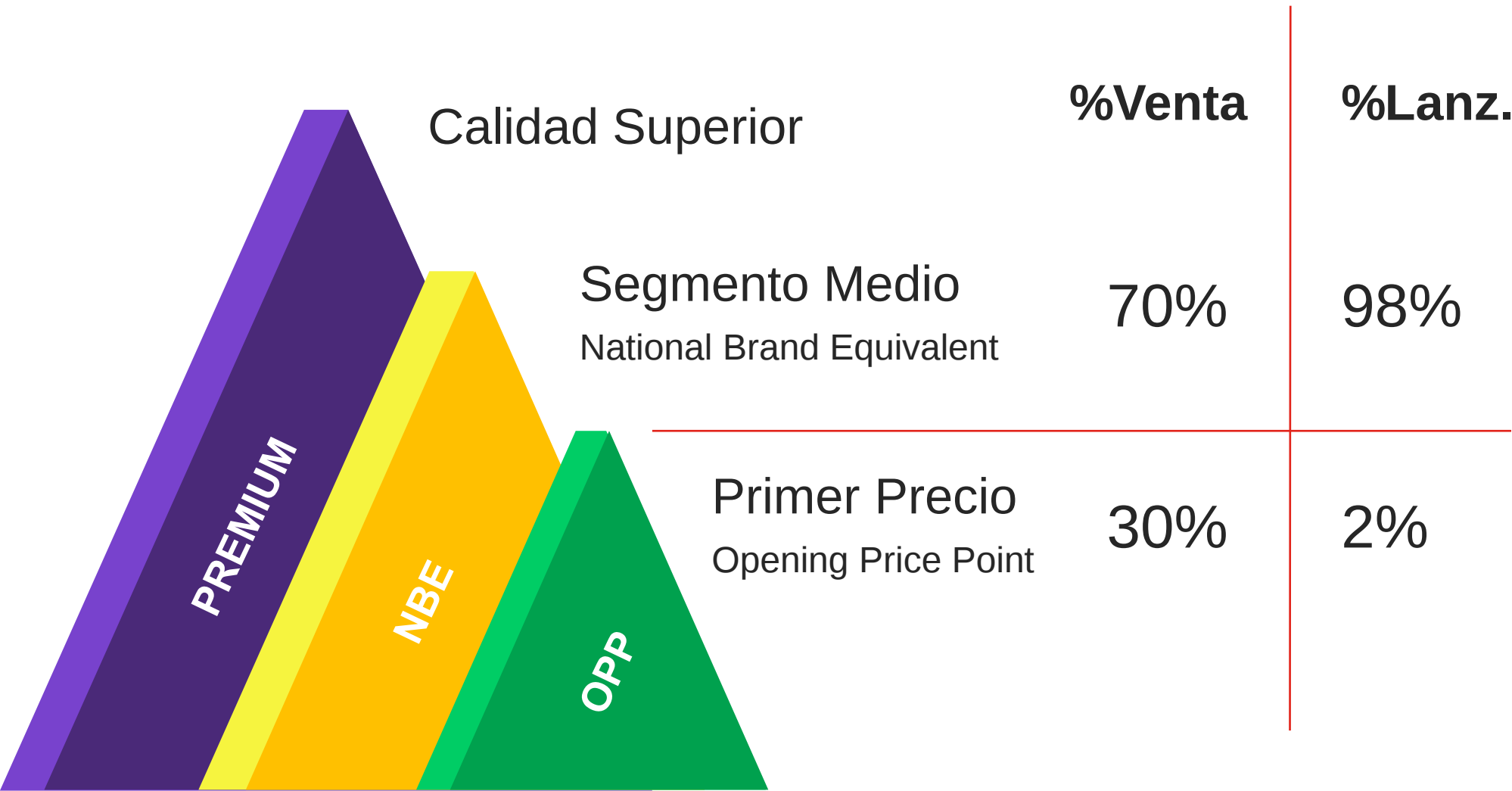


* Al cierre de noviembre 2025.



Marcas Propias y Exclusivas

El Rol de Nuestras Marcas



*Último año móvil a oct 2025

Nuestra Estrategia



Diferenciación



Rentabilidad



Competitividad

Nuestra Meta

13%

Participación marcas
propias en ventas
2025

16%

Participación marcas
propias en ventas
Meta 2028



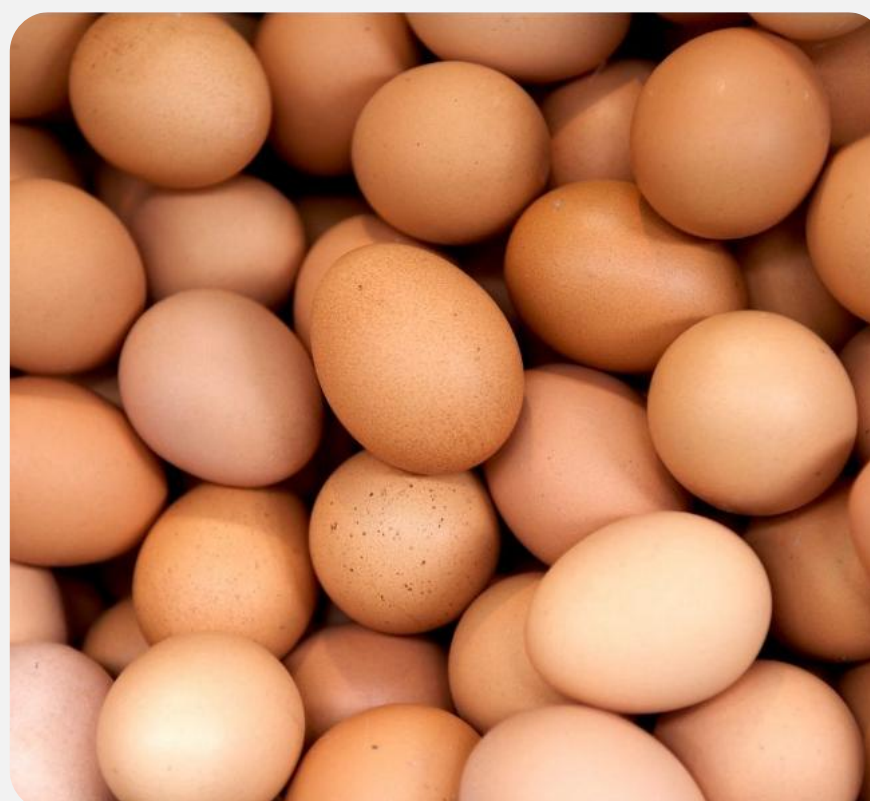
Marcas Propias y Exclusivas

Plan de Nuestras Marcas: **Diferenciación**

Diferenciación de nuestros formatos mediante la construcción de Nuestras Marcas, tanto Propias como Exclusivas.

Redefinir nuestro portafolio de Marcas:

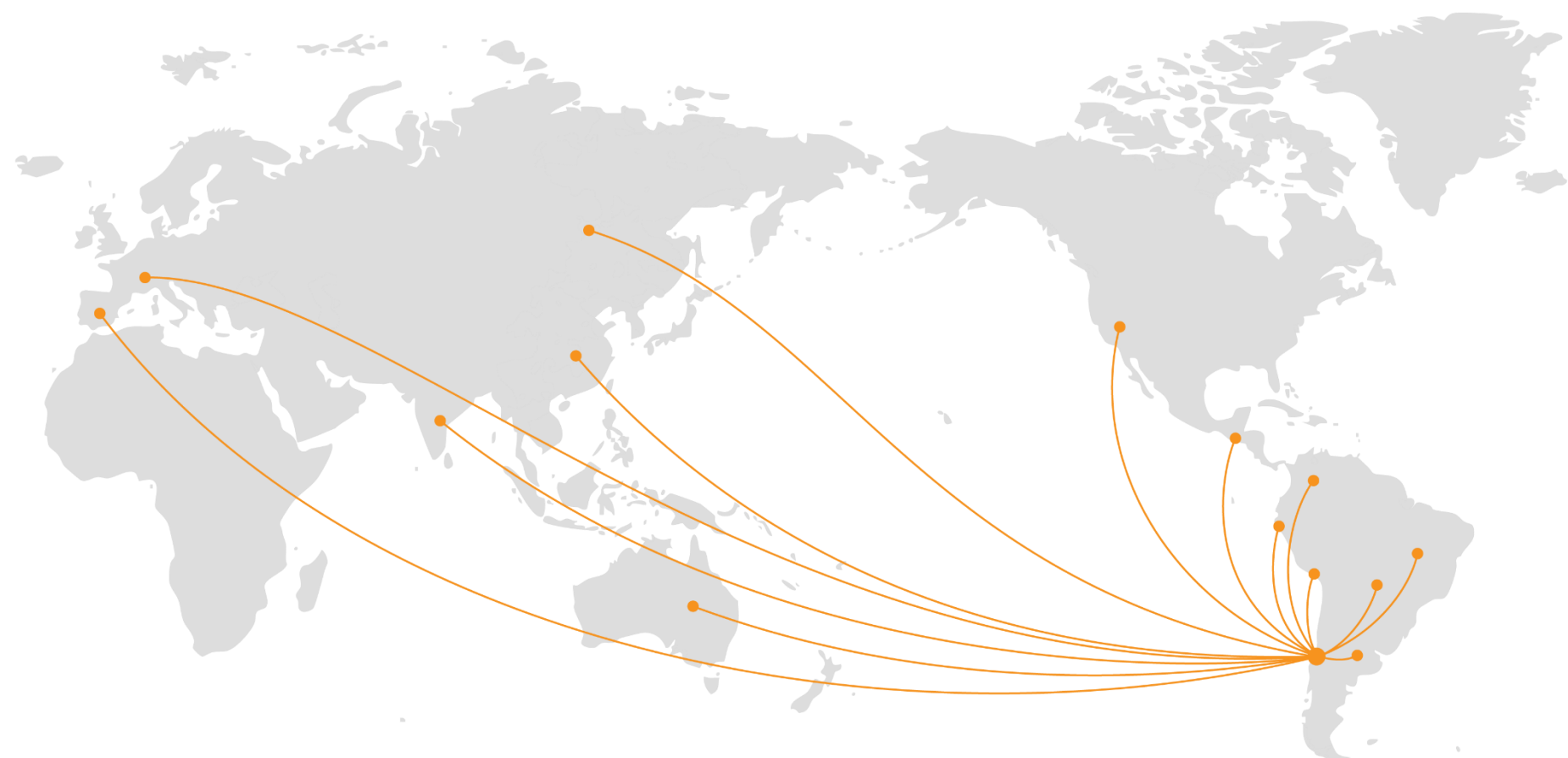
1. **Centrar** nuestra propuesta de producto en marcas más relevantes.
2. **Renovar** nuestras Marcas Propias desde su esencia.
3. **Complementar** nuestra oferta con Marcas Exclusivas.





Marcas Propias y Exclusivas

Plan de Nuestras Marcas: **Rentabilidad**



La búsqueda de **rentabilidad** se basa en:

1. Acortar la cadena de valor, buscando en **origen**.
2. Mayor inteligencia en **Precios y Promociones**.
3. Desarrollar fuertemente las marcas de **Segmento Medio**.



Marcas Propias y Exclusivas

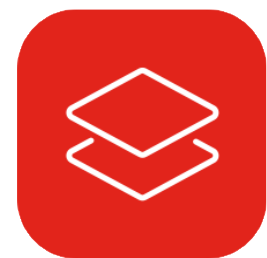
Plan de Nuestras Marcas: **Competitividad**

Fortaleceremos nuestra propuesta competitiva, basada en Calidad al mejor precio, mediante un portafolio de marcas atractivas y eficientes.

Robustecer la competitividad de los Formatos, a través de:

1. **Centrar** la propuesta de Primer Precio con eficiencia.
2. **Asegurar** la cobertura de todas las categorías básicas en cada Formato.
3. **Mantener** el liderazgo en el segmento de Precio.





CLIENTES

Mayor digitalización en medios de pago y canales de compra



TIENDA & LOGÍSTICA

Implementación de nuevas tecnologías



PERSONAS

Incorporación de agentes de Inteligencia Artificial

La **Transformación Digital** y el poder de la Inteligencia Artificial generarán oportunidades estratégicas para atraer a **clientes** y optimizar la operación de su **negocio** con mayor eficiencia. Este proceso exigirá una sólida gestión del cambio, orientada a preparar y acompañar a los **colaboradores** en la adopción de nuevas tecnologías.



Tecnología apoyando el crecimiento de SMU

- + Ventas
- + Tiendas
- + Upgrades
- + Red Logística
- + Marcas Propias
- + Eficiencia

Implementar el activo tecnológico digital de SMU

Para impulsar el **crecimiento rentable**,
contribuyendo a la construcción de una **empresa
más flexible, más eficiente** y más preparada
para entregar **mayor valor a nuestros clientes**.





Transformaremos nuestro core transaccional en un **core digital ágil y orquestado** que permite la adopción de nuevas tecnologías

2025

Core Transaccional

Plataformas transaccionales centrales actualizadas sientan las bases para una operación más eficiente, segura y preparada para el futuro.



ESTANDARIZAR &
SIMPLIFICAR
RACIONALIZAR &
CLOUDIFICAR
INCORPORAR
NUEVAS TECNOLOGÍAS

2026 - 2028

Core Digital

Core digital ágil y orquestado, permitiendo la adopción de **nuevas tecnologías** para todos nuestros formatos en base a **costos sustentables**.





Cultura de disciplina en gastos

SMU vive una **cultura de ahorro y eficiencia** apoyada en tecnología, optimizando cada proceso para operar de forma más ágil y rentable

Eficiencia operacional

es esencial para la rentabilidad en nuestra industria, y esto está incorporado en nuestra cultura organizacional.

Innovación tecnológica y operacional

nos ayudan a mejorar nuestras operaciones y a mitigar las importantes alzas en gastos operacionales que enfrentamos.



Eficiencia
Logística



Eficiencia
en Sala



Eficiencia
Backoffice



Eficiencia
Energética



Eficiencia Logística

Aumentaremos la eficiencia en la cadena de abastecimiento

incorporando tecnología, optimizando nuestra red logística y ampliando la capacidad de los centros de distribución



Optimización Red

- Optimización de rutas de transporte (TMS)
- Upgrade warehouse management system
- Automatización de procesos



Expansión Red

- Aumento de m2 y Nuevos CDs
 - ✓ Acompañar crecimiento orgánico
 - ✓ Aumento centralización de proveedores
 - ✓ Centralizar inventario de seguridad

Aumento Capacidad de
Red Logística a 2028

+25%
(m2)



Cultura de eficiencia en gastos

Aumentaremos la eficiencia en sala
optimizando procesos para
asegurar **alta disponibilidad** y
una experiencia de compra
superior

Aumento disponibilidad de productos

- Gestión digital en góndola
- Upgrade de sistema de reposición automática

Aumento productividad

- Self Check Out (+60 Unimarc y +35 S10)
- Abastecimiento y exhibición eficiente
- Eficiencia procesos de producción en tienda

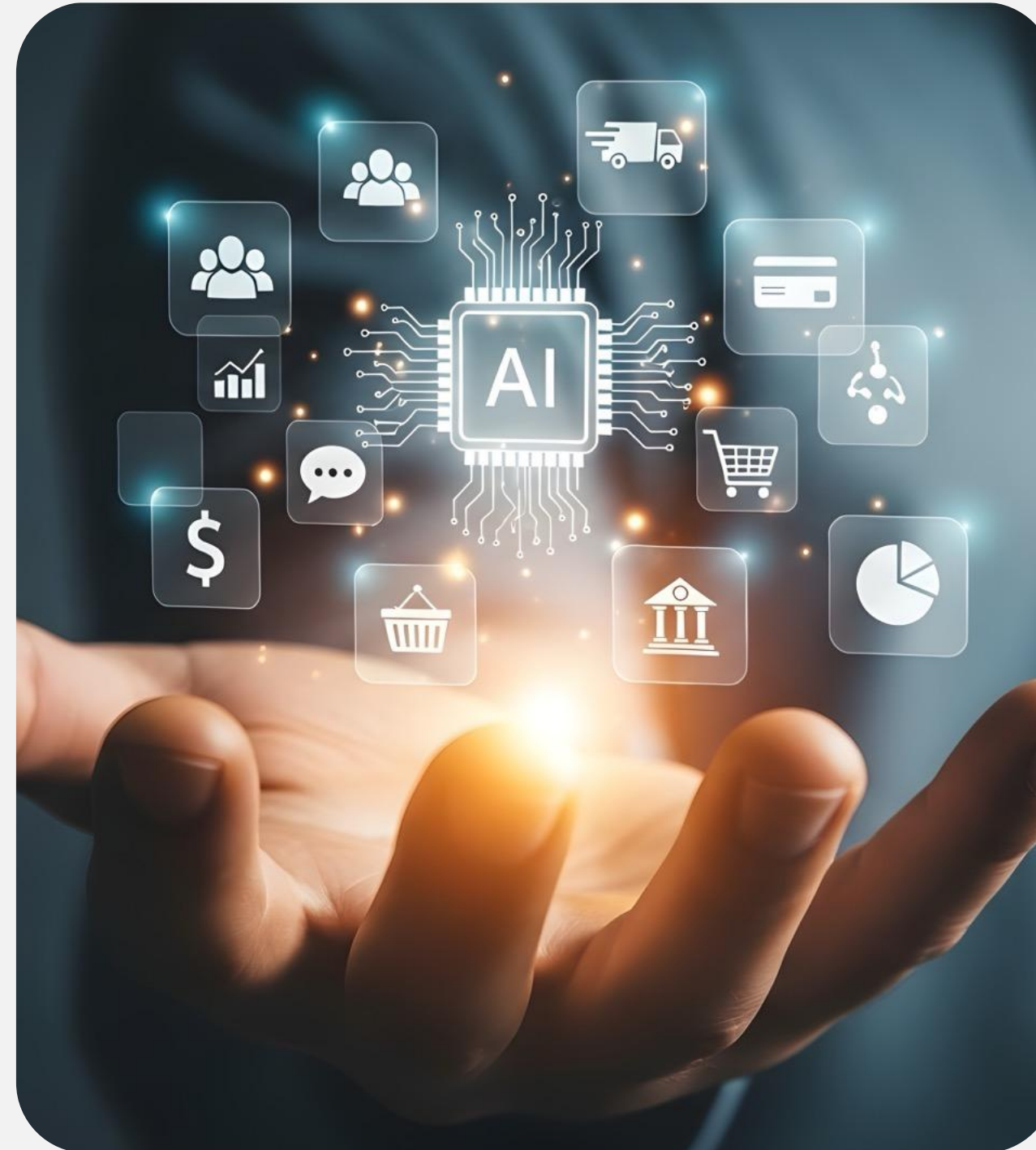
Prevención pérdidas

- Precisión de demanda
- ↓ Días de inventario
- ↑ Picking unitario





Cultura de eficiencia en gastos
Optimización y digitalización de
Procesos de Backoffice



- Herramientas de clase mundial para la identificación de oportunidades con tecnología
- Incorporación de agentes de IA
- Implementación de RPA aumentado.



Ahorros en tarifas eléctricas

+180

Locales que migrarán a **tarifa no regulada** en 2026-2028

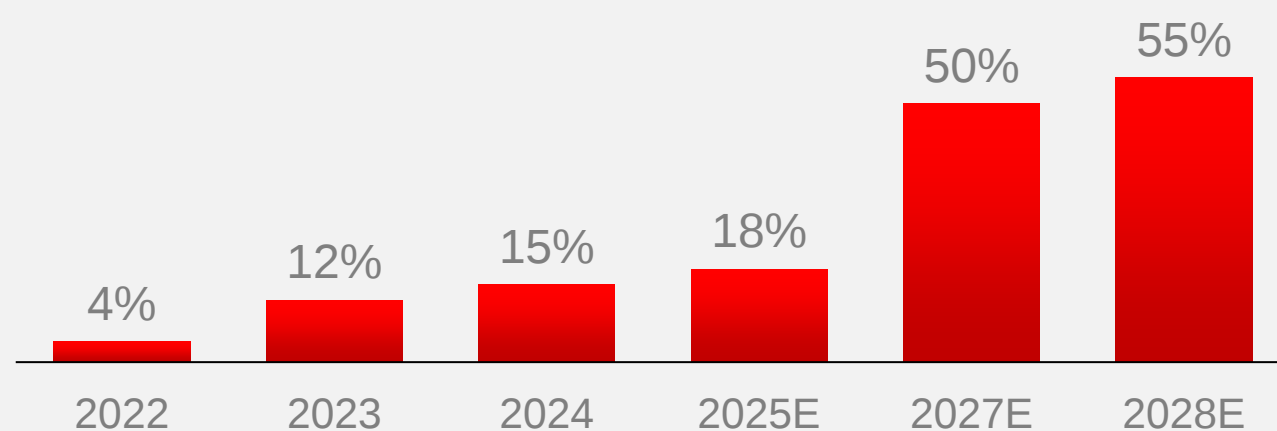
\$2,5 MMM

Ahorro proyectado 2026-2028 por menores tarifas

55%

% consumo de energía en Chile con tarifa no regulada y **fuentes renovables** estimado para 2028

Energías Renovables / Tarifas Cliente Libre
(% del consumo eléctrico en Chile contratado)



Ahorros en consumo:

Tienda Sostenible

- 16 locales que representan el **6% del consumo**
- monitoreo sistemas de energía
- control de apagado en iluminación y climatización
- **nuevo piloto para optimizar refrigeración en 2026** (representa el 50% del consumo de un local)

\$130MM

Ahorro proyectado para 2026



Cultura CERCA

Nuestra **cultura y valores** serán habilitadores, impulsando iniciativas de **valor compartido** y **cuidado del medioambiente** que están **alineadas con las necesidades del negocio** y contribuyan al **desarrollo sostenible**

NUESTROS VALORES

Seamos **cercanos**, trabajemos con **excelencia**, actuemos con **respeto** y honestidad, **colaboremos** hacia dentro y compitamos hacia afuera, movámonos con **agilidad**.



NUESTRO MODELO DE SOSTENIBILIDAD





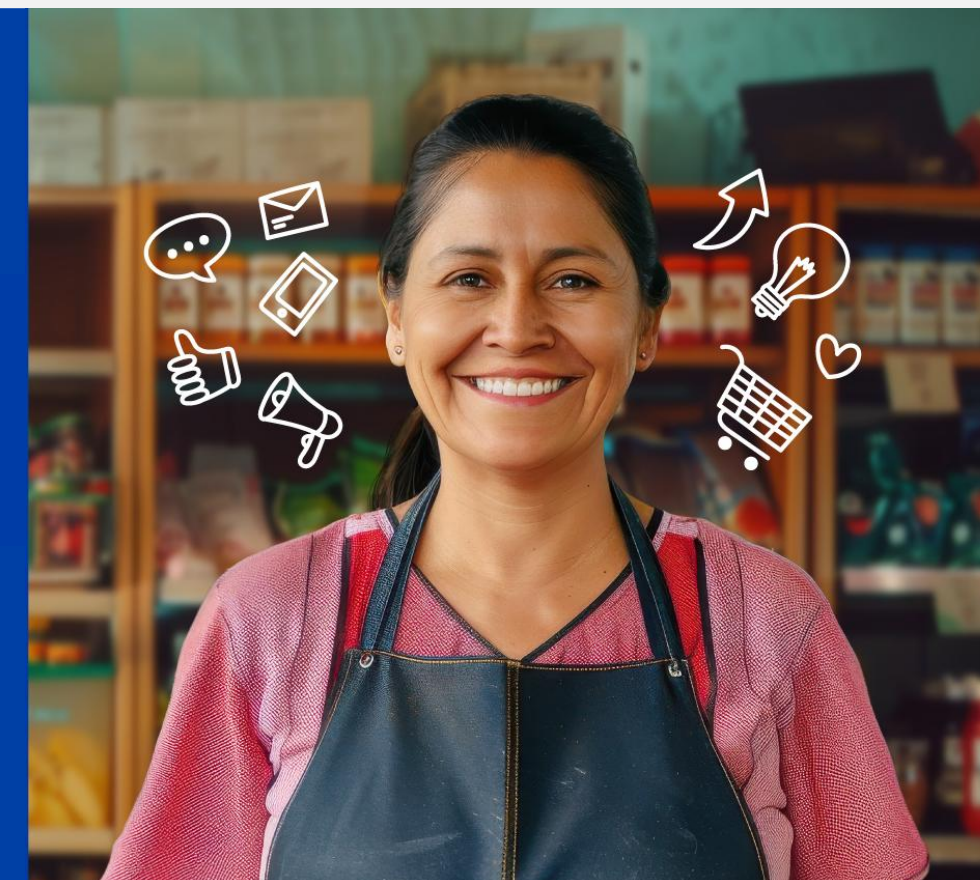
Valor Compartido

Continuaremos nuestro trabajo con pequeños emprendedores, **contribuyendo a su desarrollo y a los objetivos de nuestro negocio**

Entre 2026-2028, buscamos aumentar el conocimiento de los productos 100% Nuestro de cara a nuestros clientes, mientras apoyemos a los proveedores con mentorías y capacitaciones



Con Impulsa Tu Negocio, ayudamos a nuestros clientes comerciantes a crecer, aumentando sus ventas e incrementando su gasto en Alvi





Cuidado del Medioambiente

Seguiremos profundizando procesos y acciones en **toda la cadena de valor para evitar el desperdicio de alimentos**



Oficina Central

Selección de surtidos atractivos para nuestros clientes, con precios competitivos



Cadena Logística

Precisión en la planificación de demanda y la gestión de inventarios



Tiendas

Correcta exhibición de productos en góndola y adhesión a procesos



Colaboración con Fundaciones

Trabajo cercano con fundaciones para maximizar el impacto positivo



Diversidad & Inclusión

Acciones concretas con las que mantendremos nuestro
compromiso con la diversidad e inclusión

Género

65%

* mujeres en la dotación

SMU



Generaciones

8%

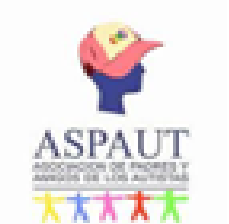
* Personas mayores 60+

Discapacidad

1,46%

329 personas con discapacidad

Alianzas y valor compartido



NUESTRO
**MODELO DE DIVERSIDAD
DE INCLUSIÓN**

**POR UNA SOCIEDAD
MÁS INCLUSIVA**



SMU
DAY
2025



SMU
Perú

maxi ahorro

¡Donde comprar, es ahorrar!

Supermercado **soft discount**, con foco en ofrecer **precios bajos** y un **surtido eficiente**, orientado a clientes finales de baja sofisticación, cubriendo reposición y abastecimiento, **para una compra rápida y fácil.**



27
locales



78% zona
norte, foco de
crecimiento futuro



Foco
Abastecimiento
a precios bajos



Mayorsa

¡Compra más, ahorra más!



6
locales



Foco
en clientes
comerciantes

Propuesta de valor **Maxiahorro**

Busca optimizar su surtido de productos e incrementar fuertemente la participación de marcas propias

Marcas propias

Diferenciación, rentabilidad y competitividad, con nuevos lanzamientos de productos locales e importados, **aprovechando sinergias** con SMU Chile.

Surtido eficiente

Ofrecer una **experiencia rápida y fácil**, cubriendo compras de **reposición y de abastecimiento** con un menor número de SKUs.

Nuevos formatos

Incorporar productos de **formatos pequeños**, acordes a las **necesidades de los clientes**.

Competitividad

Mejoras operacionales generarán **ahorros** que permitirán ofrecer **precios más competitivos**.

¡Merkat es la marca que merece tu familia!

Con una variedad de productos en las categorías más importantes. Te ofrecemos calidad superior al precio del mercado.
¡Te invitamos a conocer su línea!



Propuesta de valor Maxiahorro

Nuevas aperturas permitirán alcanzar mayor escala, **aprovechando la estructura logística, tecnológica y de backoffice existente**

+22

Aperturas
2026-2028



Crecimiento Orgánico

Se redefinen los parámetros de las tiendas nuevas, reduciendo el monto de la inversión requerida y potenciando la rentabilidad

Nuevo CD

Inaugurado en la **zona norte** en 2024 con **capacidad para abastecer tiendas nuevas**, aprovechando la inversión en el **sistema de reposición automática**.

Unipay la mejor forma de pagar

Los clientes de Unimarc, Alvi y Super 10 reciben **descuentos adicionales** cuando pagan con Unipay, **potenciando ventas, promociones y el uso del medio de pago**

+2,5x

Aumento esperado en participación de Unipay en ventas de los formatos de SMU entre 2025 y 2028



Unipayer

Pide tu tarjeta y pasa **agosto** más fácil con estos **descuentos**



viernes

10% dcto adicional

En el total boleta con tope \$5.000.



jueves y viernes

20% dcto adicional

En el total boleta con tope \$7.000, una compra diaria.

UNIMARCd | App U

miércoles

despacho gratis

por compras sobre \$30.000

UNIMARCd | App U

todos los días

1% de Cash back

Al pagar con unipay tus cuentas en Unired, en tu estado de cuenta.

unired.

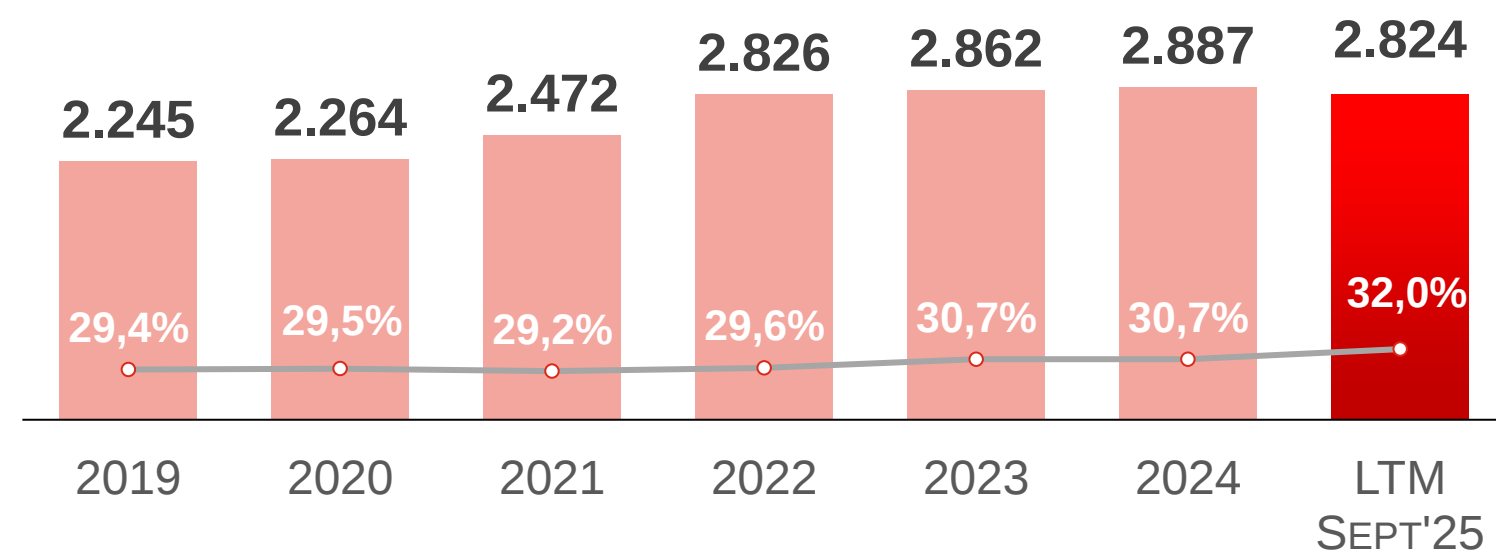
Crédito sujeto a evaluación crediticia. Todas las promociones se encuentran vigentes hasta el 31 de agosto 2025. Ver bases legales en www.unipay.cl

unipay La mejor forma de pagar

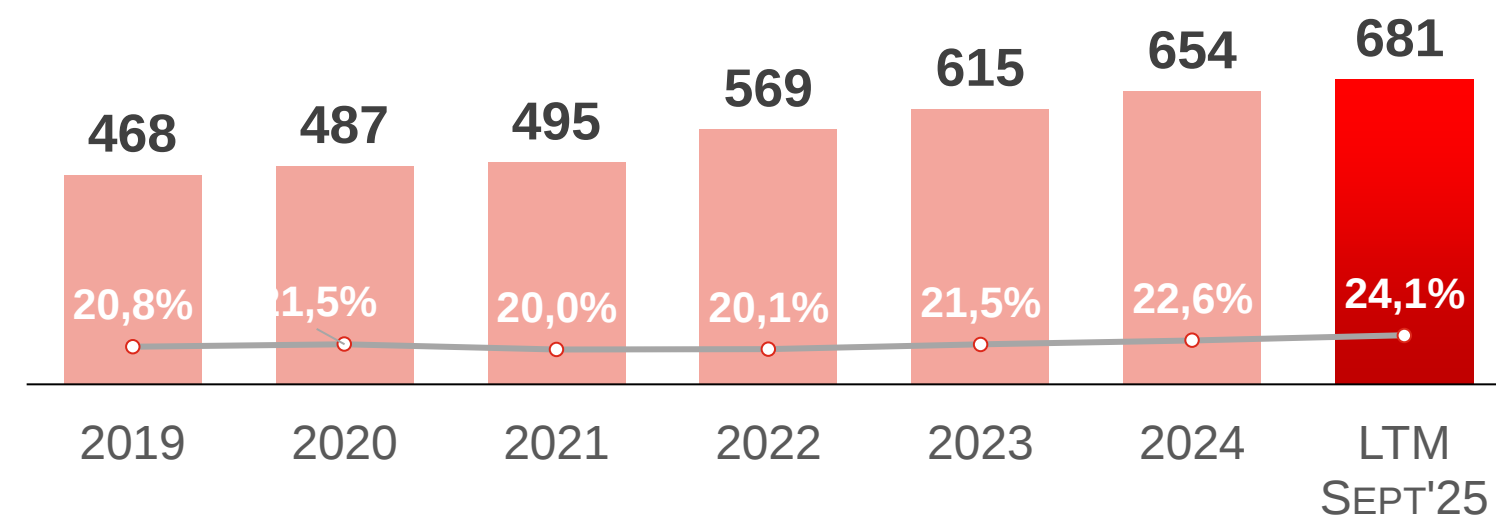


Capacidad Financiera

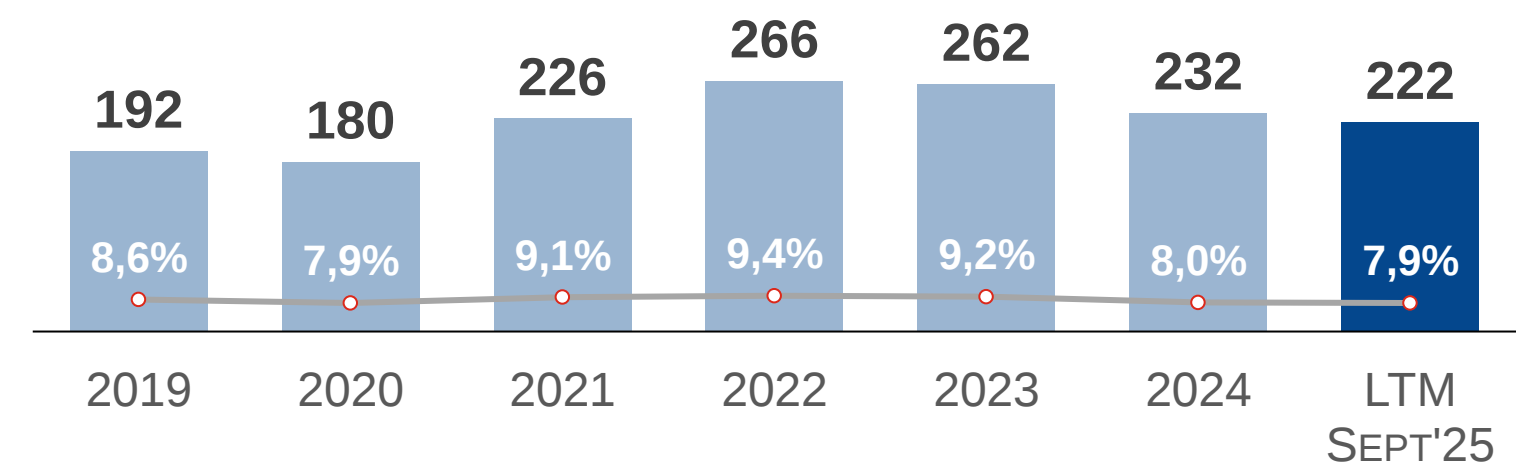
Ingresos y Margen Bruto ⁽¹⁾ (CLP MMM; %)



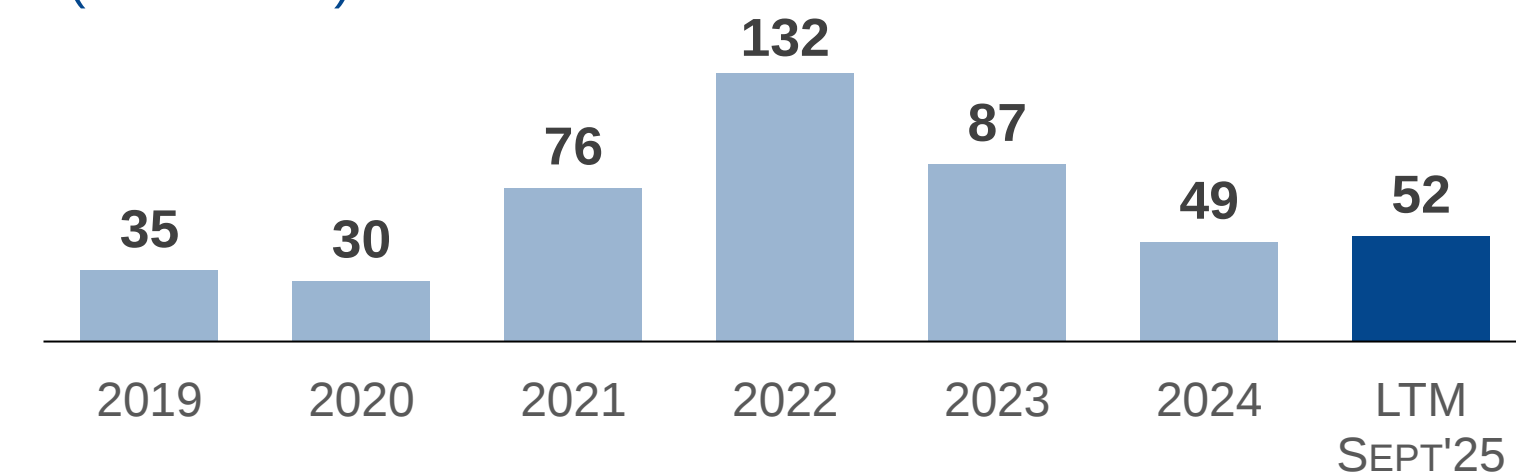
Gastos Operacionales y Margen OPEX ^(1,2) (CLP MMM; %)



EBITDA y Margen EBITDA ^(1,3) (CLP MMM; %)



Utilidad Neta ⁽⁴⁾ (CLP MMM)

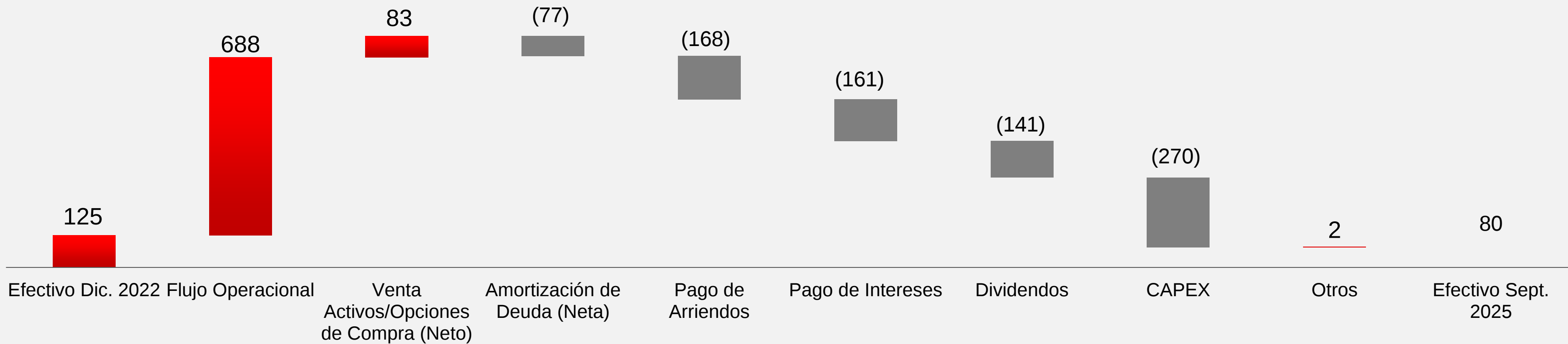


- (1) Ingresos, gastos operacionales, y EBITDA excluyen OK Market en todos los períodos.
 (2) Gastos Operacionales: Suma de gastos administrativos y de distribución, excluyendo depreciación y amortización.
 (3) EBITDA = Margen bruto - gastos administrativos - costos de distribución + depreciación + amortización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

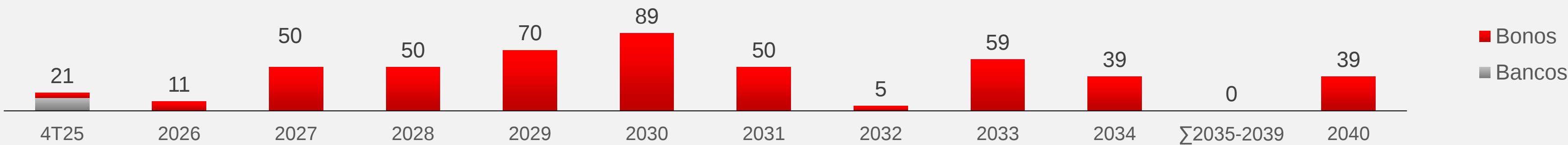
Capacidad Financiera

Saludable generación de caja y holgado perfil de vencimientos
brindan flexibilidad en la posición financiera

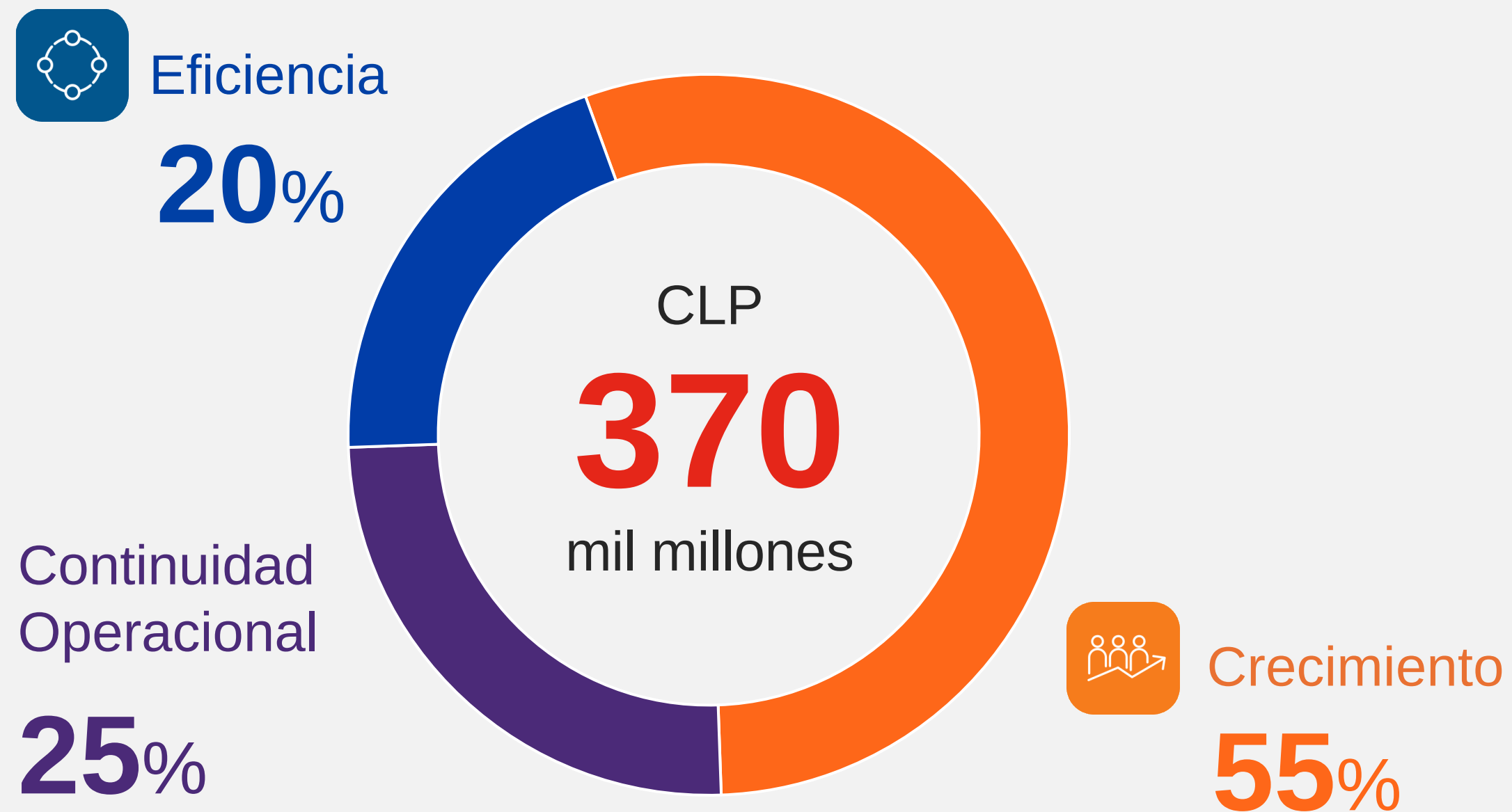
Flujo de efectivo 2023, 2024 y 9M25
(CLP MMM)



Perfil de vencimientos al 30 de septiembre 2025
(Bonos y bancos - CLP MMM)



CAPEX 2026-2028



Activo Tecnológico

CLP

80

mil millones

CAPEX + OPEX

2026-2028

Los **proyectos de tecnología y digital** requerirán gastos de capital y operacionales de CLP 80 mil millones entre 2026 y 2028.

Crecimiento + Competitividad + Eficiencia

Nuestra nueva hoja de ruta se construye sobre la base de la **optimización y consolidación de nuestra estrategia multiformato** lograda en 2025, con tres formatos con propuestas de valor bien definidas y masa crítica, que responden a las tendencias de mercado



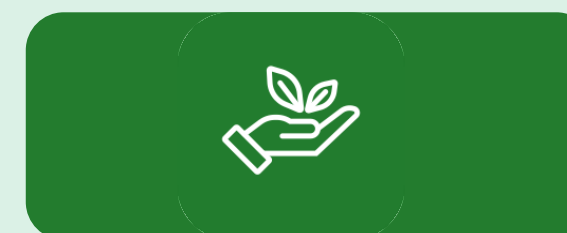
Crecimiento con Valor
para el Cliente



Activo
Tecnológico



Eficiencia y
Productividad



Cultura Sostenible



Plan Estratégico 2026-2028

80

store upgrades

+50

Comunas omnicanales

+3pp

participación marcas propias

60

nuevas aperturas



**+ foco en
surtidos relevantes**

**+Cobertura y
escala**



+ Competitividad





Integración Digital

Nueva Arquitectura
100% Disponible en 2026



Nuevas Tecnologías

IA & Data First



**Agilidad,
Simplificación &
Eficiencias**



Cloud First

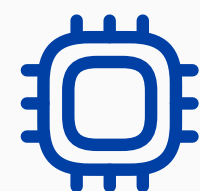
Migración & Modernización a
Nuevo Cloud
Ahorros CLP +6 MMM 2026-2028



Seguridad & Resiliencia

Estándar 4 de 5 según ISO 27001





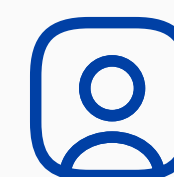
+tecnologías
en sala



+ disponibilidad
de productos



+ optimización
sistemas de transporte,
warehouse management



+ agentes de IA
en procesos de backoffice
y supply chain



+25%

capacidad de la
red logística



+37pp

Consumo energía tarifa
no regulada y de
fuentes renovables,
alcanzando 55%



Crecimiento con Valor
para el Cliente



Activo
Tecnológico



Eficiencia y
Productividad



Cultura Sostenible

Impactos Financieros

Capex total

\$370

CLP MMM
2026-2028

Crecimiento
esperado en ventas

5-6%

CAGR
2026-2028



Nuevas aperturas



Store upgrades



Mejoras propuestas de valor

SMU DAY 2025



www.smu.cl