

MEMORIA INTEGRADA 2025





MEMORIA INTEGRADA
2025



ÍNDICE

1

A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

5

2

NUESTRA COMPAÑÍA

- 2.1 SMU EN UNA MIRADA 13
- 2.2 QUIÉNES SOMOS 15
- 2.3 PRESENCIA GEOGRÁFICA 16
- 2.4 HISTORIA 17
- 2.5 NEGOCIO 19
- 2.6 ESTRATEGIA 26
- 2.7 INDUSTRIA DE SUPERMERCADOS 32

11

3

SOSTENIBILIDAD EN SMU

- 3.1 GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD 37
- 3.2 GRUPOS DE INTERÉS 42
- 3.3 CREACIÓN DE VALOR 52

35

4

GOBERNANZA

- 4.1 ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO 55
- 4.2 DIRECTORIO 58
- 4.3 INFORME ANUAL DEL COMITÉ DE DIRECTORES 84
- 4.4 ADMINISTRACIÓN 89
- 4.5 ESTRUCTURA ACCIONARIA 92
- 4.6 GESTIÓN DE RIESGOS 98

53

5

CULTURA DE LA INTEGRIDAD Y LA GESTIÓN ÉTICA

- 5.1 GESTIÓN DE LA ÉTICA 125
- 5.2 CUMPLIMIENTO 137
- 5.3 MARCO REGULATORIO 146

123

6

SOMOS UNA EMPRESA DE PERSONAS

- 6.1 CULTURA ORGANIZACIONAL 151
- 6.2 DESARROLLO DE PERSONAS 153
- 6.3 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN 164
- 6.4 BENEFICIOS Y BIENESTAR 171
- 6.5 RELACIONES LABORALES 179
- 6.6 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO 181
- 6.7 NUESTRA GENTE: INDICADORES 194

149



7

EL CLIENTE AL CENTRO

- 7.1 EXPERIENCIA DEL CLIENTE
- 7.2 ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD E INOCUIDAD

205
207
216



11

DESEMPEÑO FINANCIERO

263



8

ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

- 8.1 GESTIÓN DE PROVEEDORES
- 8.2 DESARROLLO DE PROVEEDORES LOCALES
- 8.3 PAGOS A PROVEEDORES

219
221
227
232



12

INFORMACIÓN ADICIONAL

293

- 12.1 INFORMACIÓN SOBRE FILIALES Y ASOCIADAS 297
- 12.2 CERTIFICACIONES INDEPENDIENTES 339



9

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

- 9.1 RELACIÓN CON LA COMUNIDAD
- 9.2 TRABAJO COLABORATIVO CON ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

235
237
238



13

METODOLOGÍA

350

- 13.1 SOBRE ESTE REPORTE 352
- 13.2 ASUNTOS MATERIALES 352
- 13.3 ÍNDICE GRI 357
- 13.4 ÍNDICE CMF 363
- 13.5 TABLA DE CONTENIDOS SASB 365



10

NOS PREOCUPAMOS POR EL MEDIO AMBIENTE

- 10.1 GESTIÓN DE RESIDUOS
- 10.2 GESTIÓN ENERGÉTICA
- 10.3 HUELLA DE CARBONO
- 10.4 HUELLA DE AGUA
- 10.5 INDICADORES AMBIENTALES

243
246
252
254
255
257







A NUESTROS
GRUPOS DE INTERÉS

CARTA DE LA PRESIDENTA

A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Tengo el agrado de presentarles nuestra Memoria Integrada del año 2025. En este documento damos cuenta de nuestra gestión en materia económica, ambiental y social, pero no sólo se circunscribe a los avances y resultados de un año específico, sino que describe nuestras prácticas y forma de trabajar para la generación de valor a largo plazo, basados en cada uno de los ejes de nuestro Modelo Corporativo de Sostenibilidad.

Durante 2025, finalizamos la ejecución del plan estratégico trienal en curso y, además, diseñamos y lanzamos la hoja de ruta para los próximos tres años. Estos procesos se llevaron a cabo a través de un trabajo conjunto entre el Directorio y la Administración, que se caracterizó por los altos niveles de consenso acerca de las prioridades estratégicas para la Compañía.

Este esfuerzo mancomunado facilitó la implementación y seguimiento de la estrategia para 2023-2025, incluyendo la inauguración de más de 50 tiendas nuevas en tres años, y también la toma de decisiones que modificaron el plan original, como la aceleración de las conversiones del formato Mayorista 10 que aprobamos y ejecutamos en 2025. Esta decisión nos permitió aumentar la escala y cobertura de nuestros formatos Alvi y Super10, consolidando al primero como la cadena mayorista más grande de Chile, y al segundo, con su estrategia *Super Barato*, como una propuesta de precio muy conveniente para nuestros clientes.

Ahora miramos con convicción nuestro plan estratégico 2026-2028, que considera una inversión de CLP 370 mil millones para profundizar nuestro crecimiento y fortalecer la eficiencia y competitividad. Con más tiendas, más innovación, más cobertura y un portafolio robusto de marcas propias, continuaremos entregando calidad y valor a nuestros clientes, en cada uno de nuestros formatos.

Nos sentimos orgullosos de haber alcanzado en 2025, por segundo año consecutivo, el mayor puntaje de nuestra industria en Chile en el *Corporate Sustainability Assessment* que realiza S&P Global, donde nos destacamos en temas esenciales para nuestro negocio, tales como gestión de la cadena de abastecimiento; gestión de residuos; calidad de productos; y prácticas laborales, lo que nos permite alcanzar mayores niveles de competitividad. Asimismo, fuimos incluidos por primera vez en el *Sustainability Yearbook* que publica la misma consultora.

Mantenemos nuestro firme compromiso con la diversidad y la inclusión, siendo la única empresa supermercadista que cuenta con el Sello Iguala Conciliación otorgado por el SernamEG, el que nos reconoce por promover la igualdad de género y la conciliación de la vida laboral, personal y familiar. En esa misma línea, en 2025, por tercer año consecutivo, fuimos distinguidos como la mejor empresa en la categoría Retail en el Premio IMPULSA, reconocimiento que entregan Pulso LT, PwC y la Fundación Chile Mujeres a las compañías con mejores indicadores de género.

Nuestro sello cultural CERCA, acrónimo de Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad, se vive en SMU día a día. Desde aquí trabajamos para ser más eficientes, flexibles y estratégicos. Nuestros valores nos dan el coraje de tomar decisiones que a veces son difíciles, con el fin de fortalecer a la Compañía y velar por el crecimiento rentable y sostenible y, finalmente, nos dan la resiliencia para enfrentar los nuevos escenarios y desafíos que se presentan en una realidad que cambia rápidamente, con un contexto marcado por la incertidumbre política, tensiones comerciales globales y revolución tecnológica, entre otros.

Quisiera cerrar agradeciendo al equipo ejecutivo y directivo de SMU por su liderazgo; a los miles de colaboradores, quienes día a día impulsan a esta compañía hacia adelante con su compromiso; y a nuestros inversionistas, proveedores, clientes y vecinos, por la confianza y cercanía de siempre.

Un afectuoso saludo,

Pilar Dañobeitía
Presidenta del Directorio SMU S.A.



CARTA DEL GERENTE GENERAL

A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

El 2025 fue un año de transición para SMU: finalizamos la ejecución de nuestro plan estratégico 2023-2025, pero además sumamos nuevas definiciones estratégicas que nos posicionan para crecer rentable y sosteniblemente en el futuro. Así, cerramos también el año, con el lanzamiento de nuestro nuevo plan estratégico para el período 2026-2028.

Para el trienio que recién cerramos, habíamos diseñado una hoja de ruta que contemplaba un plan de crecimiento orgánico muy ambicioso, el que logramos implementar de forma muy exitosa. En tres años abrimos 54 nuevas tiendas entre Chile y Perú, y el desempeño de esas tiendas ha superado nuestras expectativas. Al mismo tiempo, expandimos nuestra cobertura online, dando más soluciones a nuestros clientes a través de nuevos puntos de retiro y nuevas tiendas con operaciones de *last milers*, lo que ha llevado a un crecimiento anual promedio sobre 20% en nuestras ventas online.

Además de llegar más cerca de nuestros clientes a través del crecimiento omnicanal, en 2025 completamos la conversión del 100% de las tiendas del formato Mayorista 10 a los formatos Alvi y Super10. Esta iniciativa originalmente estaba prevista para el período 2026-2028, pero tomamos la decisión de adelantar las conversiones para fortalecer nuestra estrategia multiformato.

Estas conversiones, sumadas a las nuevas aperturas, transformaron nuestro *mix* de formatos en solo un año: Alvi pasó de 36 a 57 tiendas del formato cash & carry, con cobertura desde La Serena hasta Punta Arenas. Super10, por su parte, pasó de 16 a 54 tiendas del formato soft discount, aprovechando esta nueva escala para relanzar la marca, con la campaña “*Super10, Super Barato*”. En el caso de Unimarc, si bien no hubo conversiones, el formato sumó ocho nuevas aperturas durante 2025.

De esta forma, cerramos el año 2025 con tres propuestas de valor bien definidas, con masa crítica y que responden bien a las diferentes necesidades de nuestros clientes, lo que nos posiciona bien para iniciar nuestro plan estratégico 2026-2028.

La estrategia de SMU para los próximos tres años tiene un fuerte foco en el crecimiento, rentabilidad y eficiencia, y se basa en tres ejes: crecimiento con valor para el cliente, activo tecnológico y eficiencia y productividad.

El primer eje busca seguir creciendo con nuevas aperturas, aprovechando la capacidad de ejecución que hemos construido, además de impulsar la venta de tiendas existentes. Para ello, el plan contempla 60 nuevos locales—38 en Chile y 22 en Perú—así como también, upgrades de 80 tiendas de nuestros formatos Unimarc y Alvi. Por otra parte, vamos a mejorar nuestros surtidos, con foco en productos de alta relevancia y potenciando marcas propias y exclusivas, y así ser más competitivos en precios.

A través del segundo eje, continuaremos desarrollando nuestro Activo Tecnológico de manera de contar con la flexibilidad y agilidad para seguir implementando herramientas que den el mejor soporte a nuestro negocio. Migraremos hacia un nuevo cloud; implementaremos una nueva arquitectura integrada e incorporaremos nuevas tecnologías, incluyendo agentes de IA, contribuyendo a una organización más ágil y eficiente.

El tercer eje, eficiencia y productividad, ha sido un elemento constante en todos nuestros planes estratégicos. Entre 2026 y 2028, mantendremos la disciplina en gastos que nos caracteriza, sumando más optimizaciones de procesos y nuevas herramientas tecnológicas que contribuirán a la productividad, ayudarán a mitigar presiones en gastos, para de esta manera mejorar nuestra rentabilidad. Expandiremos la capacidad de nuestra red logística en un 25%, permitiendo acompañar el crecimiento orgánico y mejorar la gestión de inventarios. También tendremos ahorros en los gastos de electricidad, por la migración de más de 180 locales a tarifa de cliente libre, lo que además significa casi triplicar la proporción de nuestro consumo de energía de fuentes renovables, alcanzando 55% en 2028.

Por último, nuestra Cultura Sostenible y valores CERCA servirán como habilitadores para la implementación del plan, impulsando iniciativas de valor compartido y cuidado del medioambiente que están alineadas con las necesidades del negocio y contribuyan al desarrollo sostenible.

Vemos con optimismo las perspectivas de SMU para este nuevo trienio, donde esperamos cosechar los frutos de las iniciativas que implementamos en el plan anterior, así como también, de las que están contempladas para 2026-2028.

La exitosa ejecución del plan que recién finalizamos solo fue posible gracias al apoyo del Directorio, el liderazgo del equipo ejecutivo y el esfuerzo de todos nuestros colaboradores. Quisiera agradecerles e invitarles a seguir con ese mismo compromiso para la próxima etapa que nos espera.

Un afectuoso saludo,

Marcelo Gálvez
Gerente General SMU S.A.





2



NUESTRA **COMPAÑÍA**

2.1 SMU EN UNA MIRADA



301
locales



57
locales



54
locales



30
locales



5
locales

447 
TOTAL LOCALES

71 

**APERTURAS Y
RECONVERSIONES
DE TIENDAS EN 2025**

+10

MILLONES DE CLIENTES


16%

**PARTICIPACIÓN
DE MERCADO
EN CHILE⁽¹⁾**

3°

**ACTOR
INDUSTRIA
SUPERMERCADISTA
EN CHILE⁽²⁾**

COBERTURA

16

**REGIONES
DE CHILE**

Notas

(1) Considera ventas segmento Supermercados Chile dividido por ventas de supermercados en Chile, según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

(2) Estimaciones SMU

NO DESPERDICIO DE ALIMENTOS

SE DONARON

647 TN

de alimentos beneficiando a más de **146 mil personas**



PROGRAMA 100% NUESTRO

90%

de las compras del programa son a proveedores de regiones distintas a la RM



MARCAS PROPIAS

REPRESENTAN

13%

de las ventas en 2025



ENERGÍA DE FUENTES RENOVABLES

SUMINISTRO A TRAVÉS DE ENERGÍAS RENOVABLES

20%

del consumo en Chile



23.039 COLABORADORES



65% 14.975 MUJERES

35% 8.064 HOMBRES

DESEMPEÑO ECONÓMICO 2025

INGRESOS CLP

2.819 MMM

EBITDA CLP

218 MMM

RESULTADO NETO CLP

63 MMM

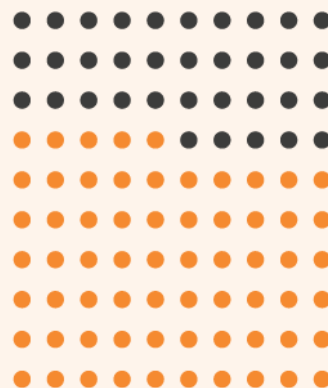
CLASIFICACIÓN DE RIESGO LOCAL

FELLER RATE

AA- / ESTABLE

ICR

AA- / ESTABLE



2.2 QUIÉNES SOMOS

La visión, propósito y valores corporativos de SMU dan sentido a las actividades cotidianas de nuestro negocio, proporcionando una ambición que nos recuerda del impacto positivo que podemos generar en la sociedad.

NUESTRO PROPÓSITO

Con **cercanía** hacemos la vida más fácil a **nuestros clientes**.

NUESTRA VISIÓN

Ser **la red de supermercados más cercana** para satisfacer las necesidades de nuestros clientes **y generar valor compartido** para todos nuestros grupos de interés de manera sostenible.

NUESTROS VALORES

Somos **cercanos**, trabajamos con **excelencia**, actuamos con **respeto** y honestidad, **colaboramos** hacia dentro y competimos hacia afuera, nos movemos con **agilidad**.



Nuestros clientes están en el centro de todo lo que hacemos, y por eso, todos los días, a través de las acciones y decisiones que tomamos, buscamos cumplir nuestro propósito corporativo. Así, definimos nuestra estrategia de corto, mediano y largo plazo de manera de alcanzar nuestra visión corporativa.

Los valores CERCA - Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad - nos caracterizan, y los promovemos en todos los ámbitos de nuestra gestión.

Nuestro Código de Ética y Conducta en los Negocios y nuestro Modelo Corporativo de Sostenibilidad entregan los lineamientos éticos y los ejes para una gestión sostenible.

NUESTRO MODELO DE SOSTENIBILIDAD

GOBERNANZA

CULTURA DE LA INTEGRIDAD
Y LA GESTIÓN ÉTICA

SOMOS UNA EMPRESA
DE PERSONAS

EL CLIENTE
AL CENTRO

ABASTECIMIENTO
RESPONSABLE

COMPROMISO CON
LA SOCIEDAD

NOS PREOCUPAMOS
POR EL
MEDIO AMBIENTE

DESEMPEÑO
FINANCIERO

2.3 PRESENCIA GEOGRÁFICA

PRESENCIA EN CHILE

● Unimarc ● Alvi ● Super 10

Región	Presencia de Formatos	Cantidad de Locales	Centros de Distribución	Participación
Arica y Parinacota	●	2		8,7% ●
Tarapacá	●	7		20,8% ●
Antofagasta	●	16	📍	17,1% ●
Atacama	●	12		29,0% ●
Coquimbo	● ● ●	26	📍	26,7% ●
Valparaíso	● ● ●	40		10,3% ●
Metropolitana	● ● ●	125	📍 📍 📍	11,9% ●
Del Libertador Bernardo O'Higgins	● ● ●	21		11,2% ●
Maule	● ● ●	25		14,7% ●
Ñuble	● ● ●	13		25,5% ●
Biobío	● ● ●	48	📍	16,7% ●
Araucanía	● ● ●	24		12,6% ●
Los Ríos	● ● ●	12	📍	21,3% ●
Los Lagos	● ● ●	31		22,9% ●
Aysen del Gral. Carlos Ibáñez del Campo	●	2	📍	58,9% ●
Magallanes y La Antártica Chilena	● ●	8	📍	48,9% ●

PRESENCIA EN PERÚ



ZONA NORTE

23 LOCALES

1 CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

ZONA CENTRO SUR

12 LOCALES

1 CENTRO DE DISTRIBUCIÓN

2.4 NUESTRA HISTORIA

2007

Unimarc fue adquirido por el accionista controlador de SMU, el economista Álvaro Saieh y su familia, iniciando la implementación de una estrategia de crecimiento inorgánico para competir de manera más efectiva con los principales actores de la industria. La cadena Unimarc contaba con 40 tiendas a nivel nacional y un centro de distribución, además de un importante nivel de recordación de marca. Posteriormente, el grupo controlador se asoció con la familia Rendic, propietaria de Deca, operador de una cadena de 20 supermercados ubicados en la III, IV y V Región del país, los que pasaron a operar bajo la marca Unimarc.

2008

Nace SMU: Con fecha 22 de febrero de 2008, se constituyó SMU. Durante el año, la Compañía siguió creciendo con la adquisición de dos cadenas: Bryc, que contaba con 48 supermercados ubicados en regiones del centro y sur del país, y Mayorista 10, permitiendo a la Compañía ampliar su red de negocios con el ingreso al mercado mayorista.

2014 - 2016

Exitoso turnaround: Se implementó un plan enfocado en la generación de eficiencias y en la optimización de sus operaciones basado en tres pilares: fortalecimiento comercial, eficiencia operacional y fortalecimiento financiero. Contempló la implementación de una estrategia comercial, la optimización del portafolio de tiendas; mejoras en la disponibilidad de productos en las tiendas, principalmente a través de mejoras en la eficiencia de la cadena logística, entre otras iniciativas; y el fortalecimiento de la posición financiera.

2009 - 2011

Fuerte crecimiento inorgánico: En este período, SMU adquirió más de 40 cadenas minoristas regionales, incluyendo, entre otras: Abu Gosch, Alameda, Cofrima, Costa Sol, Korlaet y La Lica, además de las cadenas mayoristas Alvi y Dipac, las tiendas de conveniencia OK Market y el negocio Telemercados Europa. También expandió sus negocios hacia el extranjero, a través de las operaciones que Alvi tenía en Perú bajo la marca Mayorsa, y también de la compra de la cadena peruana MaxiBodega. Otro hito relevante fue la fusión, en 2011, con Supermercados del Sur, agregando un total de 111 nuevas salas y convirtiendo a SMU en la mayor empresa de retail de alimentos de Chile, medido por cantidad de tiendas. Adicionalmente, en el mismo año, ingresó al negocio de materiales para la construcción con la compra de la cadena Construmart.

2020 - 2022

Nuevos formatos: SMU potenció su estrategia multiformato con el lanzamiento del nuevo formato soft discount Super10 y las plataformas online Unimarc.cl y Alvi.cl. Asimismo, la Compañía alcanzó un número importante de aperturas de los formatos Unimarc, Alvi y Maxiahorro. En este período SMU también logró un importante desarrollo de su programa de marcas propias, lanzando nuevas marcas y productos.

Fortalecimiento financiero: Durante el período se materializó la venta del negocio de conveniencia, OK Market, permitiendo enfocarse en el negocio principal: Supermercados. Otros hitos relevantes del período fueron colocaciones de bonos locales (series AK, AL y AO) por un total de UF 7 millones y la mejora de la clasificación de riesgo de SMU, por parte de sus dos clasificadoras de riesgo, Feller-Rate e ICR, a categoría A+, con perspectivas estables.

2023 -2025

Fuerte crecimiento orgánico: SMU implementó con éxito su plan estratégico trienal, con foco en el crecimiento omnicanal, experiencia del cliente, eficiencia y productividad, y organización comprometida y sostenible. Durante este período, la Compañía inauguró un total de 54 tiendas nuevas: 43 en Chile y 11 en Perú, además de un nuevo centro de distribución en Piura, para apoyar el crecimiento de las operaciones en la zona norte de Perú. Adicionalmente, en el año 2025, SMU tomó la decisión de optimizar y consolidar su estrategia multiformato en Chile, acelerando la conversión de tiendas Mayorista 10 a los formatos Alvi y Super10, generando una importante escala y mayor cobertura geográfica.

En el año 2024, SMU ingresó por primera vez al Dow Jones Sustainability Index Chile y MILA, sirviendo como reconocimiento a la gestión de la Compañía en materia de sostenibilidad.

En el ámbito financiero, en el año 2023, SMU alcanzó la clasificación de riesgo AA- con perspectivas estables, consolidando su posición en el mercado. Entre 2023 y 2024, la Compañía llevó a cabo cinco colocaciones de bonos locales por un total de UF 7 millones, permitiendo refinanciar vencimientos de deuda de los años 2024 y 2025 y dejando un calendario de amortizaciones muy cómodo para los próximos años.

2017 - 2019

Apertura en bolsa: Se concretaron múltiples acciones destinadas a fortalecer su estructura de capital y reducir endeudamiento. En enero de 2017 SMU se abrió a la bolsa por aproximadamente US\$200 millones, y posteriormente realizó dos aumentos de capital adicionales (US\$150 millones en noviembre 2017 y US\$122 millones en enero 2018), permitiendo reducir significativamente la deuda. Asimismo, colocó bonos locales (series G, K, P, T y W) por un total de UF 8,5 millones, permitiendo refinanciar deudas en mejores condiciones, generando ahorros relevantes en el gasto financiero. Otro hecho relevante fue la venta de la filial Construmart S.A., lo que permitió a la Compañía enfocarse en su negocio principal, de supermercados.

En este período SMU agregó nuevas iniciativas estratégicas como parte de su plan trienal, en los ámbitos de experiencia del cliente, organización alineada y comprometida, sostenibilidad y desarrollo tecnológico, sumándose a los pilares de eficiencia operacional y fortalecimiento del plan 2014-2016.

2.5 NEGOCIO

SMU S.A. y sus filiales (en adelante, “SMU”, la “Compañía” o la “Sociedad”) es uno de los principales actores del retail supermercadista en Chile, con una participación de mercado de un 16% al 31 de diciembre de 2025, según las estimaciones de la Compañía. A través de su estrategia multiformato, SMU busca satisfacer las necesidades de sus clientes finales y comerciantes con propuestas de valor alineadas con las tendencias de la industria, enfocadas en la venta de alimentos. En Chile, la Compañía opera los supermercados tradicionales Unimarc; los supermercados *soft discount* Super10; y las tiendas mayoristas Alvi (segmento “Supermercados Chile”). En Perú, SMU opera los supermercados *soft discount* Maxiahorro y las tiendas mayoristas Mayorsa (segmento “Supermercados Perú”).

Durante el año 2025, SMU tomó la decisión de optimizar y consolidar su estrategia multiformato en Chile, acelerando la conversión de tiendas Mayorista 10 a los formatos Alvi y Super10, generando una importante escala y mayor cobertura geográfica para estos dos formatos y posicionándose para competir mejor. Los formatos operados por la Compañía le permiten atender a los diferentes grupos socioeconómicos, niveles de sofisticación y hábitos de compra de sus clientes. SMU cuenta con una gran cobertura geográfica, con operaciones en las 16 regiones de Chile, y ofrece atención presencial en sus más de 400 tiendas, además de ventas online a través de sus plataformas propias Unimarc.cl y Alvi.cl, así como también, de alianzas con *last milers*.

Para desarrollar su negocio, SMU cuenta con diversas marcas, incluyendo sus múltiples formatos y sus programas de lealtad. Adicionalmente, la Compañía cuenta con un programa de marcas propias con un amplio surtido de productos y más de 20 marcas especializadas (más información en la sección 7.1.2 Potenciando El Surtido). Las operaciones de SMU son soportadas por una plataforma operacional y tecnológica integrada, que incluye una red logística con centros de distribución ubicados a lo largo del país, y herramientas tecnológicas como SAP, reposición automática de mercaderías, *pricing* y promociones, *transportation management* y CRM, entre otras.

Principales Marcas

Formatos



Programas de Lealtad





Unimarc es un 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. La cadena ofrece una propuesta omnicanal, atendiendo a sus clientes en su red de tiendas físicas ubicadas en las 16 regiones de Chile y también por el canal online, el que representó un 2,4% de las ventas en 2025, considerando locales con operaciones online. El modelo híbrido de e-commerce de Unimarc incluye la plataforma propia Unimarc.cl, enfocada en compras planificadas, con la opción de recibir el pedido en el domicilio o retirando en la tienda, y alianzas con *last milers*, enfocadas en compras *express*.

Durante 2025, Unimarc expandió su cobertura con la apertura de ocho tiendas nuevas, incluyendo tres en comunas en que antes no tenía presencia física, además de sumar nuevos puntos de retiro para Unimarc.cl y nuevas tiendas con operaciones de *last milers*.

El formato cuenta con un surtido enfocado en alimentos y otros productos de primera necesidad—los que representan un 98% de sus ventas—con una alta participación de perecibles, además de una atractiva selección de productos de marcas propias.

La estrategia de precios de Unimarc busca mantener una alta competitividad en productos de mayor sensibilidad para sus clientes, apalancado en la oferta de marcas propias. Asimismo, su propuesta promocional está enfocada en campañas de larga duración, donde en 2025 se destacó *A luca y a mil*, complementado con campañas de corta duración que buscan generar tráfico a los locales, con ofertas competitivas en productos relevantes, tales como *El gran chelazo* y *Un asaíto*, con foco en cerveza y carne, respectivamente.

El club de lealtad *Club Unimarc* busca mejorar la experiencia de los clientes a través de la entrega de beneficios y descuentos no solo en productos vendidos por Unimarc, sino también en productos y servicios de otros comercios, tales como restaurantes, farmacias, cines y gimnasios, entre otros.

 **301** locales

 **1.200** m² promedio

 **6 mil** SKUs promedio

 **69%** de los ingresos consolidados



Super10

¡Súper Barato!

Super10 es un supermercado *soft discount* con foco en ofrecer precios bajos y un surtido eficiente, cubriendo reposición y abastecimiento para una compra rápida y fácil, orientado a clientes de sofisticación baja. Aproximadamente el 80% de los clientes de este formato pertenecen a los grupos socioeconómicos C3 y D.

Durante el año 2025, Super10 experimentó un crecimiento muy significativo, producto de la decisión de SMU de acelerar la conversión de gran parte de las tiendas de su formato Mayorista 10 a este formato, además de aperturas de nuevas tiendas en el marco del plan de crecimiento orgánico de la Compañía. Producto de lo anterior, la cadena pasó de tener 16 tiendas al 31 de diciembre de 2024, a 54 tiendas al cierre de 2025, alcanzando una masa crítica muy relevante que le permitirá competir mejor.

La mayor escala y cobertura geográfica alcanzada por el formato generan una oportunidad para ampliar el reconocimiento de la marca Super10 y para realizar campañas comunicacionales más efectivas, llegando a más clientes. En 2025 se relanzó la marca, con un nuevo *tagline*: “Super10, Super Barato”, consistente con su estrategia de precios de posicionarse como el supermercado más barato en la canasta de productos relevantes para sus clientes.

Las categorías más relevantes en este formato son abarrotes—especialmente alimentos básicos—y carnes, donde la venta asistida es un elemento diferenciador que ayuda a los clientes a optimizar su presupuesto. Super10 ofrece un surtido eficiente de productos que cubre todas las unidades de necesidad de sus clientes, con una alta participación de marcas propias y menos variedad de otras marcas y de tamaños de productos.

El surtido eficiente, junto con una propuesta más austera en imagen de las tiendas, menor sofisticación del servicio y menores costos de reposición de mercadería (dado que muchos productos se reponen directamente en su embalaje de origen, lo que requiere menos trabajo de manipulación de mercadería) contribuyen a una operación más simple y eficiente, permitiendo traspasar las eficiencias a precios más atractivos.

 **54** locales

 **1.200** m² promedio

 **3.700** SKUs promedio

 **15%** de los ingresos consolidados





¡Tu mejor socio!

Alvi es un supermercado mayorista, líder en el segmento de autoservicio, con foco en satisfacer las necesidades del cliente comerciante para abastecer su negocio a través de tres canales de venta: atención presencial en tiendas; compra online a través de la plataforma Alvi.cl; y atención a través del equipo de venta directa.

Los clientes comerciantes de Alvi incluyen a dueños de almacenes, botillerías, minimarkets y kioscos, además de hoteles, restaurantes, cafeterías e instituciones, representando el 75% de las ventas del formato, mientras que el 25% restante corresponde al cliente final sensible a precio, especialmente para su compra de abastecimiento.

Para satisfacer las necesidades de compra del cliente comerciante, Alvi ofrece un surtido eficiente y especialista, con formatos y presentaciones especiales, buscando liderar cada mundo comerciante. La estrategia 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. Asimismo, su propuesta promocional considera ciclos mensuales y quincenales enfocados en generar tráfico a los locales con las mejores ofertas del mercado.

Alvi busca ser el mejor socio de sus clientes, apoyándolos en el crecimiento y desarrollo de sus negocios con beneficios acorde a sus necesidades, a través del Club Alvi, el programa de lealtad del formato. Algunos de los beneficios entregados incluyen cupones de descuento, capacitaciones, crédito y descuentos a través de alianzas con otros comercios.

Durante el año 2025, Alvi experimentó una fuerte expansión en su escala y cobertura geográfica, debido a la conversión de 15 locales del formato Mayorista 10 al formato Alvi, además de cinco nuevas aperturas, incluyendo su primera tienda en la Región de Magallanes.



57 locales



1.400 m² promedio



3.500 SKUs promedio



14% de los ingresos consolidados



DIVISION LOGISTICA

Para asegurar el correcto abastecimiento de sus más de 400 tiendas ubicadas en las 16 regiones de Chile, SMU cuenta con una División Logística, responsable de coordinar la compra y distribución de las mercaderías comercializadas por los formatos Unimarc, Alvi y Super10.

La Compañía utiliza dos sistemas para la entrega de productos a sus tiendas: distribución a través de los proveedores, quienes entregan los productos directamente a cada una de las tiendas, y distribución centralizada, en que los proveedores entregan los productos a los diferentes centros de distribución de la Compañía, y ésta posteriormente distribuye los productos a sus tiendas.

Una mayor centralización de la distribución genera una serie de beneficios y eficiencias operacionales, tanto para SMU como para sus proveedores. Por el lado de los proveedores, estos pueden entregar sus productos a nueve ubicaciones centralizadas, en lugar de hacerlo a las tiendas individuales en sus múltiples localizaciones en todo el país. Por el lado de SMU, se facilita una mejor gestión de la cadena de los inventarios, debido a que la Compañía puede programar los despachos de acuerdo a las necesidades de cada tienda, mejorando la disponibilidad de productos y disminuyendo la merma. La mayor disponibilidad de productos permite un mejor servicio a los clientes, potenciando la venta, beneficiándose tanto los proveedores como SMU. Los gastos asociados a la mayor centralización tienen una contrapartida en el margen bruto, por el cobro que se hace a los proveedores por la prestación de este servicio y que se resta del costo del producto.

SMU cuenta con nueve centros de distribución ubicados a lo largo de Chile, los que abastecen a las tiendas de Unimarc, Alvi y Super10. Los centros de distribución que manejan el mayor volumen de productos son los de Lo Aguirre (en Santiago) y Coquimbo. Estos centros utilizan un sistema de cross-docking para optimizar los despachos de productos perecibles y también para suministrar a los otros centros de distribución. Para los servicios de transportes, la Compañía trabaja con contratistas externos, a través de contratos que generalmente tienen una duración de 12 meses, sujetos a renovación, e incluyen una tarifa ajustable de acuerdo a los precios del petróleo e índices de inflación.

La División Logística de SMU busca optimizar sus operaciones para entregar un servicio eficiente que cumpla con las necesidades de las tiendas, los clientes y los otros *stakeholders*. Para ello, cuenta con herramientas tecnológicas, tales como el *Transportation Management System* para la optimización de rutas de transporte; el sistema de planificación de demanda *Blue Yonder*; y el sistema *voice picking* para mejorar la productividad en el armado de pedidos en los centros de distribución, entre otros. Asimismo, ha aumentado el porcentaje de despachos a tiendas utilizando camiones eléctricos desde un 2% en 2023 hasta un 9% en 2025, reduciendo el impacto en el medioambiente a través de menores emisiones.



Las operaciones de SMU en Perú incluyen dos formatos complementarios: supermercados *soft discount*, bajo la marca Maxiahorro (30 tiendas), y supermercados mayoristas, bajo la marca Mayorsa (5 tiendas), aprovechando las sinergias con SMU Chile en materias operacionales, comerciales y tecnológicas.

El formato Maxiahorro ofrece una propuesta de valor con foco en precios bajos y un surtido eficiente para una compra rápida y fácil, orientada principalmente a consumidores finales de los segmentos socioeconómicos B y C. El surtido incluye productos perecibles, secciones de panadería y pastelería, además de un completo mix de abarrotes. El foco del desarrollo futuro de Maxiahorro está en la zona norte del país: al cierre de 2025, cuenta con 23 tiendas ubicadas en el departamento de Piura, incluyendo cuatro locales inaugurados durante el año. También cuenta con seis tiendas en Lima y una en el departamento de Ica. Por su parte, Mayorsa mantuvo su estrategia enfocada en clientes comerciantes, operando cinco tiendas en el departamento de Lima.

Al igual que los formatos operados en Chile, tanto Maxiahorro como Mayorsa incorporan un programa de lealtad, denominado Club Ahorro, que constituye una herramienta clave para fortalecer la relación con los clientes.

En materia logística, las operaciones de SMU Perú se abastecen aproximadamente en un 65% a través de dos centros de distribución, ubicados en Punta Hermosa (Lima Metropolitana) y en el departamento de Piura, este último inaugurado en octubre de 2024 para apoyar la estrategia de crecimiento de la Compañía en la zona norte. Durante 2025 se continuó el proceso de optimización del uso del software de reabastecimiento en el nuevo centro, permitiendo potenciar los procesos de planificación y reposición de inventarios, así como a mejorar la eficiencia de la cadena de suministro.



35 locales



500 m² promedio



2.500 SKUs promedio



2% de los ingresos consolidados



OTROS SERVICIOS

SMU ofrece distintas soluciones en servicios transaccionales y medios de pago que buscan mejorar la experiencia de compra del cliente. En el ámbito de medios de pago, SMU posee su propia Giftcard, la que permite compras en todos los formatos de la Compañía con tiendas físicas en Chile y también en Unimarc.cl. Adicionalmente, SMU cuenta con la tarjeta de crédito digital “Unipay”, la cual permite realizar compras en las tiendas de Unimarc, Unimarc.cl, Alvi y Super10, además de pagar cuentas y servicios en Unired.cl.

También se aceptan las principales tarjetas de alimentación del mercado, incluyendo la tarjeta de la Junta Nacional de Auxilio Escolar y Becas (“JUNAEB”) en los locales de Unimarc, Alvi y Super10.

Durante el año 2025, con el objetivo de seguir potenciando la digitalización de pagos de sus clientes para hacerles la vida más fácil, la Compañía habilitó masivamente la nueva forma de pago con QR de BancoEstado Rutpay, cuyo propósito es digitalizar y entregar nuevas funciones de uso a todos los usuarios que poseen CuentaRut. Esta forma de pago se suma a otras billeteras habilitadas durante los últimos años, como MACH, del Banco BCI, y Mercado Pago.

En cuanto a los servicios transaccionales, SMU cuenta con recargas de telefonía y televisión, así como venta de juegos de azar. A través de su coligada Unired, ofrece el pago de servicios a más de 115 empresas de servicios tales como agua, luz, gas, televisión, telefonía celular y fija, autopistas y educación, entre otros.

PROPIEDADES E INSTALACIONES

Las propiedades e instalaciones de SMU al 31 de diciembre de 2025 incluyen 412 tiendas en Chile: 301 locales de Unimarc; 54 locales de Super10; y 57 locales de Alvi. Adicionalmente, cuenta con 35 tiendas en Perú: 29 locales de Maxiahorro y seis locales de Mayorsa. Asimismo, cuenta con nueve centros de distribución para el negocio de retail de alimentos en Chile—ubicados en Antofagasta, Coquimbo, Santiago (donde hay tres), Concepción, Puerto Montt, Coyhaique y Punta Arenas; dos centros de distribución en Perú—ubicados en Lima y Piura; y la oficina central, ubicada en Santiago. Adicionalmente, entre 2023 y 2024, la Compañía compró 11 terrenos ubicados en diferentes localidades de Chile, con el objetivo de asegurar ubicaciones para el futuro desarrollo de su negocio de supermercados. Durante 2025, el formato abrió una tienda nueva ocupando uno de los terrenos propios.

SMU arrienda la gran mayoría de sus propiedades e instalaciones a través de contratos de arrendamiento a largo plazo, y en la mayoría de los casos, por las características de cada contrato de arrendamiento, se clasifican como leasing financiero para efectos contables, de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”). También hay algunas que se adquirieron a través de leasing financiero directamente. Adicionalmente, la Compañía es propietaria de una tienda en Chile, cuatro tiendas en Perú y los 11 terrenos mencionados más arriba. Además, cuenta con una participación de un 33% en un fondo de inversión privado que es dueño de 11 tiendas operadas por SMU en Chile.

2.6 ESTRATEGIA

SMU busca cumplir con su propósito corporativo, de hacerle la vida más fácil a sus clientes, y con su visión corporativa, de ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de sus clientes y generar valor compartido para todos sus grupos de interés, de manera sostenible. Para ello, la Compañía desarrolla su estrategia a través de los procesos de planificación que se describen a continuación.

La planificación estratégica de SMU se lleva a cabo a partir de planes trienales que se diseñan para responder a las oportunidades de mercado y tendencias de industria que la Compañía ha identificado en diferentes ejes de acción, los cuales se describen más abajo. Cada eje cuenta con iniciativas diseñadas para abordar estas oportunidades, y el seguimiento de los avances se realiza en función de objetivos cuantitativos.

En paralelo a esta planificación a mediano plazo, la Compañía realiza una planificación a cinco años para los procesos de desarrollo inmobiliario y logístico, para asegurar la disponibilidad de ubicaciones para nuevas tiendas y la infraestructura necesaria para abastecerlas.

Asimismo, el plan de inversiones detallado se aprueba en forma anual, y adicionalmente se realiza un seguimiento durante el año para evaluar potenciales cambios en las condiciones y resultados esperados de cada proyecto. El plan de inversiones incluye tanto proyectos estratégicos, así como también, proyectos no estratégicos que son necesarios para la continuidad operacional, tomando en consideración las vidas útiles de los principales activos.

Todas estas instancias de planificación son revisadas y aprobadas por el Directorio.

PLAN ESTRATÉGICO 2023-2025

En 2025, se concluyó exitosamente la implementación del plan estratégico para el período 2023 a 2025, basado en cuatro ejes: crecimiento omnicanal, experiencia del cliente, eficiencia y productividad y organización comprometida y sostenible, además de contemplar capacidad financiera y tecnología y digitalización como habilitadores transversales fundamentales para la ejecución de las iniciativas.

Plan Estratégico SMU 2023-2025



Crecimiento Omnicanal

Una de las principales iniciativas del plan 2023-2025, dentro del eje de Crecimiento Omnicanal, fue la apertura de tiendas nuevas. En este período, SMU abrió un total de 54 tiendas, permitiendo a la Compañía aumentar su cobertura geográfica en Chile, entrando en nuevas comunas y creciendo en regiones donde tiene menor participación de mercado. En el caso de Perú, las aperturas se concentraron en la zona norte del país, de acuerdo con la definición estratégica.

En Chile se abrieron un total de 43 tiendas, correspondiendo a los formatos Unimarc (25), Alvi (10) y Super10 (8), mientras que en Perú, se abrieron 11 tiendas, todas del formato Maxiahorro. Las nuevas tiendas en promedio han tenido un desempeño por sobre las expectativas de la Compañía.

Adicionalmente, en 2025 la Compañía tomó la decisión de acelerar las conversiones del formato Mayorista 10, pasando esas tiendas a los formatos Super10 y Alvi. Este proceso permitió potenciar la escala y cobertura de estas cadenas para que puedan competir mejor.

MEMORIA INTEGRADA 2025

El eje de Crecimiento Orgánico también busca potenciar la oferta online de SMU, satisfaciendo las diferentes necesidades de sus clientes a través de sus plataformas propias, Unimarc.cl y Alvi.cl, y con *last milers*. Entre 2023 y 2025, la Compañía expandió la cobertura de los Puntos de Retiro para Unimarc.cl, para que sus clientes tengan más flexibilidad para elegir cuándo y cómo reciben sus compras planificadas. Asimismo, expandió la cobertura de sus operaciones a través de los *last milers* Rappi y Uber Eats, para satisfacer las compras *express*. Producto de estas iniciativas, las ventas online de SMU tuvieron un crecimiento anual promedio de 22% para el trienio.

Experiencia del Cliente

Las iniciativas en materia de Experiencia del Cliente están enfocadas en aprovechar el conocimiento de los clientes y la analítica avanzada para potenciar la propuesta de valor en cada formato. Los programas de fidelización representan una herramienta muy relevante para mantener el contacto con los clientes y ofrecerles promociones y surtidos atractivos, así como también para entender sus necesidades y preferencias en un escenario cambiante.

Entre 2023 y 2025, se lanzaron iniciativas innovadoras en programas de lealtad, como el primer programa de niveles de fidelidad en la industria de supermercados en Chile, permitiendo a los socios del club disfrutar de ofertas y descuentos exclusivos según su nivel de socio, premiando a los clientes más leales y de mayor compra. Por otra parte, se relanzó el club de lealtad del formato Alvi, con foco en beneficios para clientes comerciantes.

Asimismo, la Compañía continuó con el desarrollo de su programa de productos de marcas propias, para satisfacer otro elemento importante en la experiencia del cliente: encontrar un surtido de productos de buena calidad y a precios más convenientes. Durante el trienio, SMU lanzó más de 500 productos nuevos, y las ventas de marcas propias pasaron a representar el 13% de la venta total en Chile. La Compañía también avanzó hacia su meta de empaques ecoamigables para productos de marcas propias, alcanzando un 42% del surtido permanente, comparado con un 6% en 2022 y un 31% en 2024.

Eficiencia & Productividad

La eficiencia operacional es un foco estratégico para SMU que se ha fortalecido en cada uno de sus planes trienales. Su objetivo principal es controlar los gastos operacionales y mejorar la disponibilidad de los productos en los locales, a través de la digitalización, el rediseño de procesos y la incorporación de herramientas tecnológicas, tanto en sus tiendas como en su red logística y backoffice.

Entre 2023 y 2025, en el ámbito de procesos en tiendas, la Compañía implementó el modelo operativo Unimarc—donde la mayor centralización logística y reposición eficiente contribuyen a una mejor disponibilidad de productos—en el 100% de los locales del formato. Asimismo, la implementación de nuevos módulos de auto servicio permitió mejorar la experiencia en caja; en el trienio, el número de tiendas cajas de auto servicio aumentó en un 66%. También se expandió la cobertura de iniciativas como gestión digital en góndola y tesorería digital, contribuyendo a una mayor productividad en las tiendas.

Con respecto a los procesos logísticos, la tecnología ha tenido un rol importante: el sistema de voice picking, que impulsa la eficiencia en la preparación de pedidos para las tiendas, se

implementó para el 95% del flujo de cajas. Por otra parte, el sistema de planificación de demanda Blue Yonder se utiliza en el 99% de las categorías de perecibles, mejorando la calidad de la estimación, lo que contribuye a mejor disponibilidad y menor merma de productos.

Este eje también contempla iniciativas de eficiencia energética, buscando optimizar la gestión y costo de su consumo energético. Desde 2022, el consumo de energía con tarifa no regulada y con fuentes renovables aumentó en 17 puntos porcentuales, alcanzando el 20% en 2025. Además, la Compañía logró la certificación de su sistema de gestión de energía bajo ISO 50001 para el 100% de las instalaciones operadas por SMU Chile, y se incorporó la electromovilidad en el abastecimiento de locales desde centros de distribución, alcanzando un 9% de los despachos del año 2025.

Organización Comprometida & Sostenible

SMU ha desarrollado una cultura sostenible que fomenta una gestión integral de su desempeño económico, social y ambiental, y donde el compromiso al interior de la organización contribuye al cumplimiento de los objetivos y, en consecuencia, del propósito del negocio. Es así como todos los ejes del plan estratégico incorporan la mirada sostenible que tiene la Compañía y, además, el eje Organización Comprometida y Sostenible contempla iniciativas específicas enfocadas en el cuidado del medio ambiente, la creación de valor compartido y el compromiso con la diversidad e inclusión.

Con respecto al cuidado del medio ambiente, y como parte de su preocupación por el cambio climático, SMU ha buscado cuantificar y gestionar su huella de carbono, obteniendo el sello Huella Chile de Cuantificación y el sello Huella Chile de Reducción para cada uno de los tres años del plan. Una iniciativa muy relevante para evitar emisiones de gases de efecto invernadero es la reducción del desperdicio de alimentos, con el programa Pronto Consumo y la donación y transformación de alimentos. A través de estas iniciativas, entre 2023 y 2025 se evitó que 19 mil toneladas de alimentos se destinaran a rellenos sanitarios. Además, esta cifra incluye 1.900 toneladas de alimentos que fueron donados a personas en situación de vulnerabilidad alimentaria. Al mismo tiempo, al evitar el desperdicio, también se evitó la generación de aproximadamente 4.700 toneladas de emisiones de gases de efecto invernadero.

Como parte de su visión de generar valor compartido para sus grupos de interés, SMU promueve el desarrollo de proveedores PYMEs—al mismo tiempo proporcionando un atractivo surtido de productos regionales a los clientes de Unimarc—a través de su programa 100% Nuestro. Para dar mayor visibilidad a estos productos, desde 2022 la Compañía ha aumentado en un 75% los espacios de venta exclusivos en las tiendas. Otra iniciativa de valor compartido con proveedores es el programa Impulsa Tu Negocio, diseñado para ayudar a los clientes comerciantes de Alvi a crecer, aumentando sus ventas e incrementando su gasto en Alvi.

PLAN ESTRATÉGICO 2026-2028

Durante el año 2025, en paralelo a la ejecución del último año del plan trienal vigente, la Administración y Directorio de SMU realizaron un trabajo colaborativo para definir la estrategia para el siguiente trienio, culminando con la aprobación del plan estratégico 2026-2028 por parte del Directorio en noviembre de 2025.

La nueva hoja de ruta de SMU se construye sobre la base de la importante optimización y consolidación de su estrategia multiformato logrado entre 2023 y 2025, donde la Compañía quedó con tres formatos en Chile, cada uno con una masa crítica y una propuesta de valor bien definida, además de los avances en el crecimiento orgánico de su formato Maxiahorro en Perú. El plan 2026-2028 busca potenciar el crecimiento, la competitividad y la eficiencia a través de tres ejes centrales: crecimiento con valor para el cliente; activo tecnológico; y eficiencia y productividad. Asimismo, la cultura sostenible que ha desarrollado la Compañía, junto con sus valores CERCA, servirá como habilitador para la implementación de la estrategia.

Las principales iniciativas del plan incluyen, en el eje de crecimiento con valor para el cliente, la apertura de 60 nuevas tiendas; upgrades de 80 tiendas; la expansión de la cobertura omnicanal; y un aumento en la participación de marcas propias. Por el lado del activo digital, está la migración y modernización a una nueva nube; la integración digital a través de una nueva arquitectura; y la incorporación de nuevas tecnologías, incluyendo la inteligencia artificial; todo en un ámbito de estrictos estándares de seguridad. El fortalecimiento del activo tecnológico facilitará las mejoras de eficiencia y productividad, donde el foco estará en la optimización logística, en tienda y en back office.

Plan Estratégico SMU 2026-2028



PLANES DE INVERSIÓN

Durante 2025, las inversiones de SMU alcanzaron un total de \$113 mil millones y se destinaron a iniciativas incluyendo nuevas aperturas, remodelaciones, mejoras en productividad, desarrollo del e-commerce, la implementación de nuevos módulos para SAP que permitirán mejoras de eficiencia operacional y renovaciones de activos, entre otras. Las inversiones del año 2025 se financiaron utilizando flujos operacionales.

En noviembre de 2025, el Directorio de SMU aprobó el plan estratégico para el período 2026-2028, que contempla inversiones por aproximadamente \$370 mil millones, de los cuales aproximadamente el 55% se destinarían a proyectos de crecimiento, y aproximadamente el 20% a proyectos de eficiencia. El restante 25% se destinaría a inversiones relacionadas con la continuidad operacional.

Asimismo, en diciembre de 2025, el Directorio aprobó el plan de inversiones para el año 2026, por un monto de aproximadamente \$120 mil millones, incluyendo nuevas aperturas, upgrades de tiendas, nuevas tecnologías y la renovación de activos. Dichas inversiones se financiarán principalmente utilizando los flujos operacionales de la Compañía. Cabe mencionar que tanto los proyectos como el monto total de inversión asociados con el plan están siempre sujetos a modificaciones, pudiendo ser afectados por factores endógenos o exógenos que afecten el desarrollo del negocio.

Innovación

Como parte de su estrategia de crecimiento y compromiso con la excelencia, SMU continúa explorando nuevas oportunidades para mejorar la experiencia de sus clientes y optimizar sus operaciones a través de la innovación, un elemento importante dentro de su plan estratégico. En el año 2025, la Compañía destinó aproximadamente \$950 millones a iniciativas innovadoras, destacándose la expansión de proyectos como gestión digital en góndola, inteligencia artificial en balanzas y procesos ágiles, entre otros.

Con el propósito de fortalecer la innovación colaborativa, la Compañía promueve un programa denominado Tu Idea La Lleva, el que invita a colaboradores a proponer mejoras orientadas al cliente, la eficiencia operacional y la sostenibilidad. La alta participación de este año reafirmó el entusiasmo de los equipos y su capacidad para transformar desafíos en soluciones de impacto. La iniciativa ganadora 2025 fue “Patente Roll”, desarrollada por la División logística, que incorpora un identificador único a los carros roll para habilitar su trazabilidad, conocer su ubicación y monitorear su estado operativo. Esta solución mejora la visibilidad del activo, permite anticipar fallas, reduce pérdidas y disminuye riesgos de accidentes, demostrando cómo el compromiso de las personas se traduce en mejoras reales para la operación.



2.7 INDUSTRIA DE SUPERMERCADOS

MERCADOS EN LOS QUE OPERA SMU

SMU opera supermercados y otras tiendas de retail de alimentos en Chile y Perú. En estos países, la población total es de, aproximadamente, 54 millones de personas, de acuerdo con la agencia de estadísticas de cada país al 31 de diciembre de 2025.

Chile es el mercado más importante en términos de ingresos de las actividades ordinarias para SMU: durante el año 2025, los ingresos de estas operaciones representaron el 98% de los ingresos consolidados de la Compañía. La población de Chile al 31 de diciembre de 2025 es de, aproximadamente, 20 millones de habitantes, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas (“INE”). El país experimentó un crecimiento del PIB de 2,2% en 2022, 0,5% en 2023, 2,6% en 2024 y 2,5% en 2025, según lo informado por el Banco Central de Chile. Los salarios reales de Chile disminuyeron 1,7% en 2022 y aumentaron 3,6% en 2023, 2,8% en 2024 y 2,5% en 2025, mientras que la tasa de desempleo fue de 7,9% en 2022, 8,7% en 2023, 8,5% en 2024 y 8,5% en 2025, de acuerdo al INE.

El índice de precios al consumidor (IPC) de Chile aumentó 12,8% en 2022, 3,9% en 2023, 4,5% en 2024 y 3,5% en 2025. El índice de precio de alimentos (IPA) de Chile aumentó 22,7% en 2022, 5,4% en 2023, 3,3% en 2024 y 4,0% en 2025, de acuerdo con el INE.

Las operaciones de SMU en Perú contribuyeron el 2% de los ingresos consolidados de la Compañía en 2025. Perú tiene una población de, aproximadamente, 34 millones de habitantes, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) al 31 de diciembre de 2025. El país experimentó un crecimiento del PIB de 2,8% en 2022, una disminución del 0,4% en 2023, un crecimiento de 3,5% en 2024 y un crecimiento de 3,4% en 2025, de acuerdo con el Banco Central de Reserva del Perú.

LA INDUSTRIA DE LOS SUPERMERCADOS EN CHILE

Al 31 de diciembre de 2025, de acuerdo al INE, la industria de supermercados en Chile estaba compuesta por 1.357 tiendas, incluyendo hipermercados, supermercados y otras tiendas de retail de alimentos con un mínimo de tres cajas, y tuvo ventas por \$17,7 billones durante el año.

La industria de supermercados se caracteriza por ser altamente defensiva—especialmente por la alta participación de alimentos y otros productos de primera necesidad en su surtido—y competitiva. Los principales factores que permiten diferenciarse y atraer a clientes incluyen las ubicaciones de las tiendas, precios, promociones, surtido, calidad, atención al cliente y eficiencia en los procesos.

Los principales competidores que enfrenta SMU en Chile incluyen hipermercados, supermercados, tiendas mayoristas, almacenes, tiendas de conveniencia y mercados abiertos. Según las estimaciones de la Compañía, Walmart Chile es la cadena de supermercados más grande de Chile en términos de ingresos, operando alrededor de 400

tiendas bajo las marcas Lider, Lider Express, Super Bodega aCuenta y Central Mayorista. Cencosud es el segundo operador más grande en Chile en términos de ingresos, con aproximadamente 250 hipermercados y supermercados bajo las marcas Jumbo y Santa Isabel al 31 de diciembre de 2025. SMU es el tercer mayor operador en términos de ingresos, con 412 tiendas. Tottus (del grupo Falabella) es la cuarta cadena más grande en términos de ingresos, operando aproximadamente 70 hipermercados y supermercados.

En los formatos específicos, Unimarc compite principalmente con Lider, Santa Isabel, Jumbo y Tottus. Super10 compite principalmente con Super Bodega aCuenta y Hiperlider. El formato Alvi compite en el segmento de supermercados mayoristas, que incluye tiendas que abastecen a almacenes, restaurantes y consumidores finales. Este segmento opera en tres canales: tiendas de autoservicio (incluyendo Alvi), tiendas de mesón y distribuidores mayoristas. Adicionalmente, los proveedores distribuyen sus productos en forma directa a almacenes y restaurantes. Los principales competidores en este segmento al 31 de diciembre son: Fruna, con alrededor de 60 tiendas de mesón, y Central Mayorista, con 13 tiendas de autoservicio, además de otros operadores pequeños. Considerando sus diferentes formatos, la participación de mercado de SMU en Chile de SMU alcanzó 16% en 2025.

Los clientes emplean canales físicos y digitales de manera compartida, razón por la cual tanto SMU como sus principales competidores cuentan con sus propias plataformas de venta online, además de alianzas con *last milers* como Rappi y Uber Eats. La participación del canal online ha crecido en los últimos años, alcanzando niveles de 8% en 2025.

Durante los últimos años, se han producido fuertes cambios en los hábitos de consumo de las personas en Chile, comenzando en 2020, cuando las restricciones impuestas por el gobierno durante el primer año de la pandemia, para prevenir contagios, generaron una fuerte reducción en el tráfico y flujo de las personas en las tiendas y, por ende, en el número de transacciones, acompañado por un aumento en el ticket promedio.

Estas tendencias se fueron revirtiendo, producto del levantamiento de restricciones y de los avances en la vacunación de la población, y se observó una fuerte recuperación en las transacciones que continuó en los años siguientes. Durante 2021, además se vio el impacto de la liquidez generada por iniciativas como los retiros de ahorros previsionales y el Ingreso Familiar de Emergencia, lo que impulsó el consumo discrecional, con mayores compras de productos no alimentarios en los supermercados, y también muchos consumidores mostraron una preferencia por productos de mayor sofisticación.

A partir del año 2022, producto de los altos niveles de inflación, especialmente la inflación de los alimentos—el ítem de gasto más relevante en el presupuesto de las familias chilenas—que crecieron muy por sobre el incremento en las remuneraciones, el poder adquisitivo de los consumidores se vio afectado. Por lo tanto, las preferencias de los consumidores volvieron a ajustarse, esta vez hacia productos y canales de venta que facilitan el ahorro, comprando en menores cantidades, buscando sustituir productos por opciones más económicas y comprando en diversos canales, en búsqueda de las mejores ofertas para cada producto en su lista. Esta mayor sensibilidad a precios por parte de los consumidores es una tendencia que ha continuado, también impulsando una mayor promocionalidad entre todos los actores de la industria, quienes buscan atraer a los clientes con estas actividades.

LA INDUSTRIA DE LOS SUPERMERCADOS EN PERÚ

SMU participa en el mercado peruano de retail de alimentos a través de sus formatos Maxiahorro y Mayorsa, compitiendo tanto en el segmento de consumo final como en el canal mayorista. De acuerdo con información financiera publicada por otros actores del sector y estimaciones internas de la Compañía, el tamaño de la industria de supermercados en Perú para el año 2025 se estimó en aproximadamente US\$5,9 mil millones, manteniendo SMU Perú una participación de mercado cercana al 1,1%.

El mercado peruano se caracteriza por una baja penetración del canal moderno en comparación con otras economías de la región, manteniendo un fuerte peso del comercio tradicional —mercados, ferias, bodegas y almacenes— como canal predominante de abastecimiento para los consumidores.

El canal moderno incluye operadores de hipermercados, supermercados, cash & carry, hard discount y tiendas de conveniencia, siendo los últimos dos formatos los que más crecieron en el año 2025. Los principales actores del canal moderno incluyen InRetail, con las marcas Plaza Vea (hipermercados y supermercados), Vivanda (supermercados), Mass (hard discount) y Makro (cash & carry); Cencosud, que opera hipermercados y supermercados a través de sus marcas Wong y Metro; y Falabella, que opera supermercados e hipermercados con sus marcas con Tottus e Hiperbodega Precio Uno. Adicionalmente, se han incorporado competidores en formatos de ahorro y proximidad, como el grupo Vega y el grupo Ajeper, con su formato llamado 3A, así como operadores de tiendas de conveniencia como Tambo y Oxxo.



3

SOSTENIBILIDAD EN SMU

SMU busca agregar valor económico, ambiental y social en **toda su actividad y líneas de negocio**, dentro de un marco de comportamiento corporativo íntegro y transparente.

La Compañía posee un modelo de sostenibilidad que abarca todas las áreas, el cual se soporta en el desarrollo continuo de sus colaboradores, fomento del trabajo responsable con sus proveedores, el impulso de mejoras continuas para responder a las exigencias de sus clientes, el compromiso con el cuidado del medio ambiente, y la contribución a la comunidad.

Los avances de la gestión de sostenibilidad de SMU están alineados con 11 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible ("ODS") de la Agenda Global impulsada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).



3.1 GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD

SMU tiene un enfoque integral de la sostenibilidad, sobre el cual se estructuró el propósito corporativo: “Con Cercanía, hacemos la vida más fácil a nuestros clientes”. La gestión sostenible del negocio tiene como base el Código de Ética y Conducta de Negocios, la Política de Sostenibilidad y el Modelo de Sostenibilidad Corporativo. Asimismo, para establecer una gobernanza para la sostenibilidad que involucre a todas las áreas de la organización, la Compañía cuenta con un Comité de Personas y Sostenibilidad integrado por miembros del Directorio y de la Administración. (Más información en Sección 4.2.3.4.)

La gestión de la sostenibilidad en SMU se basa en ocho ejes: (1) Gobernanza; (2) Fomentar una cultura de la integridad y la gestión ética; (3) Somos una empresa de personas; (4) El cliente al centro; (5) Abastecimiento responsable; (6) Compromiso con la sociedad; (7) Nos preocupamos por el medio ambiente; y (8) Desempeño financiero. En cada uno de los ejes, se han definido enfoques de gestión, correspondientes a los énfasis que se dará al trabajo en sostenibilidad dentro de la organización.

A lo largo de esta memoria integrada, se describe la gestión de la Compañía en estos ocho ejes, en materias tales como no desperdicio de alimentos, eficiencia energética, diversidad e inclusión, desarrollo de proveedores, debida diligencia en derechos humanos y cambio climático, entre otros.

El compromiso de SMU con el desarrollo sostenible de su negocio, y los resultados de su gestión, se han visto reflejados en evaluaciones como la *Corporate Sustainability Assessment* de S&P Global, donde su puntaje del año 2025 (69/100) dejó a la Compañía dentro del 5% de las empresas mejor evaluadas en el mundo. Asimismo, a fines del año 2024 SMU ingresó por primera vez a los índices de Sostenibilidad Dow Jones Chile y MILA, y en 2025, fue incluida por primera vez en el S&P Sustainability Yearbook.

En 2025 SMU fue incluida por primera vez en el S&P Sustainability Yearbook, donde se reconoce a las compañías que obtuvieron un destacado puntaje en la Evaluación de Sostenibilidad Corporativa de la consultora S&P Global





MODELO DE SOSTENIBILIDAD



Avances y Compromisos en Gestión Sostenible

Temas	Avances 2025	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
GOBERNANZA		
Mejores prácticas de gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> Se aprobaron mecanismos para alcanzar la paridad de género en el Directorio Se fortaleció el modelo de gestión de riesgos, ampliando el alcance hacia los riesgos estratégicos, actualizando su modelo de continuidad de negocio e integrando las auditorías de procesos y cumplimiento al software de gestión de riesgos 	  <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.5 16.4 16.5
CULTURA DE LA INTEGRIDAD Y LA GESTIÓN ÉTICA		
Gestión ética Libre competencia Protección al consumidor Privacidad de datos	<ul style="list-style-type: none"> Revisión del modelo de prevención del delito por parte de un tercero independiente 	 <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> 16.4 16.5
SOMOS UNA EMPRESA DE PERSONAS		
Inclusión & Diversidad Desarrollo de personas Relaciones laborales Gestión de personas	<ul style="list-style-type: none"> Recertificación del Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal bajo los estándares de la Norma Chilena NCh:3262 para SMU. Certificación del sistema de gestión de igualdad de género y conciliación para Unimarc y S10. Obtención de Sello Iguala Conciliación para Alvi de parte del SernamEG. Indicador de satisfacción general de encuesta compromiso 2025: 76,8%, el mejor resultado histórico. Reducción de 9% en la tasa de accidentabilidad y de 14% en la tasa de siniestralidad vs. 2024. 	     <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2 5.1 5.4 5.5 8.5 8.8 10.2 16.7

Temas	Avances 2025	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
CLIENTE AL CENTRO		
<p>Mejor experiencia</p> <p>Consumo responsable</p> <p>Marcas propias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas promocionales que ayudan a optimizar el presupuesto familiar de los clientes • Desarrollo de marcas propias: 200 lanzamientos de productos y 42% del surtido permanente con packaging ecoamigable (31% en 2024) 	 <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2.1 • 12.5
ABASTECIMIENTO RESPONSABLE		
<p>Gestión de riesgos en cadena de abastecimiento</p> <p>Desarrollo de proveedores locales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de mentorías a 30 proveedores 100% Nuestro (en alianza con Simón de Cirene) • Renovación del Sello Mi Compromiso PYME de EY y Unión Emprendedora • Charlas en uso eficiente del agua y energía para pequeños proveedores de frutas y verduras (en alianza con INDAP) • NPS proveedores 100% Nuestro: 72,6% 	 <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2.3 • 2.4 • 6.4 • 8.3 • 17.17
COMPROMISO CON LA SOCIEDAD		
<p>Desarrollo regional</p> <p>Ser buen vecino</p> <p>RSE y aportes sociales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña Unidos 2025: apoyo a Fundación Las Rosas y Club de Leones Cruz del Sur con \$13 millones para cada una • Campaña Teletón 2025: aporte de \$1.440 millones • Fondo Descúbreme 2025: recaudación en caja financia 11 proyectos sociales para desarrollo de personas con discapacidad cognitiva (272 beneficiarios directos) 	 <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2.1 • 10.2 • 17.17

Temas	Avances 2025	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
NOS PREOCUPAMOS POR EL MEDIO AMBIENTE		
<p>Cuidado del medio ambiente</p> <p>Gestión de residuos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • SMU logró evitar que 6.120 toneladas de alimentos se transformaran en residuos • Consumo de energía de fuentes renovables alcanzó 19,6% en 2025 (vs. 14,3% en 2024) • Recertificación ISO 50001:2018 del Sistema de Gestión de Energía, para las operaciones en Chile • Despachos de CDs a tiendas con camiones eléctricos: 9% (vs. 4% en 2024) • El Centro de Distribución Lo Aguirre obtuvo, de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, el Certificado Azul – Niveles 1 y 2 por cuantificar su huella de agua e implementar de un proyecto de recirculación de agua en los procesos de refrigeración 	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-around;"> <div style="width: 30%; text-align: center;">  </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  </div> </div> <p>Contribuye a metas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6.3 • 12.3 • 6.4 • 12.5 • 7.2 • 13.2 • 7.3 • 13.3 • 12.2
DESEMPEÑO FINANCIERO		
<p>Crecimiento con rentabilidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución del Plan Estratégico 2023-2025, con importantes avances en los cuatro ejes del plan: Crecimiento Omnicanal; Experiencia del Cliente; Eficiencia & Productividad; y Organización Comprometida & Sostenible, posicionando a la Compañía para crecimiento con rentabilidad en el futuro. 	

3.2 GRUPOS DE INTERÉS

SMU busca establecer relaciones de largo plazo con sus grupos de interés, promoviendo un diálogo constante, con el objetivo de establecer relaciones responsables, transparentes y sostenibles con cada uno de ellos.

El modelo de Gestión de Grupos de Interés de SMU contempla, por una parte, que cada grupo se relaciona principalmente con su *stakeholder manager*, o área especializada. Por ejemplo, en el caso del grupo de interés medios de comunicación, su contacto principal es con el área de Comunicaciones Externas. Por otra parte, en los casos pertinentes, la Compañía establece mesas de trabajo integradas por distintas áreas, y que están encargadas de establecer planes de acción y materias de priorización.

Para identificar los principales grupos de interés, se llevó a cabo un análisis de todas las partes interesadas, y se efectuó un proceso de priorización a partir de los criterios de capacidad y criticidad.

Stakeholders Relevantes de SMU



ACCIONISTAS E
INVERSIONISTAS



ASOC. GREMIALES
Y EMPRESARIALES



AUTORIDADES
REGULADORAS Y
SECTORIALES



BANCOS Y
ACREEDORES



CLIENTES



COLABORADORES
Y SINDICATOS



COMUNIDAD



MEDIOS DE
COMUNICACIÓN



PROVEEDORES

3.2.1 CANALES DE COMUNICACIÓN

SMU busca promover la transparencia y el contacto permanente con sus grupos de interés, abriendo espacios de diálogo que permitan una retroalimentación fluida y lograr detectar oportunidades de mejora. Para ello, la Compañía ha habilitado diversos canales de comunicación.

El Canal de Denuncias y Consultas de SMU está disponible, tanto para sus colaboradores, así como también para terceros, a través de la página web de la Compañía. Para más información, ver 5.1.2 Canal de Denuncias y Consultas.

La página web de SMU es el principal canal—disponible de forma transversal para todos los grupos de interés—para la entrega de información acerca de sus negocios, principales riesgos y situación financiera, económica y legal. En la página se publica información general acerca de la Compañía, así como noticias, hechos esenciales, estados financieros, la memoria integrada y presentaciones, entre otras. El área de Relación con Inversionistas está disponible para aclarar dudas acerca de estas materias, y adicionalmente, cada grupo de interés puede contactar a su *stakeholder manager*.

A continuación, se detallan los otros canales de comunicación específicos disponibles para los diferentes grupos de interés.

Canales de Comunicación

Grupos de Interés	Stakeholder Manager	Actividades que Tienen Impacto en los Grupos de Interés	Canales de Comunicación
Accionistas e inversionistas	Relación con Inversionistas	Contribuir a la rentabilidad de sus inversiones.	Contacto vía e-mails, llamadas telefónicas y reuniones. Conferencias telefónicas trimestrales y juntas de accionistas.
Asociaciones gremiales y empresariales	Asuntos Públicos	Promover instancias colaborativas con el objeto de proponer mejoras en materia regulatoria y compartir buenas prácticas que busquen la sostenibilidad del negocio y la gobernanza en las empresas.	Participación activa de representantes de SMU en las diferentes instancias de diálogo que existen en las distintas asociaciones: consejo, directorio, comités, mesas de trabajo, entre otras.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Grupos de Interés	Stakeholder Manager	Actividades que Tienen Impacto en los Grupos de Interés	Canales de Comunicación
Autoridades: Reguladoras y Sectoriales	Asuntos Públicos	Aportar en el proceso de formulación del marco regulatorio, participar en alianzas público-privadas y en la gestión de contingencias que enfrenta el país.	El relacionamiento se realiza a través de audiencias solicitadas por plataforma de ley del lobby, reuniones y mesas de trabajo convocadas por la autoridad y también a instancias de las asociaciones gremiales.
Bancos, bonistas y acreedores	Planificación Financiera	Contribuir a la rentabilidad de sus acreencias.	Contacto incluyendo e-mails, llamadas telefónicas y reuniones.
Clientes	Clientes & Marketing	Proporcionar productos y una experiencia de compra que respondan a las necesidades de los clientes.	Encuesta de NPS (experiencia de compra), Canales Post Venta: línea 600, Redes Sociales, Correo, QR en locales, entre otros, campañas informativas, aplicaciones digitales, campañas de publicidad.
Comunidad	Sostenibilidad	Locales que operan siendo un Buen Vecino, manteniendo un relacionamiento cercano y que contribuye al desarrollo de la comunidad.	Contacto a través del área de Relaciones Comunitarias; comunicaciones a través de redes sociales, plataforma SAC.
Colaboradores y sindicatos	Relaciones Laborales	Oportunidades de trabajo que buscan el desarrollo laboral y bienestar de los trabajadores, así como el buen relacionamiento con ellos y las organizaciones que los representan.	Reuniones con organizaciones sindicales; red de asistentes sociales; campañas de comunicación a través de correos, diarios murales, pantallas informativas, etc.; encuestas internas; gestión de desempeño; plataforma online de capacitación y comunicaciones.

Grupos de Interés	Stakeholder Manager	Actividades que Tienen Impacto en los Grupos de Interés	Canales de Comunicación
Medios de comunicación	Comunicaciones Externas	Proporcionar data transparente que permita responder a las necesidades de información de la ciudadanía y difusión de la empresa.	Contacto vía e-mails, plataformas de mensajería digital, llamadas telefónicas y reuniones presenciales o virtuales. Comunicados de prensa, redes sociales y pautas de prensa.
Proveedores	Comercial/ Procurement	Compras de productos y servicios, a través de procesos transparentes y objetivos, que permiten disponibilizar productos a clientes, así como la continuidad del negocio.	Contactos para atención a proveedores, reuniones de trabajo, Defensoría del Proveedor.

Mejora Continua

Las necesidades de información de los diversos grupos de interés de SMU van cambiando en el tiempo, y la Compañía busca satisfacer dichas necesidades, aplicando procedimientos de mejora continua. Para la elaboración de su memoria integrada, realiza anualmente un proceso de materialidad que incorpora el levantamiento de información primaria desde los grupos de interés, tales como colaboradores, clientes, vecinos, proveedores y autoridades, entre otros, para entender sus preocupaciones y la información que por sobre todo les interesa conocer de la Compañía. El objetivo de ese proceso es asegurar que las materias de interés de cada grupo queden reflejadas en la memoria.

En 2025, se efectuó un proceso de doble materialidad que consideró un exhaustivo levantamiento de información secundaria y primaria, con la participación de los grupos de interés, siguiendo los lineamientos de los ESRS (*European Sustainability Reporting Standards*). En este proceso se contó con el apoyo de una asesora externa. Para más información, ver Sección 13.2 Asuntos Materiales.

Además del proceso de materialidad, la Compañía incorpora los requerimientos de diversos cuestionarios y evaluaciones que ha completado a lo largo del año, complementando sus revelaciones al mercado, ya sea a través de la memoria integrada u otros documentos que publica en su página web.

3.2.2**PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES GREMIALES E INSTITUCIONES EMPRESARIALES**

SMU participa a través de sus representantes en diferentes asociaciones gremiales e instituciones empresariales en instancias tales como Consejo, Directorios, Comités, Grupos de Trabajo, Círculos, entre otros, con el objeto de conocer el entorno público, contribuir en el mejoramiento de legislación y regulación, compartir buenas prácticas, como también aprender de programas implementados en otras industrias. Las materias abordadas son amplias y variadas, destacándose las siguientes: sostenibilidad, ética y gobernanza, personas, consumidores, medio ambiente, aprovisionamiento responsable, temas sanitarios, entre otras. Además de las materias, cabe destacar que se realiza seguimiento a proyectos de ley con impacto en la industria de supermercados.

Participación en Asociaciones Gremiales e Instituciones Empresariales Durante 2025

Organización	Tipo	Descripción	Participación
Cámara de Comercio de Santiago	Asociación gremial	Asociación gremial que reúne a empresas del sector comercio	Consejo, Directorio, Consejo de Supermercados, y Comités Sostenibilidad, Apoyo Legislativo, Cumplimiento y Personas
Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)	Asociación gremial	Federación gremial que agrupa a empresas, asociaciones sectoriales y gremios regionales vinculados al sector industrial chileno	Consejo General; Mesas de trabajo: Sofofa CX Clientes, Personas y Desarrollo Pymes, Comisión de Inclusión Laboral y REIN (Red de Empresas Inclusivas)
Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC)	Asociación gremial	Federación gremial que reúne a empresas de comercio, servicios y turismo de Chile	Encuentros, charlas y webinars sobre materias de interés tales como laboral, consumidores y seguridad

Organización	Tipo	Descripción	Participación
ICARE	Organización empresarial	Organización de vinculación empresarial	Grupos de Directores y Gerentes Generales; Círculos de Asuntos Corporativos, Economía y Finanzas, Legal y Personas y Organización
The Consumer Goods Forum (CGF)	Organización empresarial	Organización internacional que reúne a retailers y proveedores de bienes con el fin de asegurar la confianza del consumidor	Membresía
Bolsa de Clima de Santiago (SXC)	Bolsa Climática	La primera bolsa climática privada del hemisferio sur, cuyo objetivo es la creación y desarrollo de la industria de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero en Chile y la región	Directorio
Pacto Global	Asociación empresarial	Iniciativa de las Naciones Unidas buscando que empresas y organizaciones alineen sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados sobre derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción	Empresa Adherente
ACCIÓN Empresas	Organización empresarial	Organización sin fines de lucro que agrupa a más de 130 grandes empresas con la voluntad de gestionar sus negocios de manera sostenible	Comités de Ética y Gobernanza, Aprovechamiento Responsable y Personas y Trabajo. Participación además en el APL de Transición a la Economía Circular

MEMORIA INTEGRADA 2025

Organización	Tipo	Descripción	Participación
Generación Empresarial	Organización empresarial	Entidad sin fines de lucro abocada a promover y potenciar la ética en el mundo del trabajo, situando al ser humano en el centro de las decisiones y acciones de cada organización	Comité de Ética y Gobernanza
Cámara Chileno Peruana	Asociación gremial	Asociación gremial sin fines de lucro abocada, desde 1980, a la promoción de la integración económica y cultural entre Chile y Perú	Membresía
Red Activa	Organización empresarial	Comunidad de empresas comprometidas con la equidad de género, la diversidad y las políticas inclusivas en el ámbito laboral	Membresía

Durante el año 2025, la Compañía pagó un total de \$214 millones correspondiente al costo de las membresías de estas organizaciones. Las actividades realizadas incluyen participación en mesas de trabajo, instancias de formación, charlas y publicaciones, entre otras. Los fondos no se destinan a aportes políticos.

Influencia Política

Categoría	Moneda	2025	2024	2023	2022
Lobby; representación de intereses; similar	CLP	-	-	-	-
Campañas/ organizaciones/ candidatos políticos locales, regionales o nacionales	CLP	-	-	-	-
Asociaciones gremiales, organizaciones empresariales, NGOs, etc.	CLP	214.184.616	167.447.112	176.240.568	139.067.089
Otros (ej. gastos en plebiscitos o proyectos de ley)	CLP	-	-	-	-
Total contribuciones y otros gastos	CLP	214.184.616	167.447.112	176.240.568	139.067.089

Con respecto a las contribuciones a asociaciones gremiales detalladas en la tabla anterior, a continuación, se describen las tres mayores. Cabe señalar que no es posible abrir los montos para atribuirlos a algún tema o causa en particular, dado que SMU participa en estas asociaciones específicamente para aportar con su visión y conocimiento con todos los temas relevantes que sean de interés de la industria de supermercados y del país.

Mayores Contribuciones

Nombre de la organización	Descripción	Total pagado en 2025 (CLP)
ICARE	<p>ICARE es una corporación privada sin fines de lucro e independiente de intereses gremiales y políticos, fundada por empresarios y profesionales vinculados a diversos sectores de la actividad económica nacional con el propósito de promover la excelencia empresarial en Chile. Busca aportar al debate público contrastando ideas sobre los grandes temas que afectan a las empresas modernas en el contexto social actual.</p> <p>Principales temáticas abordadas en 2025:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En materia regulatoria, se abordaron las tramitaciones de proyecto de leyes como Marco de Permisos Sectoriales, Reforma de Pensiones, Sala Cuna, así como la implementación de la ley de 40 horas y la ley Karin, entre otras. • En materia de proceso electoral presidencial, se recibieron a los candidatos presidenciales y se realizaron conversatorios con parlamentarios y alcaldes. • En materias empresariales y de negocios, se realizaron actividades asociadas a temas como educación financiera, productividad, futuro del trabajo, inteligencia artificial, confianza y reputación, economía plateada, entre otros. 	73.618.914

MEMORIA INTEGRADA 2025

Nombre de la organización	Descripción	Total pagado en 2025 (CLP)
SOFOFA	<p>Asociación gremial que agrupa a empresas, asociaciones empresariales y sectoriales vinculados al sector industrial chileno. La organización incide en las políticas públicas en temas relacionados con un Chile más inclusivo, oportunidades de negocios sostenibles y desarrollo regional que sugieren una economía más diversificada y una gran descentralización.</p> <p>Principales temáticas abordadas en 2025:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En materia regulatoria, se abordaron las tramitaciones de proyecto de leyes como SERNAC Te Protege, Marco de Autorizaciones Sectoriales, Reforma de Pensiones, Seguridad Privada y Participación de Mujeres en Directorio, entre otros. • En materia de desarrollo sostenible, los principales focos de trabajo fueron clientes (cumplimiento normativo; buenas prácticas; desarrollo de Sofofa CX, instrumento de medición de la experiencia de compra y satisfacción del consumidor); Comunidad (iniciativas como Empresas Abiertas que buscan construir relaciones de confianza y transparencia); y promoción de PYMEs. • En materia de proceso electoral presidencial, se recibieron a los candidatos presidenciales. 	50.815.160

Nombre de la organización	Descripción	Total pagado en 2025 (CLP)
Cámara de Comercio de Santiago	<p>Asociación gremial sin fines de lucro que reúne a más de 2.300 empresas de todos los tamaños y sectores. Promueve el diálogo público-privado, representando los intereses de sus asociados y participando activamente en el debate legislativo.</p> <p>Además, impulsa el desarrollo empresarial a través de productos y servicios que fortalecen la gestión y competitividad de las empresas y emprendedores del país.</p> <p>Principales temáticas abordadas en 2025:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En materia regulatoria, se abordaron las tramitaciones de proyectos de leyes como Marco de Permisos Sectoriales, Reforma de Pensiones, Plásticos de un Solo Uso, Subsidio Unificado al Empleo, Sala Cuna, Funcionamiento de comercio en feriados electorales y regulaciones ambientales, así como la implementación de la ley de Seguridad Privada, ley de 40 horas y la ley Karin, entre otras. • En materia de alianzas público privadas, se destaca la mesa de trabajo del Consejo de Supermercados con la Subsecretaría de Prevención del Delito, las instancias de diálogo con Sernac en materia de consumidores, con el Ministerio de Salud respecto a Reglamento Sanitario de Alimentos y Alertas Sanitarias y con asociaciones de Municipalidades en materia de comercio ilegal y seguridad, entre otras. • En materia de sostenibilidad e innovación, se destaca el Desafío de Innovación para supermercados en materia de seguridad, proyecto que busca resolver situaciones de seguridad, apoyados por el área de Innovación de la CCS. 	28.132.295

3.3 CREACIÓN DE VALOR

En 2025, SMU generó un valor económico que alcanzó a **M\$2.883.431.736**, menor en **M\$13.600.787** respecto de 2024.

Del total del valor económico generado, SMU distribuyó **M\$2.853.296.353** entre sus grupos de interés. La diferencia entre lo generado y lo distribuido alcanzó a **M\$30.135.383** que corresponde al valor retenido por la Compañía.

VALOR ECONÓMICO GENERADO 2025⁽¹⁾

M\$2.883.431.736

VALOR
ECONÓMICO
DISTRIBUIDO

M\$2.853.296.353

M\$2.402.393.571

GASTOS OPERACIONALES⁽²⁾

M\$331.266.346

REMUNERACIONES Y BENEFICIOS
SOCIALES⁽³⁾

M\$111.939.598

PAGOS A PROVEEDORES DE
CAPITAL⁽⁴⁾

M\$7.696.836

GASTO POR IMPUESTO A
LA RENTA ⁽⁵⁾

VALOR
ECONÓMICO
RETENIDO

M\$30.135.383

Notas

(1) Ingresos de actividades ordinarias + ingresos financieros + ingresos por ventas de activos.

(2) Costo de ventas + costo de distribución + gastos de administración - gastos de personal

(3) Gastos del personal + costo plan de reestructuración.

(4) Costos financieros + dividendos pagados.



(5) Gasto por impuesto a las ganancias.

4

GOBERNANZA

La estructura de gobierno corporativo en SMU busca fomentar una **gestión efectiva y sostenible**,

a través de la asignación de roles y responsabilidades y el desarrollo de prácticas y políticas que permiten evaluar y guiar las acciones de toda la organización en forma permanente, para que pueda alcanzar sus objetivos estratégicos. Como parte de sus prácticas de gobierno corporativo, SMU ha fortalecido la función de gestión de riesgos al interior de la empresa, con el objetivo de identificar potenciales impactos para el negocio, de tal forma de resguardar su permanencia en el tiempo, y en consecuencia la creación de valor para sus accionistas y demás grupos de interés.

TEMAS	AVANCES 2025	ODS
Mejores prácticas de gobierno corporativo	<p>Se aprobaron mecanismos para alcanzar la paridad de género en el Directorio.</p> <p>Se fortaleció el modelo de gestión de riesgos, ampliando el alcance hacia los riesgos estratégicos, actualizando su modelo de continuidad de negocio e integrando las auditorías de procesos y cumplimiento al software de gestión de riesgos.</p>	  <p>Contribuye a metas: 5.5 16.4 16.5</p>

4.1 ESTRUCTURA DE GOBIERNO CORPORATIVO

SMU ha construido una estructura de gobierno corporativo que busca fomentar una gestión efectiva, ética y sostenible, a través de la asignación de roles y responsabilidades y el desarrollo de prácticas y políticas que permiten evaluar y guiar las acciones de toda la organización en forma permanente, para que pueda alcanzar sus objetivos estratégicos.

El gobierno corporativo de SMU es liderado por el Directorio que se compone de nueve miembros titulares, quienes son responsables de fijar la estrategia general de la Compañía, para lo cual debe revisar y aprobar los planes estratégicos y de inversiones propuestos por la Administración y monitorear los avances y resultados de estos. El Directorio realiza un seguimiento permanente del desempeño de las diferentes unidades de negocio de la Compañía y revisa y da seguimiento de manera mensual al informe de gestión reportado por la Administración. Entre los aspectos revisados por el Directorio como parte de su supervisión y toma de decisiones, incluyen los impactos de las diferentes iniciativas de la Compañía en los ámbitos económicos, sociales, ambientales y de respeto a los derechos humanos.

Para una mejor gestión de las distintas materias relevantes y para garantizar el buen funcionamiento del Gobierno Corporativo de la Compañía, ésta cuenta con diferentes comités especializados integrados por directores, los que gestionan temas de auditoría y riesgos, incluidos los normativos; personas y sostenibilidad; inversiones; y estrategia; además del Comité de Directores exigido por la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. La designación de los miembros de cada comité tiene en consideración las experiencias y habilidades de cada director.

La Administración de SMU es liderada por su gerente general, con dependencia directa del Directorio y a quien le reportan 12 gerencias corporativas, tal como se puede observar en el organigrama en la página 56.

SMU cuenta con un procedimiento formal de evaluación del desempeño y evaluación de potencial que se realiza anualmente, lo que permite contar con cuadros de reemplazo para los diversos cargos gerenciales, facilitando así la definición de planes de sucesión, y el reemplazo oportuno del gerente general y demás ejecutivos principales, que son revisados en forma anual con el fin de: a) Detectar y reducir barreras organizacionales, sociales o culturales que pudieren estar inhibiendo la diversidad de capacidades, condiciones, experiencias y visiones que, sin esas barreras se habría dado naturalmente en la organización. b) Identificar la diversidad de capacidades, conocimientos, condiciones, experiencias y visiones con que deben contar sus ejecutivos principales. c) Identificar entre los trabajadores de la entidad, a potenciales reemplazantes del gerente general y demás ejecutivos principales, en función del proceso de identificación descrito en la letra b) anterior. d) Reemplazar oportunamente al gerente general y demás ejecutivos principales, y traspasar sus funciones e información relevante, ante su ausencia imprevista, minimizando el impacto que ello tendría en la organización.

ESTRUCTURA GOBIERNO CORPORATIVO

DIRECTORIO



JUAN DAVID QUIJANO
GERENTE CORPORATIVO
DE CONTRALORÍA



PAULA VÁSQUEZ
OFICIAL DE CUMPLIMIENTO
Y PREVENCIÓN DEL DELITO



MARCELO GÁLVEZ
GERENTE GENERAL



ARTURO SILVA
GERENTE CORPORATIVO
DE ADMINISTRACIÓN
Y FINANZAS



LUISA ASTORINO
GERENTE CORPORATIVA
DE CLIENTES
Y MARKETING



CAROLINA SELUME
GERENTE CORPORATIVA
DE DESARROLLO
INMOBILIARIO



JAVIER FERNÁNDEZ
GERENTE CORPORATIVO
DE E-COMMERCE



GUSTAVO PERSSON
GERENTE CORPORATIVO
DE ESTRATEGIA
Y DESARROLLO



CLAUDIA GONZÁLEZ
GERENTE CORPORATIVA
DE FISCALÍA Y
ASUSTOS EXTERNOS



GASTÓN GACITÚA
GERENTE CORPORATIVO
DE MARCAS PROPIAS Y
NUEVOS NEGOCIOS



JORGE SAÉZ
GERENTE CORPORATIVO
DE OPERACIONES
Y VENTAS



PAULA CORONEL
GERENTE CORPORATIVA
DE PERSONAS
Y SOSTENIBILIDAD



FERNANDO FAELLA
GERENTE CORPORATIVO
DE TECNOLOGÍA Y
DIGITAL



PATRICIO LLOSA
GERENTE GENERAL
SMU PERÚ



INGUER PÉREZ-BORROTO
GERENTE GENERAL
DE UNICARD

Asimismo, la Compañía cuenta con dos áreas que dependen directamente del Directorio, siendo independientes de la Administración. Estas son Contraloría y Cumplimiento y Prevención de Delitos.¹

SMU cuenta con un Código de Ética y Conducta de Negocios que define los principios y lineamientos que deben guiar el actuar del Directorio, de la Administración, de los colaboradores de la Compañía, y de terceros que se relacionan con ella, como contratistas, asesores y otros proveedores.

En concordancia con el Código de Ética y Conducta de Negocios, junto con sus valores corporativos de Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad (el “Sello CERCA”) y su modelo corporativo de sostenibilidad, SMU busca alcanzar su visión de ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de sus clientes y generar valor compartido para todos sus grupos de interés, de manera sostenible.

SMU ha adherido y adoptado distintas prácticas de buen gobierno corporativo emanadas de las siguientes organizaciones: (i) En agosto de 2021, se adhirió al [programa Negocios Transparentes de la organización Acción Empresas](#), comprometiéndose a avanzar en materias de integridad y propósito, robustecimiento del rol de los gobiernos corporativos; y transparencia y reportabilidad trabajando activamente en la ejecución, monitoreo y seguimiento de los objetivos de este programa. (ii) En septiembre de 2021, la Compañía firmó su [carta de compromiso](#) de apoyar y desarrollar los diez principios del Pacto Global de las Naciones Unidas, referente a los derechos humanos, derechos laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción monitoreando activamente los avances de cumplimiento en estas materias. Y (iii) En octubre de 2022, SMU, en el marco de su participación en Acción Empresas, se comprometió y ha venido trabajando en estos años con la gestión de [cinco criterios claves de sostenibilidad](#) del *World Business Council for Sustainable Development*, en las materias de carbono neutralidad; biodiversidad; derechos humanos y debida diligencia; inclusión y diversidad; y transparencia y reportabilidad.

La estructura de gobierno corporativo en SMU busca fomentar una gestión efectiva y sostenible, a través de la asignación de roles y responsabilidades, y el desarrollo de prácticas y políticas que permiten evaluar y guiar las acciones de toda la organización en forma permanente, para que pueda alcanzar sus objetivos estratégicos. Como parte de sus prácticas de gobierno corporativo, SMU ha venido fortaleciendo la función de gestión de riesgos al interior de la empresa, con el objetivo de identificar potenciales impactos para el negocio, de tal forma de resguardar su permanencia en el tiempo, y en consecuencia la creación de valor para sus accionistas y demás grupos de interés.

Por otro lado, a partir del año 2022, el Directorio ha implementado un proceso de evaluación anual de su desempeño colectivo, mediante un proceso de entrevistas y encuestas dirigido por un tercero independiente, a partir del cual se adoptan mejoras continuas que fortalecen

¹ Adicionalmente, de acuerdo a lo requerido por la NCG 30 de la CMF, se informa que la estructura organizacional de SMU incluye la gerencia de sostenibilidad, que depende de la gerencia corporativa de personas y sostenibilidad; la gerencia de comunicaciones externas, que depende de la gerencia corporativa de fiscalía y asuntos externos; la gerencia de auditoría interna, que depende de la gerencia corporativa de contraloría; y las gerencias de control interno y riesgos y de relación con inversionistas, ambas con dependencia de la gerencia corporativa de administración y finanzas.

MEMORIA INTEGRADA 2025

el funcionamiento y desempeño y sirven de guía en las materias a priorizar dentro del plan anual de capacitación existente para reforzar y/o actualizar sus conocimientos.

Con respecto a las juntas de accionistas, el Directorio cuenta con las herramientas que le permiten, en caso de ser necesario, implementar mecanismos que permitan a los accionistas participar y ejercer su derecho a voto por medios remotos, considerando las circunstancias y necesidades en el momento. El público en general se puede informar de los acuerdos adoptados por las juntas a través de los hechos esenciales que son enviados a la Comisión para el Mercado Financiero ("CMF") y que además se publican en la página web de la Compañía, el mismo día con posterioridad a su realización. Durante el año 2025, y atendido que las condiciones así lo permitieron, las Juntas Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas se realizaron de forma 100% presencial.

4.2 DIRECTORIO

El Directorio de SMU S.A. está compuesto por nueve miembros titulares, quienes fueron elegidos individualmente en junta ordinaria de accionistas celebrada con fecha 25 de abril de 2024 por un período de tres años. Sin embargo, con fecha 30 de mayo de 2025, el director Sr. Raúl Sotomayor Valenzuela presentó su renuncia, por lo que se renovará el Directorio en la Junta Ordinaria de Accionistas del año 2026, y al 31 de diciembre de 2025, la Compañía cuenta con ocho directores. En promedio, al 31 de diciembre de 2025, los directores tienen una antigüedad de 9,3 años en el Directorio de SMU.

PILAR DAÑOBEITÍA ESTADES

Presidenta del Directorio

La Sra. Dañobeitía es Contador Auditor de la Universidad de Chile y posee un Máster en Administración de Negocios (MBA) de la Universidad de Chicago. Es miembro del Directorio de SMU desde el 22 de febrero de 2008. Antes de ingresar a SMU, tuvo varias posiciones ejecutivas en distintas empresas. Es directora de Inversiones HH S.A. y de Hotel Corporation of Chile S.A. - HCC (Hotel Mandarin). Participa como miembro, desde sus inicios (2013) del capítulo chileno de la organización Women Corporate Directors Foundation y ha sido directora de la Fundación CorpArtes desde el 22 de marzo de 2004 a la actualidad. Ha sido consejera de SOFOFA y Miembro del Comité Ejecutivo por el período 2020-2024, y reelegida como consejera, por un nuevo período 2025-2029. Miembro del actual Comité Ejecutivo de SOFOFA y Presidente del Comité de Desarrollo Sostenible de SOFOFA (2025-2029).

Porcentaje de participación en la propiedad de SMU: 0,23%. Sin cambios en el último año.

DIRECTORIO



PILAR DAÑOBEITÍA E.
PRESIDENTA DEL DIRECTORIO
8.668.195-1



M. FRANCISCA SAIEH G.
VICEPRESIDENTA DEL DIRECTORIO
13.829.073-5



ALEJANDRO ÁLVAREZ A.
DIRECTOR
6.385.995-8



ABEL BOUCHON S.
DIRECTOR
9.004.895-3



ALEJANDRO DANÚS C.
DIRECTOR
9.250.701-7



FERNANDO DEL SOLAR C.
DIRECTOR
6.060.616-1



ENRIQUE GUNDERMANN W.
DIRECTOR
9.900.567-K



ANDRÉS OLIVOS B.
DIRECTOR
7.013.115-3

MEMORIA INTEGRADA 2025

M. FRANCISCA SAIEH GUZMÁN

Vicepresidenta del Directorio

La Sra. Saieh es Diseñadora de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Master of Arts (MA) en Exhibition Design en The State University of New York (SUNY), y Diploma del Programa de Alta Dirección (PADE) del ESE Business School de la Universidad de Los Andes. Entre mayo de 2011 y hasta diciembre de 2013 integró el Directorio de SMU y de su filial Supermercados Chile, siendo nombrada directora de SMU nuevamente con fecha 02 de mayo de 2020, en calidad de Vicepresidenta. Asimismo, desde el año 2019 es directora del holding de medios de comunicación Copesa. En el año 2011 fundó Corp Imagen y Diseño S.A. (Corplimagen), donde se desempeñó como su Directora Ejecutiva hasta diciembre de 2019. La Sra. Saieh cuenta con amplia experiencia liderando estrategias de imagen, branding corporativo, marcas propias y marketing, así como en desarrollar puntos de venta retail centrados en el cliente.

La Sra. Saieh no participa directamente en la propiedad de SMU. Sin embargo, ella y su familia controlan el 39,83%% de las acciones de SMU S.A., porcentaje que disminuyó en un 5,4% durante el año 2025.

ALEJANDRO ÁLVAREZ ARAVENA

Director Titular

El Sr. Álvarez es abogado de la Universidad de Chile y miembro del Directorio de SMU desde el 30 de abril de 2013. Cuenta con una destacada trayectoria como abogado en temas comerciales y financieros. Posee un LLM en la Universidad de Würzburg y un Doctorado en la Universidad de Gottingen, ambas instituciones de reconocido prestigio en Alemania. Fue Presidente de la Cámara Chilena Alemana de Industria y Comercio y es árbitro del Centro de Arbitrajes y Mediación de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS). Actualmente es miembro de la Junta Directiva de la Universidad Andrés Bello y director de empresas.

Participación en la propiedad de SMU: 0,04%. Sin cambios en el último año.

ABEL BOUCHON SILVA

Director Titular

El Sr. Bouchon es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile con un MBA en The Wharton School, University of Pennsylvania y pertenece al Directorio desde el 30 de abril de 2014. Fue Gerente General de Embotelladora Andina y del negocio internacional de Latam Airlines. Previo a eso, se desempeñó como consultor en Booz Allen & Hamilton, y también fue profesor de la Universidad de Chile. En la actualidad es director de cinco compañías, entre ellas, Cristalerías Chile y Multiexport Foods, ambas sociedades anónimas abiertas.

Participación en la propiedad de SMU: 0,02%. Sin cambios en el último año.

ALEJANDRO DANÚS CHIRIGHIN*Director Titular*

El Sr. Danús es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile, y posee un MBA de la University of Chicago, Chicago, Illinois, EE.UU. Pertenece al Directorio de SMU desde el 25 de abril de 2024. Adicionalmente es Director en la compañía Moller&Perez-Cotapos como director independiente nombrado por las AFPs. Cuenta con vasta experiencia en diversas industrias, fue Gerente General Corporativo de Empresas Banmedica con operaciones en Chile, Perú y Colombia, entre los años 2015 y 2018. También fue Gerente General de Sociedad Punta de Lobos, entre los años 2001 y 2009, y de Cemento Melón entre los años 2000 y 2001. Con anterioridad fue Gerente General de Companhia Elétrica de Rio de Janeiro, CERJ, sociedad filial de grupo Enersis encargada de la distribución y generación eléctrica para el estado de Rio de Janeiro, Brasil, entre los años 1996 y 2000. También se ha desempeñado como empresario entre los años 2009 y 2015, con participación accionaria en la franquicia Avis Rent a Car para Chile, y con participación accionaria en la Inmobiliaria Idea.

Participación en la propiedad de SMU: 0%. Sin cambios en el último año.

FERNANDO DEL SOLAR CONCHA*Director Titular*

El Sr. Del Solar es miembro del Directorio desde el día 16 de diciembre del año 2013 y es Administrador de empresas de la Universidad de Chile con postgrado en Suiza. Cuenta con una dilatada y reconocida trayectoria en Chile y el extranjero. Se desempeñó con éxito durante 38 años en diversos cargos en Nestlé en distintos países de Sudamérica, llegando a ser Gerente General y Presidente Ejecutivo de la compañía, para Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay, Perú y Bolivia.

Participación en la propiedad de SMU: 0,01%. Sin cambios en el último año.

ENRIQUE GUNDERMANN WYLIE*Director Titular*

El Sr. Gundermann es Ingeniero Civil Industrial y MBA de la Pontificia Universidad Católica de Chile, también posee un diplomado en transformación digital en la Universidad de Stanford. Cuenta con una destacada trayectoria en América Latina, desempeñándose como director y gerente general en diversas empresas. Actualmente es miembro del Directorio de SMU (desde el 25 de abril de 2024), Entel e Implementos, del Grupo Epysa. Además, en Panamá, forma parte del Directorio del Grupo Cochez, tanto en su filial de retail, como en la del área financiera. Entre 2020 y 2022, presidió el Directorio de IKEA (Ikso) del Grupo Falabella para Chile, Perú y Colombia. También fue director del Global Home Improvement Network (Edra/Ghin), en Bélgica, entre 2018 y 2020. Previamente, se desempeñó como Gerente General Corporativo de Sodimac para América Latina, dentro del Grupo Falabella, entre 2012 y 2020.

Participación en la propiedad de SMU: 0%. Sin cambios en el último año.

MEMORIA INTEGRADA 2025

ANDRÉS OLIVOS BAMBACH

Director Titular

El Sr. Olivos es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile (1984) con estudios de postgrado en la Universidad de Stanford (2010), y de magíster en Filosofía Aplicada en la Universidad de Los Andes (2014-2015). Es miembro del Directorio de SMU desde el 9 de abril de 2015. Se desempeñó como CFO de Embotelladora Andina durante 10 años y posteriormente, fue CEO de Parque Arauco entre 2003 y 2011. Ha sido miembro activo del directorio de varias compañías tanto en Chile como en Argentina, Brasil, Colombia y Perú. Actualmente es socio y Presidente de Inmobiliaria BDP SpA, Presidente del Directorio de Unicard S.A., Director de Inversiones HH S.A. y miembro del Consejo Inmobiliario de Independencia AGF, entre otros.

Participación en la propiedad de SMU: 0%. Sin cambios en el último año.

Adicionalmente, las siguientes personas formaron parte del Directorio de SMU durante los años 2025 y 2024:

- El Sr. Rodrigo Pérez Mackenna (RUT 6.525.287-2, profesión: ingeniero civil) fue director independiente desde el 26 de abril de 2018 hasta el 25 de abril de 2024.
- La Sra. Tina Rosenfeld Kreisselmeyer (RUT 14.644.931-K, profesión: ingeniero comercial) fue directora independiente desde el 26 de abril de 2018 hasta el 25 de abril de 2024.
- El Sr. Raúl Sotomayor Valenzuela (RUT 7.601.869-9, profesión: ingeniero comercial) fue director desde el 16 de diciembre de 2013 hasta el 30 de mayo de 2025, fecha en que presentó su renuncia.

4.2.1
DIRECTORES DE SMU S.A.

Los directores Alejandro Danús y Enrique Gundermann son independientes de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas.

A continuación, se proporcionan antecedentes adicionales acerca del vínculo entre cada director o directora y el Grupo SMU.

Información Adicional Directores

	Pilar Dañobeitía	Francisca Saieh	Alejandro Álvarez	Abel Bouchon	Alejandro Danús	Fernando Del Solar	Enrique Gundermann	Andrés Olivos
Al 31.12.2024								
1. Se desempeñó como ejecutivo principal de SMU S.A. y filiales durante el último año?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
2. Durante el último año, ha recibido, o tiene parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad que han recibido, pagos ² de SMU S.A. y filiales o de su matriz/controlador por un monto superior a 2.000 UF?	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO
3. Es pariente hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad de algún ejecutivo principal de SMU S.A., sus filiales o su matriz/controlador?	NO	SÍ	NO	NO	NO	NO	NO	NO

² Se excluye del concepto de pagos aquellos que tengan como origen (i) inversiones en los valores de la Compañía; (ii) programas para igualar aportes a fundaciones sin fines de lucro; y (iii) remuneraciones recibidas por su desempeño como director o directora.

MEMORIA INTEGRADA 2025

	Pilar Dañobeitía	Francisca Saieh	Alejandro Álvarez	Abel Bouchon	Alejandro Danús	Fernando Del Solar	Enrique Gundermann	Andrés Olivos
4. Presta asesorías, o tiene participación en la propiedad de compañías que prestan asesorías, a SMU S.A., sus filiales y/o alguno(s) de sus ejecutivos principales?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
5. Tiene participación en la propiedad, o tiene algún cargo de director y/o ejecutivo principal en algún cliente o proveedor relevante de SMU S.A. y filiales?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
6. Cuenta con contrato(s) de servicios personales con SMU S.A. y filiales y/o alguno(s) de sus ejecutivos principales?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
7. Tiene algún cargo de fundador, director y/o ejecutivo principal en alguna fundación u organización sin fines de lucro que recibe aportes significativos de SMU S.A. y filiales?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
8. Ha sido socio o empleado de los auditores externos de SMU S.A. y filiales durante el último año?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
9. Cuenta con algún otro conflicto de interés que el propio Directorio considera que significa que no se pueda considerar como independiente?	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
10. En cuántas otras sociedades anónimas abiertas es director o directora?	-	-	1	2	-	-	1	-

Número de Directores

Al 31.12.2025	Mujeres	Hombres	Total
Género	2	6	8
Nacionalidad			
Chilena	2	6	8
Rango de Edad			
Menor a 30 años	-	-	-
30 a 40 años	-	-	-
41 a 50 años	1	-	1
51 a 60 años	1	1	2
61 a 70 años	-	4	4
Mayor a 70 años	-	1	1
Antigüedad			
Menos de 3 años	-	2	2
3 a 6 años	1	-	1
Más de 6 y menos 9 años	-	-	-
9 a 12 años	-	4	4
Más de 12 años	1	-	1
En Situación de Discapacidad	-	-	-

MEMORIA INTEGRADA 2025

Los directores de SMU cuentan con una diversidad de experiencias, conocimientos y habilidades que contribuyen a la mejor gestión de la Compañía en las diversas materias que afectan su negocio y desempeño.

Matriz de Conocimientos, Habilidades y Experiencia

Nombre	Financiera	Industria Retail y Consumo	Gestión de Riesgos	Administración Empresas	Legal	Tecnología y Digital
Pilar Dañobeitia	X	X	X	X		
Francisca Saieh		X		X		
Alejandro Álvarez	X	X	X	X	X	
Abel Bouchon	X	X	X	X		
Alejandro Danús	X		X	X		X
Fernando Del Solar	X	X	X	X		
Enrique Gundermann	X	X	X	X		X
Andrés Olivos	X	X	X	X		

4.2.1.1

REMUNERACIONES DEL DIRECTORIO

La estructura de remuneraciones de los miembros del Directorio de SMU S.A. es la siguiente: 165 Unidades de Fomento mensuales para cada director o directora, 275 Unidades de Fomento mensuales para la Vicepresidenta de la Sociedad y 440 Unidades de Fomento mensuales para la Presidenta de la Sociedad. Las dietas antes señaladas se pagan como monto fijo mensual, independientemente del número de sesiones de directorio que se celebren en el respectivo mes.

Asimismo, los miembros del Comité de Directores tienen una remuneración de UF 110 como monto fijo mensual independientemente del número de sesiones que el Comité celebre en el respectivo mes y para su presidente UF 150.

La remuneración mensual que se paga a los directores que formen parte de los siguientes Comités Corporativos de SMU (Comités de Inversiones; Personas y Sostenibilidad; Auditoría

y Riesgo; Estrategia; y Cumplimiento³), asciende a un monto mensual de UF 55 para cada miembro y UF 75 para el presidente del Comité, que se paga solo por los meses en que el Comité haya sesionado al menos una vez en el respectivo mes. De modo que, si un Comité no sesiona en un mes, no aplica la remuneración mensual.

Dado que la estructura de remuneraciones de los miembros del Directorio se define en base a las funciones desempeñadas, no hay una brecha salarial entre las directoras y los directores de SMU que realizan las mismas funciones.

Remuneraciones Directorio 2025 y 2024

Nombre	Cargo	2025 (M\$)	2024 (M\$)
Pilar Dañobeitia Estades	Presidenta	323.092	318.491
Francisca Saieh Guzmán	Vicepresidenta	187.270	181.507
Alejandro Álvarez Aravena	Director	154.975	140.395
Abel Bouchon Silva	Director	106.782	104.868
Alejandro Danús Chirighin	Director	169.313	123.494
Fernando Del Solar Concha	Director	95.105	95.950
Enrique Gundermann Wylie	Director	139.896	99.616
Andrés Olivos Bambach	Director	135.604	131.988
Rodrigo Pérez Mackenna	Director	-	47.112
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer	Directora	-	51.458
Raúl Sotomayor Valenzuela	Director	Renunció a dieta	Renunció a dieta

³ Se hace presente que en Junta Extraordinaria de Accionistas de SMU celebrada el 18 de diciembre de 2025, se acordó disolver el Comité de Cumplimiento, entregándose a partir del 1 de enero de 2026 las materias que eran de conocimiento de este Comité,—el que funcionó hasta el 31 de diciembre de 2025,—al Comité de Auditoría y Riesgos de la Compañía.

4.2.2

FUNCIONAMIENTO DEL DIRECTORIO

Tal como se establece en los estatutos de la Compañía, el Directorio de SMU se reúne en sesiones ordinarias por lo menos una vez al mes, y en sesiones extraordinarias que se celebran cuando las cita especialmente la Presidenta por iniciativa propia, o a indicación de uno a más directores, previa calificación que la Presidenta haga de la necesidad de la reunión, salvo que ésta sea solicitada por la mayoría absoluta de los directores, caso en el cual deberá necesariamente celebrarse la sesión sin calificación previa.

Al final de cada año el Directorio acuerda el calendario corporativo del año siguiente, con las sesiones ordinarias que sostendrá con indicación del tiempo para cada una de esas reuniones, las que en promedio duran 5 horas, calendarizándose las citaciones a todos los directores de dichas sesiones a inicio de cada año, y determinándose los antecedentes necesarios para la adecuada realización de aquellas. De igual forma, a inicio de año el Directorio acuerda para cada sesión las distintas materias de negocios, normativas o de otra índole que serán abordadas en cada una de estas sesiones. Las sesiones del Directorio se realizan en formato online, presencial o híbrida (presencial y online a la vez) según se informa en la citación. El calendario corporativo señalado incluye también las citas de todas las sesiones ordinarias de los comités corporativos de SMU en que participan los directores. A su vez, los comités corporativos a inicio de cada año acuerdan también para cada una de sus sesiones las materias que abordarán en cada una de ellas.

Todas las sesiones del Directorio cuentan con la participación permanente del Gerente General, el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, la Gerente Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, y el Gerente de Asuntos Legales. Sin perjuicio de ello, el Directorio solicita a los ejecutivos mencionados abandonar la sesión cuando lo estime necesario revisar alguna materia sin la presencia de estos, tales como compensaciones, incentivos, entre otros.

De igual forma, el Directorio de la Compañía se reúne tres veces al año con la empresa de auditoría externa para analizar, entre otras cosas: (i) el programa de auditoría externa, (ii) las eventuales diferencias detectadas en la auditoría respecto de prácticas contables, sistemas administrativos y auditoría interna, (iii) aquellas situaciones irregulares que por su naturaleza deban ser comunicadas a los organismos fiscalizadores competentes, (iv) los resultados del programa anual de auditoría, (v) los posibles conflictos de intereses que puedan existir en la relación con la empresa de auditoría o su personal, tanto por la prestación de otros servicios a la Sociedad o a las empresas de su grupo empresarial, como por otras situaciones y (vi) tendencias sobre riesgos tecnológicos. También se reúnen cada vez que sea necesario, teniendo los auditores externos acceso expedito al Directorio.

Por otro lado, el Directorio se reúne una vez al año con el Gerente Corporativo de Contraloría para conocer el plan anual de Auditoría Interna, y dos veces al año con la Oficial de Cumplimiento y Prevención de Delitos para conocer el estado de los programas de cumplimiento. Hasta el 1 de noviembre de 2025, también se reunía en la misma frecuencia con la Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, pero a partir de la fecha indicada las

materias de cumplimiento de Libre Competencia fueron entregadas a la Oficial de Cumplimiento y Prevención de Delitos.

La Compañía cuenta con los siguientes comités integrados por Directores, los que se detallan en la sección 4.2.3 siguiente: (i) **Comité de Directores**; (ii) **Comité de Auditoría y Riesgos**; (iii) **Comité de Personas y Sostenibilidad**; (iv) **Comité de Inversiones**; y (v) **Comité de Estrategia**.

El **Comité de Cumplimiento** funcionó hasta el día 31 de diciembre de 2025, toda vez que, con fecha 18 de diciembre del 2025, la Junta Extraordinaria de Accionistas de SMU acordó disolverlo, por lo que a partir del 1 de enero de 2026, entregó las materias relativas a libre competencia para su conocimiento al Comité de Auditoría y Riesgos de SMU, por cuanto este Comité conoce de manera integral los riesgos normativos y los programas de cumplimiento de la Sociedad, permitiendo así una visión centralizada y completa de los riesgos y obligaciones regulatorias que le son aplicables.

Para su buen funcionamiento, el Directorio cuenta con un sistema de información que le permite acceder, de manera segura, remota y permanente, cada vez que lo requiera. La información disponible en dicho sistema incluye: (i) la agenda de cada sesión; (ii) los documentos que se presentarán en la sesión o adicionales necesarios para prepararse para la misma, los cuales se cargan con al menos tres días de antelación a la sesión respectiva; (iii) el informe mensual sobre la gestión y los resultados de las distintas unidades de negocio de la Compañía; (iv) el texto definitivo del acta de cada sesión, el cual se encuentra disponible para su consulta con anterioridad a la siguiente sesión; y (v) todas las actas y documentos relevantes tenidos a la vista para cada sesión del Directorio de los últimos tres años.

Asimismo, el Directorio puede acceder en forma segura y remota a la información existente correspondiente al Canal de Denuncias y Consultas de la Compañía cada vez que lo requiera. Cada director o directora cuenta con su propio perfil de acceso independiente al sistema. Para más información sobre el Canal de Denuncias y Consultas de SMU, ver sección 5.1.2.

El Directorio cuenta con planes de contingencia para la continuidad de su operación en situaciones de crisis, contando para ello con sistemas que permiten el acceso expedito, remoto, y en línea para poder sesionar y estar comunicados con la Administración. Por otra parte, la Compañía cuenta con planes de contingencia para asegurar la continuidad operacional, el estado de los cuales se presenta al Comité de Auditoría y Riesgos del Directorio.

4.2.2.1

AGENDA ANUAL DEL DIRECTORIO

Para llevar a cabo una adecuada supervisión del interés social de SMU, el Directorio cuenta con una planificación anual que contempla la revisión de diversas materias, incluyendo la estrategia corporativa; los resultados del negocio; la posición financiera; la gestión de riesgos; aspectos ambientales, sociales y de gobernanza; cumplimiento normativo; cambios en el marco regulatorio; y el ambiente de control interno, entre otros. Para lo anterior, se reúne con ejecutivos de diferentes áreas de la Compañía, y con asesores externos cuando corresponde. Asimismo, es informado periódicamente respecto de las materias examinadas y aprobadas por los distintos comités que se encuentran en funcionamiento.

Entre las actividades del Directorio se incluyen las visitas en terreno a dependencias e instalaciones de la Compañía, a lo menos una vez al año, para conocer, entre otras cosas, el estado y funcionamiento de dichas instalaciones; las principales funciones y preocupaciones de quienes se desempeñan en las mismas; y las mejoras que los responsables de esas instalaciones recomiendan realizar para mejorar el funcionamiento de las mismas.

Gestión de Negocios y Estrategia

El Directorio de SMU realiza un seguimiento permanente del desempeño de las diferentes unidades de negocio de la Compañía. Recibe y revisa un informe de gestión mensual, además de presentaciones que realizan diferentes ejecutivos responsables de cada área en las sesiones del Directorio y sus comités. También revisa y aprueba los planes estratégicos y de inversiones propuestos por la Administración y monitorea los avances y resultados de los mismos.

Gestión de Riesgos

Con respecto a la gestión de riesgos, la Compañía cuenta con el Comité de Auditoría y Riesgos el cual tiene entre sus principales tareas monitorear el proceso de gestión de riesgos y el estado del control interno. Para más información, ver 4.2.3.2 Comité de Auditoría y Riesgos.

La Compañía cuenta además con un Comité de Continuidad y Riesgos, conformado por miembros de la Administración y presidido por el Gerente General, el cual mantiene debida y oportunamente informado al Comité de Auditoría y Riesgos de la Compañía, de la gestión de los riesgos de la Sociedad. Dicho Comité sesiona al menos bimestralmente y extraordinariamente cada vez que sea necesario. El Gerente Corporativo de Contraloría de SMU participa permanentemente de dicho Comité y mantiene informado directamente al Comité de Auditoría y Riesgos respecto del funcionamiento de la gestión del riesgo en la Administración.

Adicionalmente, la Gerencia de Control Interno, a través de su área de gestión de riesgos, emite y envía mensualmente al Directorio un reporte con el estado de los principales riesgos que afectan a la Compañía y las explicaciones correspondientes.

Auditoría Interna

El Comité de Auditoría y Riesgos de SMU se reúne mensualmente con la Gerencia de Contraloría de la Compañía para revisar los controles y acciones de mitigación a través de planes de auditoría internos, manteniendo debida y oportunamente informado al Directorio de estas materias, de cada una de sus sesiones, y sometiendo a su aprobación determinados aspectos vinculados con el funcionamiento de la Contraloría, como ejemplo, el plan de auditoría anual y su nivel de avance respectivo. Adicionalmente, este comité vela por la independencia de la función de Contraloría con la Administración.

Auditoría Externa

El Directorio de la Compañía se reúne tres veces al año con la empresa de auditoría externa para analizar, entre otras cosas, el programa de auditoría externa y sus resultados; las eventuales diferencias detectadas en la auditoría respecto de prácticas contables, sistemas administrativos y auditoría interna; eventuales deficiencias que se hubieren detectado y aquellas situaciones irregulares que por su naturaleza deban ser comunicadas a los organismos fiscalizadores competentes; y los posibles conflictos de intereses que puedan existir en la relación con la empresa de auditoría o su personal, tanto por la prestación de otros servicios a la sociedad o a las empresas de su grupo empresarial, como por otras situaciones. También se reúnen cada vez que sea necesario, teniendo los auditores externos acceso expedito al Directorio.

Programas de Cumplimiento

La Compañía cuenta con un sistema de cumplimiento corporativo que comprende las materias de prevención de delitos, libre competencia, protección de datos personales y protección al consumidor, integrado a su marco de gobernanza. Hacia fines de 2025, la función de Oficial de Cumplimiento y Prevención de Delitos concentró la supervisión transversal del cumplimiento normativo en estas materias, quien ya reportaba al Directorio, lo que permite una visión independiente y consistente sobre el funcionamiento del sistema y sus controles.

La Oficial de Cumplimiento informa periódicamente al Comité de Auditoría y Riesgos y al Directorio sobre el funcionamiento del sistema de cumplimiento, incluyendo la efectividad de los controles, los resultados de las actividades de monitoreo y supervisión, la evolución de los principales riesgos de cumplimiento y el grado de avance del plan anual de trabajo. Asimismo, en su calidad de Oficial de Cumplimiento de la política de operaciones con partes relacionadas y conflictos de intereses, informa periódicamente estas materias al Comité de Directores.

En materia de libre competencia, la Compañía dio cumplimiento a las obligaciones establecidas en la Sentencia N°167/2019 del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia durante el período fijado por el fallo, efectuando el último reporte ante dicha autoridad conforme a lo dispuesto, lo que fue informado al Directorio. Este ámbito quedó integrado al sistema corporativo de cumplimiento hacia fines de 2025.

4.2.2.2

ELECCIÓN DE DIRECTORES

De acuerdo a los estatutos de la Compañía, el Directorio durará un período de tres años en sus funciones, al final del cual, todos sus miembros cesarán en sus funciones, sin perjuicio de que la Junta de Accionistas pueda reelegir indefinidamente a uno o más de ellos.

En las elecciones que se efectúen en las Juntas, los accionistas podrán acumular sus votos en favor de una sola persona o distribuirlos en la forma que estimen conveniente y se proclamarán elegidos a los que en una misma y única votación resulten con el mayor número de votos hasta completar el número de cargos por proveer. No obstante, por acuerdo unánime, se podrá acordar omitir la votación y proceder a elegir por aclamación, cuando el número de directores nominados es igual al número de vacantes (nueve).

El Directorio de SMU ha declarado que en su opinión y en el interés de la Compañía, considera aconsejable que el Directorio se conforme de personas de diferentes profesiones, edades, géneros y trayectorias laborales, de manera que cada director o directora aporte con diversos conocimientos y experiencias. Igualmente, se espera que los candidatos a integrar el Directorio cumplan con los valores del sello CERCA (Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad), que no presenten ninguna de las inhabilidades o circunstancias que impidan a una persona ser candidato a director según lo establece la Ley N°18.046, que cuenten con tiempo suficiente para llevar a cabo las responsabilidades necesarias del cargo, que cuenten con capacidad de evaluar los desafíos y oportunidades que se presentan a la Compañía de manera crítica y estratégica, que cuenten con algún conocimiento y/o experiencia en materias financieras, retail y consumo, gestión de riesgos, administración de empresas, legal y/o tecnología y digital, y que cuenten con voluntad de comprender y comprometerse a los más altos estándares éticos en la dirección de la Compañía. La Compañía no cuenta con una instancia especial que tenga como objetivo ayudar a los accionistas en la búsqueda y elección de candidatos al Directorio, así como tampoco cuenta con una política que establezca un porcentaje especial requerido de integrantes de un mismo sexo para la nómina de candidatos a directores de la Compañía, debido a que desde hace años el Directorio de SMU ha contado con una participación del sexo femenino superior a 20%. Sin perjuicio de ello, la Junta Extraordinaria de Accionistas de SMU celebrada el 18 de diciembre del 2025 aprobó modificar sus estatutos sociales para incorporar mecanismos para alcanzar el cumplimiento de la proporción máxima de miembros del directorio de un mismo sexo contemplada en el inciso cuarto del Artículo 31 de la Ley N° 18.046, y en el número 1 del Artículo primero de sus disposiciones transitorias de la Ley N° 21.757. Específicamente, en la citación para renovar al Directorio, se debe pedir a los accionistas una lista de candidatos, procurando que las nominaciones respeten los límites de representación por género establecidos en las leyes citadas. Los listados deben enviarse al menos dos días antes de la Junta, aunque los accionistas pueden agregar candidatos en la misma sesión, de acuerdo con la normativa vigente. Al inicio de la sesión, el Presidente informará si hay suficientes candidatos de ambos géneros para cumplir las proporciones sugeridas; si no, suspenderá temporalmente la Junta para permitir ajustes y nuevas propuestas dentro del mismo día y lugar.

Asimismo, con anterioridad a la celebración de Juntas de Accionistas en que corresponde elegir a los integrantes del Directorio, SMU publica en su página web información acerca de la experiencia, profesión u oficio de cada candidata o candidato a director con la mayor anticipación posible antes de la votación correspondiente, sin perjuicio de que la ley permite que candidatos a director sean nominados en el mismo momento de la Junta de Accionistas correspondiente, y en dicho caso no es factible publicar la información con anticipación.

4.2.2.3 INDUCCIÓN DE NUEVOS INTEGRANTES

De acuerdo a la Política Sobre Inducción de Nuevos Directores de SMU, cuando se incorpora un nuevo director o directora, tendrá un proceso de inducción que le permita conocer y comprender la organización. Para esto, se le hace entrega de un dossier de documentos con información relevante cuya lectura se complementa posteriormente con un programa de reuniones con la Presidenta y Vicepresidenta del Directorio, con alguno de los directores que participan en comités, con el Gerente General y con los gerentes corporativos.

El dossier de documentos incluye, entre otros: los estatutos, el código de ética y conducta de negocios, el manual de prevención de delitos, el manual de libre competencia y otras políticas y procedimientos de SMU; actas de juntas de accionistas, sesiones del Directorio y sesiones de comités de directores; leyes pertinentes, como por ejemplo, de sociedades anónimas, mercado de valores, responsabilidad penal de personas jurídicas y protección de los derechos de los consumidores, entre otras; y documentos publicados por la Compañía, como la memoria anual, estados financieros, y comunicados de prensa.

El objetivo de las reuniones con directores y ejecutivos es obtener información de primera fuente sobre materias como la historia, visión, propósito y valores de SMU, su modelo de negocios y plan estratégico, el funcionamiento del Directorio, los grupos de interés de la Compañía, los principales indicadores de gestión y financieros, el modelo de control interno y de gestión de riesgos, y el marco jurídico vigente más relevante aplicable a la Compañía, entre otras.

4.2.2.4 MEJORA CONTINUA

Para asegurar que sus integrantes se mantengan actualizados en las diversas materias que deben conocer para un adecuado desempeño de sus funciones, el Directorio cuenta con una política de capacitación de sus miembros, cuyas materias define anualmente de acuerdo a las necesidades que ha identificado. Para estas capacitaciones, la Compañía ha desarrollado además de sesiones presenciales, una academia de capacitación online. Las materias de capacitación incluidas durante el 2025 fueron: mejores prácticas de gobierno corporativo; gestión de riesgos; libre competencia, fallos, sanciones o pronunciamientos relevantes; ley sobre delitos económicos; protección al consumidor; y avances en materias de inclusión, diversidad y sostenibilidad, tanto a nivel nacional como internacional.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Adicionalmente, el Directorio se capacitó sobre los riesgos del interlocking, analizando casos actuales de compañías chilenas investigadas y/o sancionadas en esta materia.

El Directorio realiza un proceso de evaluación anual de su desempeño colectivo, mediante un proceso de entrevistas y encuestas dirigido por un tercero independiente, a partir del cual se adoptan mejoras continuas que fortalecen el funcionamiento y desempeño y sirven de guía en las materias a priorizar dentro del plan anual de capacitación existente para reforzar y/o actualizar sus conocimientos. Durante el año 2025, el Directorio contrató nuevamente los servicios de un asesor externo, cuyos objetivos fueron: (i) Apoyar al Directorio en su proceso de autoevaluación, aportando una metodología y una visión externa; (ii) Entrevistas a la Administración en cuanto a su relación con el Directorio; (iii) Colaborar con el Directorio en interpretar y hacerse cargo de las conclusiones del trabajo; (iv) Apoyar al Directorio a generar iniciativas concretas de mejora, con el fin de que puedan enfrentar de mejor manera sus desafíos estratégicos. Se hizo parte también al Gerente General don Marcelo Gálvez Saldías de las conclusiones, aclaraciones y las acciones necesarias que permiten mejorar el funcionamiento del Directorio y el gobierno corporativo de SMU.

4.2.2.5

GESTIÓN DEL DIRECTORIO EN 2025

Durante el año 2025, el Directorio de SMU celebró 12 sesiones ordinarias y 11 sesiones extraordinarias. El gerente general participó en 21 sesiones de Directorio del año.

Durante las sesiones celebradas, se revisaron las materias contempladas en su planificación anual, así como también, materias adicionales que surgieron en el transcurso del año.

Durante el año 2025, se realizó un Directorio que incluyó una visita a terreno los días 26 y 27 de mayo de 2025, en la cual se visitaron el Centro de Distribución ubicado en la ciudad de Coquimbo, y varios locales ubicados en la IV región tales como Unimarc Huachalalume, Unimarc Coquimbo Puerto, Unimarc Los Alamos, Unimarc El Milagro, Unimarc Regimiento Arica, Unimarc Balmaceda, Unimarc Recova, Unimarc Las Compañías, Unimarc Circunvalación, Unimarc Florida, Alvi Coquimbo y Alvi Florida. En cada una de estas tiendas se revisa junto al equipo del formato encabezado por su gerente de formato, el estado, desempeño y funcionamiento de la tienda, sus indicadores de venta, personas y clientes más relevantes, se revisó la propuesta de valor del formato, la propuesta de marcas propias y se revisan las preocupaciones y mejoras en relación con las instalaciones y su funcionamiento. Igualmente, se revisó el estado, desempeño y funcionamiento del centro de distribución, sus principales indicadores y las preocupaciones y mejoras en relación con las instalaciones. El Directorio también visitó algunos locales de la competencia.

Participaron de esta actividad en conjunto con el Directorio, el Gerente General, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, Gerente Corporativo de Operaciones y Ventas, Gerente Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, Gerente Corporativa de Desarrollo Inmobiliario, y los Gerentes a cargo de los formatos Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10 y el Gerente de Logística.

Durante el año 2025 el Directorio sesionó en tres oportunidades extraordinariamente para revisar los avances en la gestión de riesgos de la Compañía y los controles existentes y la ejecución de un sistema “GRC” (Gobernanza, Riesgo y Cumplimiento) automatizado que sustenta la gestión completa de riesgos.

Por otro lado, durante el año 2025, el Directorio aprobó la Política General de Elección de Directores en Sociedades Filiales de SMU S.A. y la actualización de la Política de Declaración y Resolución de Conflictos de Intereses de la Compañía.

Durante el año 2025, el Directorio realizó desembolsos por asesorías por UF 925, correspondientes a la evaluación anual de desempeño.

Asistencia Sesiones del Directorio 2025

Nombre	Sesiones Ordinarias	Sesiones Extraordinarias	Total
Pilar Dañobeitía Estades	12/12	11/11	23/23
Francisca Saieh Guzmán	11/12	11/11	22/23
Alejandro Álvarez Aravena	12/12	11/11	23/23
Abel Bouchon Silva	12/12	10/11	22/23
Alejandro Danús Chirighin	12/12	11/11	23/23
Fernando Del Solar Concha	12/12	11/11	23/23
Enrique Gundermann Wylie	12/12	11/11	23/23
Andrés Olivos Bambach	12/12	10/11	22/23
Raúl Sotomayor Valenzuela	5/8	5/5	10/13

4.2.3

COMITÉS DEL DIRECTORIO

Para una mejor gestión de las distintas materias relevantes, la Compañía cuenta con diferentes comités especializados, integrados por directores, los que gestionan temas de auditoría y riesgos, personas y sostenibilidad, inversiones, cumplimiento y estrategia, además del Comité de Directores exigido por la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. La designación de los miembros de cada comité tiene en consideración las experiencias y habilidades de cada director.

Cada uno de los comités del Directorio cuenta con la misma política para la contratación de asesorías. De acuerdo a dicha política, cada comité está facultado para contratar especialistas en las materias que considere que sea de interés y beneficio para la Compañía, pudiendo las asesorías ser propuestas por al menos un director. Es el comité respectivo el que decide la contratación de una determinada asesoría. No obstante, uno o más directores pueden ejercer el derecho a veto de un asesor en particular. El gasto que involucre la asesoría será aprobado por el Directorio. Para el caso del Comité de Directores, de acuerdo lo establece la Ley N° 18.046, es la junta ordinaria de accionistas la que determina un presupuesto de gastos de funcionamiento del Comité y sus asesores, el que no podrá ser inferior a la suma de las remuneraciones anuales de los miembros del Comité, y éste podrá requerir la contratación de la asesoría de profesionales para el desarrollo de sus labores, conforme al referido presupuesto.

La contratación será hecha estrictamente en base a los méritos y prestigio profesional de los asesores, y los honorarios pactados no excederán los valores de mercado existentes para asesorías similares a las contratadas.

4.2.3.1

COMITÉ DE DIRECTORES

SMU S.A. cuenta con un Comité de Directores en virtud de lo dispuesto por el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046. El Comité de Directores es responsable de analizar temas de importancia estratégica, de manera de contribuir a que la gestión y las decisiones de inversión de la Compañía se lleven a cabo resguardando el interés de todos los accionistas; proponer al Directorio los nombres de los auditores externos y clasificadores de riesgo, para que sean sugeridos y aprobados en la respectiva Junta de Accionistas; y revisar periódicamente los informes presentados por los auditores externos, los estados financieros de la Compañía, las transacciones con partes relacionadas, las políticas de remuneraciones y los planes de compensación de gerentes, principales ejecutivos y trabajadores.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias reportando al Directorio siguiente, después de cada sesión. Las primeras se celebran mensualmente en las fechas y horas predeterminadas por el propio Comité y no requieren de citación especial. Las segundas se celebran cuando las cite especialmente el Presidente del Comité o el Gerente General de la

Sociedad, por sí, o a indicación de uno o más de sus miembros sin que el Presidente o el Gerente General estén facultados para calificar previamente la necesidad de la reunión.

El Comité de Directores se reúne trimestralmente con las Gerencias Corporativas de Administración y Finanzas y de Contraloría para la revisión de las partidas más relevantes de los estados financieros trimestrales, recomendando al Directorio su aprobación, si así lo estime conveniente. En esas sesiones participa el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, el Gerente de Contabilidad, la Gerente Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, la Gerente de Relación con Inversionistas, el Gerente Corporativo de Contraloría, la Subgerente de Auditoría y el Gerente de Asuntos Legales.

Con la empresa de auditoría externa a cargo de la auditoría de los estados financieros se reúne tres veces al año para revisar la conclusión de auditoría externa a SMU S.A. y filiales del año anterior; presentar los resultados de su revisión sobre la información financiera intermedia; y revisar la carta de control interno.

Los integrantes del Comité de Directores vigentes al 31 de diciembre de 2025 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 25 de abril de 2024.

Comité de Directores: Integrantes y Remuneraciones 2025 y 2024

Nombre	Cargo	2025 (M\$)	2024 (M\$)
Alejandro Danús Chirighin*	Presidente	70.380	50.897
Alejandro Álvarez Aravena	Director Titular	51.659	49.500
Enrique Gundermann Wylie*	Director Titular	51.654	37.353
Rodrigo Pérez Mackenna*	Presidente	-	16.598
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer*	Directora Titular	-	12.148

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Los directores Rodrigo Pérez Mackenna y Tina Rosenfeld Kreisselmeyer integraron el Comité de Directores durante todo el año 2023 y hasta que dejaron de ser directores de SMU, el 25 de abril de 2024. Los directores Alejandro Danús y Enrique Gundermann se integraron el Comité de Directores por primera vez a partir del 25 de abril de 2024.

Para información sobre la gestión del Comité de Directores durante el año 2025, ver Sección 4.3 Informe Anual del Comité de Directores.

4.2.3.2

COMITÉ DE AUDITORÍA Y RIESGOS

La Compañía cuenta con un **Comité de Auditoría y Riesgos** integrado por directores, cuya principal tarea es monitorear el proceso de gestión de riesgos y el estado del control interno. Se reúne regularmente con el área de Contraloría y con los encargados de la gestión de riesgos de la Compañía, para revisar el adecuado funcionamiento del proceso de gestión de riesgos, para revisar los controles y el seguimiento a los planes de acción comprometidos por la Administración, revisar la actualización de matrices de riesgos así como las principales fuentes de riesgos y metodologías para la oportuna detección de nuevos riesgos, contribuyendo a determinar la probabilidad e impacto de ocurrencia de aquellos más relevantes, manteniendo debida y oportunamente informado al Directorio de estas materias.

El Comité de Auditoría y Riesgos también revisa y monitorea la gestión de riesgos normativas relacionadas a los programas de cumplimiento de Prevención de Delitos, Prevención de Infracciones al Consumidor, y Protección de Datos Personales. Y a partir de la disolución del Comité de Cumplimiento aprobada en Junta Extraordinaria de Accionistas de SMU del 18 de diciembre de 2025, se incluye entre sus competencias el programa de cumplimiento de Libre Competencia, a contar del día 1 de enero de 2026. Además, tiene un rol relevante en verificar la integridad de la información corporativa y los estados financieros, a través de una adecuada supervisión de dichos procesos, manteniendo debida y oportunamente informado al Comité de Directores y al Directorio sobre estas materias. Adicionalmente, vela por la independencia de la función de Contraloría con la Administración.

Este Comité sesiona de manera ordinaria de forma mensual y extraordinariamente cada vez que se requiera, y rinde cuenta al Directorio de cada una de sus sesiones, sometiendo a su aprobación las materias que éste debe aprobar.

En relación a la gestión del Comité durante este año 2025, destacan las revisiones a los siguientes temas: (i) Presentación de Unidata sobre Protección de Datos Privados, (ii) Presentación Gerencia Corporativa TI sobre seguimientos a Planes y Acuerdos de Auditoría, (iii) Reportes trimestrales Canal de denuncias y consultas, (iv) Presentación sobre Gestión de Prevención de Riesgos, (v) Presentación sobre programa de seguros de SMU, (vi) Propuesta de modificación del Plan de Auditoría 2025, (vii) Presentación sobre cuidados de las mercaderías, (viii) Propuesta Plan de Auditoría 2026, (ix) Propuesta Presupuesto Contraloría 2026, (x) Seguimiento Carta Control Interno EY 2024, (xi) Presentación sobre gestión de Gobierno y Cumplimiento en materias de TI y (xii) Presentación sobre Gestión del riesgo TI.

Los integrantes del Comité de Auditoría y Riesgos vigentes al 31 de diciembre de 2025 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 25 de abril de 2024.

Comité de Auditoría y Riesgos: Integrantes y Remuneraciones 2025 y 2024

Nombre	Cargo	2024 (M\$)	2024 (M\$)
Pilar Dañobeitía Estades	Presidenta	35.195	33.719
Andrés Olivos Bambach	Director Titular	25.827	24.739
Alejandro Álvarez Aravena	Director Titular	25.827	16.619
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer *	Directora Titular	-	8.117

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Tina Rosenfeld Kreisselmeyer fue directora de SMU S.A. hasta la junta de accionistas de fecha 25 de abril de 2024, dejando de ser miembro del Comité de Auditoría y Riesgos. En la misma fecha el director Alejandro Álvarez fue nombrado miembro del Comité de Auditoría y Riesgos por primera vez.

El Comité de Auditoría y Riesgos no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2025.

4.2.3.3 COMITÉ DE INVERSIONES

El principal objetivo del Comité de Inversiones es evaluar, analizar y aprobar los principales proyectos de inversión de la Compañía. Asimismo, revisa modificaciones significativas en el monto y/o alcance de los proyectos previamente aprobados; revisa el presupuesto anual de inversiones y lo aprueba antes de someterlo al Directorio para su aprobación; y revisa los seguimientos de proyectos post-inversión para entender y evaluar los impactos en la Compañía.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias. Las primeras se celebran mensualmente y las segundas cuando las cite especialmente el Presidente del Comité o el Gerente General de la Sociedad, o el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas de la Sociedad por sí, o a indicación de uno o más de sus miembros, sin que el Presidente o el Gerente General o el Gerente Corporativo de Administración y Finanzas estén facultados para calificar previamente la necesidad de la reunión. El Comité de Inversiones se reúne para revisar proyectos de inversión dentro de los parámetros establecidos por la Compañía. Las decisiones adoptadas en cada sesión son llevadas al Directorio del mes respectivo, para efectos de su aprobación definitiva.

Durante el año se revisaron y aprobaron principalmente proyectos que tienen que ver con apertura de nuevos locales, remodelaciones y reconversiones de locales, proyectos tecnológicos, desarrollo y automatización de la red logística, inversiones en e-commerce, y mejoras de productividad, entre otros.

Los integrantes del Comité de Inversiones vigentes al 31 de diciembre de 2025 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 25 de abril de 2024

MEMORIA INTEGRADA 2025

Comité de Inversiones: Integrantes y Remuneraciones 2025 y 2024

Nombre	Cargo	2025 (M\$)	2024 (M\$)
Abel Bouchon Silva	Presidente	29.346	30.952
Pilar Dañobeitía Estades	Directora Titular	21.518	22.709
Alejandro Danús Chirighin*	Director Titular	21.514	16.609
Andrés Olivos Bambach	Director Titular	21.536	19.230
Francisca Saieh Guzmán	Directora Titular	21.520	16.613
Rodrigo Pérez Mackenna*	Director Titular	-	6.113

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Rodrigo Pérez Mackenna fue director de SMU S.A. hasta la junta de accionistas de fecha 25 de abril de 2024, dejando de ser miembro del Comité de Inversiones y siendo nombrados por primera vez, en la misma fecha, los directores Francisca Saieh Guzmán y Alejandro Danús Chirighin.

El Comité de Inversiones no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2025.

4.2.3.4

COMITÉ DE PERSONAS Y SOSTENIBILIDAD

Dentro de los objetivos del Comité de Personas y Sostenibilidad están los de asesorar a la Administración en temas como: (i) el análisis de barreras organizacionales, sociales o culturales detectadas que pudieren estar inhibiendo la natural diversidad que se habría dado de no existir esas barreras; (ii) diferentes aspectos laborales tales como la relación con políticas y procedimientos dirigidos a los colaboradores, compensaciones, cultura, liderazgo, incentivos y beneficios, seguridad ocupacional, diversidad e inclusión, entre otros; y (iii) en asuntos y lineamientos relativos a mejores prácticas en materia de sostenibilidad alineados a la estrategia de negocios, al plan estratégico de la Empresa y al cumplimiento de los objetivos de la misma, tales como sociales, medio ambientales y de cambio climático.

El Comité sesiona a lo menos una vez al trimestre en forma ordinaria. El Comité podrá sesionar en forma extraordinaria, cuando así lo estime conveniente el Presidente del Comité y/o el Gerente General, reportando al Directorio después de cada sesión.

Durante el año 2025, la gestión del Comité estuvo enfocado en (i) materias de compensación, considerando el análisis de rentas e incentivos variables y el estudio de competitividad del mercado, programas de diversidad e inclusión, reformas laborales y la forma en que se han abordado en la empresa y su implicancia, así como futuros proyectos legales con los impactos en el negocio, y (ii) seguimiento del Plan de Trabajo 2025 de

sostenibilidad, considerando las iniciativas estratégicas de “Creación de Valor Compartido” y de “Cuidado del Medio Ambiente” del eje “Organización Comprometida y Sostenible” y la revisión anual de los resultados de la evaluación del Cuestionario CSA (Corporate Sustainability Assessment) para el Dow Jones Sustainability Index.

Los integrantes del Comité de Personas y Sostenibilidad vigentes al 31 de diciembre de 2025 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 25 de abril de 2024.

Comité de Personas y Sostenibilidad: Integrantes y Remuneraciones 2025 y 2024

Nombre	Cargo	2025 (M\$)	2024 (M\$)
Fernando Del Solar Concha	Presidente	17.634	11.356
Pilar Dañobeitia Estados	Directora Titular	12.923	8.322
Francisca Saieh Guzmán	Directora Titular	12.931	8.326
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer*	Presidenta	-	2.766

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Tina Rosenfeld Kreisselmeyer fue directora de SMU S.A. hasta la junta de accionistas de fecha 25 de abril de 2024, dejando de ser presidenta del Comité de Sostenibilidad, el que además fue fusionado con el Comité de Personas.

El Comité de Personas y Sostenibilidad no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2025.

4.2.3.5 COMITÉ DE CUMPLIMIENTO

El Comité de Cumplimiento funcionó por 5 años hasta el 31 de diciembre de 2025, siendo disuelto a partir de esa fecha, por la Junta Extraordinaria de Accionistas del 18 de diciembre de 2025. Acordando la Junta de Accionistas entregar las materias propias de cumplimiento de libre competencia al Comité de Auditoría y Riesgos de la Compañía.

Las facultades y deberes del Comité de Cumplimiento eran las siguientes: (i) Proponer al Directorio el nombramiento y remoción de la Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia; (ii) velar por el buen cumplimiento de los deberes de la Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia; y (iii) monitorear y hacer seguimiento periódico al plan de cumplimiento de libre competencia, y evaluar y proponer mejoras.

En relación a la gestión del Comité durante este año 2025, destaca la revisión de los siguientes temas: (i) Plan del Programa de Cumplimiento Libre Competencia 2025, su avance y monitoreo, (ii) Resultado de los Monitoreos semestrales incluidos en el Programa, (iii) Estado de avances Cumplimiento de la Sentencia N 167/2019 del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, incluido el estatus de las auditorías ordenadas por el fallo, y el reporte a la Fiscalía Nacional Económica de su cumplimiento, (iv) Revisión y seguimiento a la actualización de la Matriz de Riesgos de Libre Competencia, (v) Revisión y seguimiento al sistema de alertas DLP (*Data Loss Prevention*), (vi) Capacitación sobre casos de Interlocking en el mercado chileno y (vii) Seguimiento al presupuesto de gastos del comité del año 2025.

Los integrantes del Comité de Cumplimiento vigentes al 31 de diciembre de 2025 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU celebrada el día 25 de abril de 2024.

Comité de Cumplimiento: Integrantes y Remuneraciones 2025 y 2024

Nombre	Cargo	2025 (M\$)	2024 (M\$)
Pilar Dañobeitía Estades	Presidenta	14.660	14.055
Andrés Olivos Bambach	Director Titular	10.757	10.309
Enrique Gundermann Wylie *	Director Titular	10.759	6.237
Tina Rosenfeld Kreisselmeyer*	Directora Titular	-	4.069

* Independiente de acuerdo a la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas. Tina Rosenfeld Kreisselmeyer fue directora de SMU S.A. hasta la junta de accionistas de fecha 25 de abril de 2024, dejando de ser miembro del Comité de Cumplimiento y siendo nombrado en la misma fecha, por primera vez, el director Enrique Gundermann Wylie.

El Comité de Cumplimiento no incurrió en gastos de asesoría durante el año 2025.

4.2.3.6

COMITÉ DE ESTRATEGIA

El principal objetivo del Comité de Estrategia es generar una instancia consultiva formal, de asesoría y coordinación entre la presidencia y la vicepresidencia del Directorio y la Administración de la Compañía, principalmente para la evaluación de los proyectos estratégicos más relevantes, incluyendo proyectos inmobiliarios y la compra o venta de activos importantes, y para revisar, analizar y sugerir su plan estratégico trienal.

Las sesiones del Comité son ordinarias y extraordinarias. Las primeras se celebran semanalmente y no requieren de citación especial. Las segundas se celebran cuando las cite especialmente el Gerente General de la Sociedad, o la Presidenta del Directorio de la Sociedad.

Durante el año 2025 el Comité de Estrategia brindó apoyo a la Administración en temas: (i) Inmobiliarios, (ii) Marcas propias, (iii) Ecommerce, (iv) Eficiencia operacional y (v) Plan estratégico.

Los integrantes del Comité de Estrategia vigentes al 31 de diciembre de 2025 fueron designados en Sesión Extraordinaria del Directorio de SMU S.A. celebrada el 25 de abril de 2024. Además de las dos directoras, el Comité está integrado por el Gerente General de la Compañía y por un miembro externo asesor cuya asesoría fue renovada por acuerdo del Directorio por tres años a contar del 1 de mayo de 2023.

Comité de Estrategia: Integrantes y Remuneraciones 2025 y 2024

Nombre	Cargo	2025 (M\$)	2024 (M\$)
Pilar Dañobeitía Estades	Presidenta	32.316	33.719
Francisca Saieh Guzmán	Directora Titular	23.701	24.737

El Comité de Estrategia incurrió en gastos de asesoría por UF 6.600 durante el año 2025.

4.3 INFORME ANUAL DEL COMITÉ DE DIRECTORES

Santiago, 30 de marzo de 2026

Señora
Pilar Dañobeitía Estades
Presidenta del Directorio
SMU S.A.
PRESENTE

Ref.: Informe de Gestión Anual Comité de Directores año 2025.

De mi consideración,

Por la presente y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley N°18.046 sobre Sociedades Anónimas (“LSA”), a continuación, informo a usted de la gestión anual del Comité de Directores (el “Comité”) de SMU S.A. (la “Sociedad”), correspondiente al año 2025.

CONFORMACIÓN COMITÉ DE DIRECTORES

En junta ordinaria de accionistas celebrada con fecha 25 de abril de 2024, don Alejandro Danús Chirighin y don Enrique Gundermann Wylie fueron designados como miembros del Directorio de SMU S.A. en calidad de directores independientes de conformidad con el artículo 50 bis de la Ley 18.046.

Tal como establece el Artículo 50 bis de la Ley sobre Sociedades Anónimas, así como las instrucciones impartidas por la autoridad de valores al respecto, el Comité de Directores debe estar integrado por tres miembros, la mayoría de los cuales deben ser independientes. Al haber dos directores independientes electos, el tercer miembro del Comité lo elige el Directorio.

Dando cumplimiento a lo anterior, el Directorio de SMU S.A., en sesión extraordinaria celebrada con fecha 25 de abril del año 2024 eligió como tercer miembro del Comité a don Alejandro Álvarez Aravena. Así el Comité de Directores quedó integrado por el suscrito, Alejandro Danús Chirighin, el señor Enrique Gundermann Wylie y el señor Alejandro Álvarez Aravena.

Le hago presente que, al momento de mi designación como miembro del Comité y presidente del mismo, y a esta fecha, quien suscribe reúne los requisitos necesarios para ser considerado como director independiente de la Sociedad, según lo dispuesto en la LSA.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR EL COMITÉ DE DIRECTORES

Durante el año 2025, el Comité de Directores de SMU S.A. sesionó en 22 oportunidades y, haciendo uso de sus facultades y cumpliendo con sus deberes legales, se abocó a lo siguiente:

- i. Examinar los estados financieros trimestrales (FECU) sometidos a consideración del Directorio en forma previa a su envío a la Comisión para el Mercado Financiero (“CMF”) y al mercado en general;
- ii. Revisar los informes de Auditoría Interna sobre los estados financieros trimestrales de la Sociedad;
- iii. Revisar la conclusión de la auditoría externa a SMU S.A. y filiales correspondiente a los estados financieros intermedios y al cierre del ejercicio;
- iv. Conocer y revisar la presentación de los estados financieros de SMU S.A. al 31 de diciembre de 2024, al 31 de marzo de 2025, al 30 de junio de 2025 y al 30 de septiembre de 2025;
- v. Revisar la carta de control interno correspondiente al ejercicio 2024 emitida por EY, así como el seguimiento de las observaciones formuladas;
- vi. Revisar propuestas y proponer al Directorio los auditores externos que realizarían la auditoría de los estados financieros de la Compañía para el año 2025, cuya contratación sería sometida a decisión de los accionistas en la junta ordinaria anual;
- vii. Revisar propuestas y proponer al Directorio las clasificadoras privadas de riesgo para el año 2025, cuya contratación sería sometida a decisión de los accionistas en la junta ordinaria anual;
- viii. Examinar los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes, ejecutivos principales y trabajadores de la Compañía, lo que incluyó, entre otros aspectos:
 - a. Revisión de los incentivos de corto plazo (ICP) para las filiales de SMU Chile, y SMU Perú;
 - b. Revisión y recomendación de ajustes al modelo de incentivos de corto plazo para determinadas gerencias;
 - c. Revisión y recomendación del incentivo de largo plazo (ILP) y bonos de unidad de negocio;
 - d. Revisión del estudio de las compensaciones encargado a la consultora especialista, Compensation Chile de la empresa Willis Tower Watson (WTW), para niveles de competitividad de mercado y equidad interna;
- ix. Revisar reportes periódicos sobre operaciones con partes relacionadas vigentes más relevantes y celebradas durante el ejercicio;
- x. Efectuar la revisión trimestral de eventuales conflictos de intereses de directores y ejecutivos principales, así como la revisión de propuestas de actualización de la Política de Conflictos de Intereses.
- xi. Revisar y efectuar seguimiento al cumplimiento de la Política de Operaciones Habituales con Partes Relacionadas de la Compañía;
- xii. Revisar la propuesta de informe anual del Comité de Directores para la Memoria Integrada 2024;
- xiii. Revisar y aprobar la propuesta de agenda del Comité de Directores para el año 2026;

MEMORIA INTEGRADA 2025

- xiv. Revisar presentación sobre normativa dictada y en consulta de la CMF, especialmente aquellas más relevantes para SMU S.A. y sus filiales;
- xv. Revisar la Política General de Elección de Directores en Sociedades Filiales de SMU S.A.;
- xvi. Revisar y proponer al Directorio la aprobación de contratos y operaciones con partes relacionadas, conforme al Título XVI de la LSA.
- xvii. Proponer al Directorio la contratación de EY para realizar la verificación de cinco contenidos ESG en la Memoria Integrada 2024;
- xviii. Revisar criterios para la tarifa de recaudaciones Unipay;
- xix. Revisar y proponer al Directorio la actualización y aprobación de lista de competidores, clientes y proveedores relevantes según lo estipulado en el Artículo 18 de la Ley N°18.045, Ley de Mercado de Valores.

OPERACIONES CON PERSONAS O ENTIDADES RELACIONADAS Y OTROS CONTRATOS

En relación a las operaciones con personas o entidades relacionadas, comunico a usted que, de conformidad con lo establecido en el Título XVI de la LSA, las siguientes operaciones realizadas durante el año 2025 fueron revisadas e informadas en su oportunidad al Directorio de SMU. El Comité, previo a proponer al Directorio su aprobación, revisó que la respectiva operación con personas relacionadas, sometida a su conocimiento tenga por objeto contribuir al interés social y se ajuste en precio, términos y condiciones a aquellas que prevalezcan en el mercado al tiempo de su aprobación. Para lo anterior, solicitó que, junto con la revisión de la operación con personas relacionadas, se presenten además otras alternativas o referentes similares presentes en el mercado y se expliquen los motivos del porqué se recomienda una alternativa por sobre las otras:

- i. *Operaciones de compra y revisión de potencial adjudicación en procesos de licitación entre filiales de SMU S.A. y New Trade Bunkar S.A., sociedad relacionada con el director Enrique Gundermann, para la compra de activos (carros, góndolas, racks, otros equipamientos para bodegas y salas de venta, check out, antecajas);*
- ii. *Contrato entre Mayorsa S.A., filial de SMU S.A., y Entel S.A., sociedad relacionada con el director Enrique Gundermann, para la ejecución del Proyecto de Migración de SAP ECC 6.0 a SAP S/4 para SMU Perú;*
- iii. *Contrato entre SMU S.A. y Entel S.A., sociedad relacionada con el director Enrique Gundermann, Contrato con Entel S.A. para la adquisición e implementación de un equipo balanceador de medios de pago, destinado a asegurar la continuidad operacional de los servicios de autorización de pagos electrónicos;*
- iv. *Inmobiliaria Catedral SpA, es una sociedad relacionada con la Gerente Corporativa de Inmobiliaria de SMU, Carolina Selume. Sociedad de Inversiones Araucana SpA cedió y transfirió a Inmobiliaria Catedral el contrato de arrendamiento con opción de compra por el local Portales (Super 10) que tenía suscrito con una filial de SMU S.A.*

En conclusión, puedo informar al Directorio que durante el ejercicio 2024, el Comité de Directores se ocupó cabalmente de las materias que precisa el artículo 50° bis de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas, analizando y contribuyendo al mejor desarrollo del accionar de los órganos de dirección de la Sociedad.

RECOMENDACIONES Y SOLICITUDES DEL COMITÉ DE DIRECTORES

Durante su gestión por el período correspondiente al año 2025, el Comité de Directores realizó, entre otras, las siguientes recomendaciones y solicitudes:

- i. Acordó recomendar al Directorio (a) incorporar determinadas modificaciones al modelo de incentivos de corto plazo, (b) aprobar el pago de los incentivos de corto plazo correspondientes al ejercicio anterior para las filiales de SMU Chile y SMU Perú, en los términos expuestos por la administración; (c) acordó recomendar ajustes al sistema de incentivos de largo plazo, incluyendo la definición de métricas financieras relevantes para dichos efectos y a los bonos asociados a determinadas unidades de negocio, conforme a lo revisado en conjunto con el Comité de Personas;
- ii. Acordó proponer al Directorio la priorización de las propuestas de auditores externos para la auditoría de los estados financieros de la Compañía, con el objeto de ser sugeridas a la junta ordinaria de accionistas, recomendando a EY como primera alternativa, y en segundo lugar a PriceWaterhouseCoopers;
- iii. Acordó proponer al Directorio que se mantuvieran las clasificadoras privadas de riesgo con las que opera la Sociedad, Feller-Rate e ICR, para ser sugeridas a la junta ordinaria de accionistas;
- iv. Acordó proponer al Directorio que los estados financieros de SMU S.A. al 31 de diciembre de 2024, al 31 de marzo de 2025, al 30 de junio de 2025 y al 30 de septiembre de 2025 fueran aprobados;
- v. Aprobó la propuesta de calendario y agenda de trabajo del Comité de Directores para el año 2026;
- vi. Acordó proponer al Directorio la aprobación del listado de competidores, clientes y proveedores relevantes a que se refiere el artículo 18 de la Ley N°18.045 de Mercado de Valores;
- vii. Declaró haber tomado conocimiento de la gestión trimestral de conflictos de intereses de directores y ejecutivos principales, así como del seguimiento efectuado al cumplimiento de la Política de Conflictos de Intereses de la Compañía y revisó la actualización de la Política de Conflictos de Intereses recomendando al directorio su aprobación;
- viii. Acordó proponer al Directorio la aprobación de la Política General de Elección de Directores en Sociedades Filiales de SMU S.A.;
- ix. En relación con operaciones con partes relacionadas, acordó proponer al Directorio la aprobación de diversas operaciones y contratos revisados durante el ejercicio, considerando que dichas operaciones contribuían al interés social y se ajustaban, en precio, términos y condiciones, a aquellas que prevalecen en el mercado, conforme a los antecedentes comparativos presentados;
- x. Acordó proponer al Directorio la contratación de EY para realizar la verificación independiente de cinco contenidos ESG incluidos en la Memoria Integrada 2024, considerando que dicha prestación era compatible con la independencia del auditor externo.

MEMORIA INTEGRADA 2025

GASTOS

En relación a los gastos del Comité de Directores, durante el año 2025 éste no hizo uso del presupuesto de gastos de funcionamiento aprobado por la Junta General Ordinaria de Accionistas de la Compañía, celebrada con fecha 24 de abril del año 2025, a excepción de lo relativo al pago de remuneraciones de los miembros de dicho Comité. Asimismo, el Comité no ha requerido la contratación de asesorías profesionales para el desarrollo de sus funciones durante el año 2025.

Sin otro particular, saluda atentamente a Ud.

Alejandro Danús Chirighin
Presidente
Comité de Directores
SMU S.A.

4.4 ADMINISTRACIÓN

4.4.1

EJECUTIVOS PRINCIPALES

Al 31 de diciembre de 2025, los ejecutivos principales de SMU incluyen al gerente general y los gerentes corporativos que le reportan directamente, además del gerente corporativo de contraloría, quien reporta al Directorio.

Ejecutivos Principales

Nombre	Cargo	RUT	Profesión	Fecha Designación	% Participación Acciones SMU*
Marcelo Gálvez Saldías	Gerente General	9.544.470-9	Ingeniero Comercial	08-05-2013	0,03%
Arturo Silva Ortiz	Gerente Corporativo de Administración y Finanzas	10.328.312-4	Ingeniero Comercial	05-12-2013	0,01%
Luisa Astorino Morales	Gerente Corporativa de Clientes y Marketing	22.780.768-7	Ingeniera Comercial	01-02-2022	0%
Juan David Quijano	Gerente Corporativo de Contraloría	8.668.650-3	Contador Auditor	25-11-2019	0%
Carolina Selume Aguirre	Gerente Corporativa de Desarrollo Inmobiliario	13.242.147-1	Arquitecta	05-11-2019	0,5%
Javier Fernández Fernández	Gerente Corporativo de eCommerce	15.378.068-4	Ingeniero Comercial	12-04-2021	0%
Gustavo Persson Donoso	Gerente Corporativo de Estrategia y Desarrollo	13.036.147-1	Ingeniero Civil Industrial	08-03-2021	0%
Claudia González Montt	Gerente Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos	10.407.827-3	Abogada	15-06-2020	0%

MEMORIA INTEGRADA 2025

Nombre	Cargo	RUT	Profesión	Fecha Designación	% Participación Acciones SMU*
Gastón Gacitúa Rocha	Gerente Corporativo de Marcas Propias y Nuevos Negocios	14.391.389-9	Ingeniero Civil Industrial	01-12-2024	0%
Jorge Sáez Correa	Gerente Corporativo de Operaciones y Ventas	10.034.176-K	Ingeniero Comercial	01-06-2024	0%
Paula Coronel Kurte	Gerente Corporativa de Personas y Sostenibilidad	12.162.559-8	Egresada de Derecho	03-07-2017	0%
Patricio Llosa Bellido	Gerente General SMU Perú	DNI 06451167	Ingeniero Comercial	02-02-2011	0%
Fernando Faella Lopez	Gerente Corporativo de Tecnología y Digital	14.749.198-0	Ingeniero Civil Industrial	01-10-2024	0%
Inguer Pérez-Borroto	Gerente General de Unicard	14.652.655-1	Matemática	01-09-2021	0%

* Incluye participaciones directas e indirectas.

4.4.2 REMUNERACIONES Y COMPENSACIONES

En SMU, la compensación de los principales ejecutivos está diseñada para garantizar una alineación directa entre los incentivos individuales y los resultados estratégicos de la Compañía. La estructura equilibra la competitividad de mercado con la responsabilidad por el desempeño, dividiéndose en tres pilares fundamentales:

- **Remuneración Fija Mensual:** Garantiza la estabilidad y competitividad de mercado del talento clave para la Compañía.
- **Incentivo de Corto Plazo (Anual):** Basado en el cumplimiento de objetivos específicos definidos por el Directorio, comunicados al inicio de cada ciclo para asegurar total transparencia y enfoque en los resultados.
- **Incentivo de Largo Plazo (Trienal):** Diseñado para fomentar la retención y la creación de valor sostenido. Este componente evalúa el desempeño financiero (EBITDA y rentabilidad sobre patrimonio) y el valor generado para el accionista, comparando la apreciación bursátil de SMU frente al IPSA.

Componentes Remuneración Variable Ejecutivos Principales

	Incentivo Corto Plazo (Anual)	Incentivo Largo Plazo (Trienal)
Categoría de Indicadores Aplicables	Financieros	Financieros
	Clientes	Bursátiles
	Proyectos plan estratégico	

Ambos tipos de remuneración variable pueden contener diferentes categorías de indicadores asociados. Por ejemplo, indicadores financieros puede incluir KPIs de ventas, EBITDA o brecha total, mientras que los indicadores asociados a los proyectos del plan estratégico tienen que ver con el cumplimiento y desarrollo de determinadas iniciativas.

A continuación, se proporcionan ejemplos de algunos proyectos estratégicos considerados en el incentivo de corto plazo para el año 2025, los cuales en general estuvieron vinculados directamente a hitos de crecimiento y sostenibilidad.

Ejemplos Proyectos Estratégicos Considerados en Incentivo Corto Plazo 2025

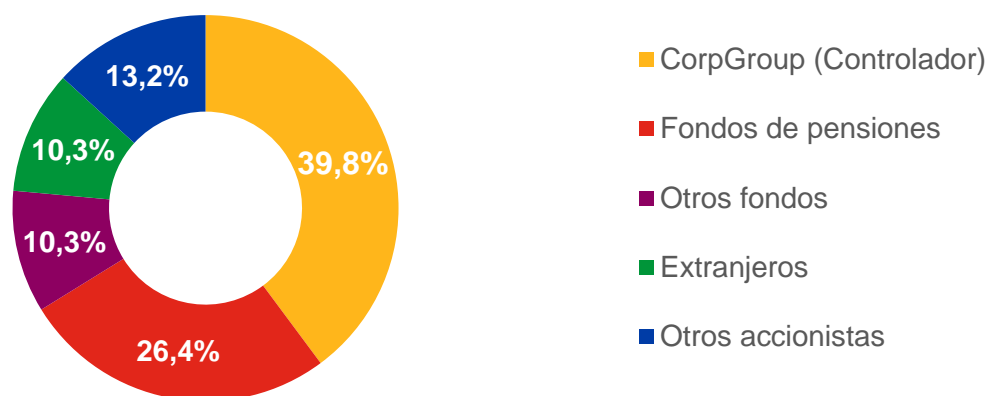
Cargo	Tipo Incentivo	KPI
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Cumplimiento plan de nuevas aperturas y remodelaciones.
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Desarrollo y consolidación de programa de marcas propias.
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	No desperdicio de alimentos: aumentar productos donados y valorizados como porcentaje de la merma
Gerente general; ejecutivos principales; gerentes	Monetario	Gestión de energía, para optimizar eficiencia de consumos y costos.

Durante los años terminados el 31 de diciembre de 2025 y 2024, las remuneraciones percibidas por los principales ejecutivos del Grupo SMU ascienden a M\$5.516.767.425 (remuneración fija M\$3.980.354.725 y remuneración variable M\$1.536.412.699) y M\$14.741.636 (remuneración fija M\$4.524.561 y remuneración variable M\$10.217.075), distribuidos en 14 ejecutivos para ambos períodos. El plan de compensación no considera pagos basados en opciones sobre acciones de la Compañía. Por otra parte, SMU mantiene un seguro complementario de salud, vida y dental para los ejecutivos principales y sus respectivos grupos familiares.

4.5 ESTRUCTURA ACCIONARIA

Al 31 de diciembre de 2025, la propiedad de SMU está compuesta por 5.763.205.697 acciones suscritas y pagadas, de una única serie, y 143 accionistas, cuya distribución por tipo de accionista es como sigue:

Estructura Accionaria SMU S.A.



Acciones SMU S.A.

Serie	N° de Acciones Autorizadas	N° de Acciones Suscritas	N° de Acciones Pagadas	N° de Acciones con Derecho a Voto
Única	5.763.205.697	5.763.205.697	5.763.205.697	5.763.205.697

Durante el año 2025, el accionista controlador redujo su porcentaje de participación de un 45,2% a un 39,8%, manteniendo el control de la Sociedad. Adicionalmente, el accionista mayoritario Southern Cross Group vendió su participación de 11,25% en las acciones de SMU con fecha 30 de mayo de 2025. Por otra parte, los fondos de pensiones aumentaron su participación desde aproximadamente un 14,8% hasta un 26,4%.

Con fecha 21 de abril de 2022, se celebró la Junta Extraordinaria de Accionistas de SMU S.A. en la que se aprobó el programa de recompra o adquisición de acciones de propia emisión, de acuerdo con lo establecido en los artículos 27 A al 27 C de la Ley sobre Sociedades Anónimas. El programa considera 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. El plazo de duración del programa es de cinco años contados desde la fecha de la Junta. La Compañía realizó compras de 9.371.159 acciones propias durante el año 2022. No hubo cambios durante el año 2023. Con fecha 15 de julio de 2024, mediante escritura pública

y según lo estipulado en la ley, se llevó a cabo la disminución de capital correspondiente a las 9.371.159 acciones propias que se mantenían en cartera, las cuales cumplieron el plazo establecido en la ley desde su adquisición. No hubo cambios durante el año 2025.

4.5.1

SITUACIÓN DE CONTROL

Al 31 de diciembre de 2025, la familia Saieh Guzmán compuesta por don Álvaro Saieh Bendeck, su cónyuge e hijos (en adelante, la “Familia Saieh Guzmán” y/o el “Grupo Controlador”), controlan el 39,81% de las acciones de SMU S.A., a través de las sociedades Inversiones SAMS SpA, Inversiones SMU Matriz Limitada, Fondo de Inversión Privado Epsilon, CorpGroup Holding Inversiones Limitada, y Retail Holding II SpA. A través de dichas sociedades, la Familia Saieh Guzmán indirectamente posee una participación de 34,95% de las acciones de SMU S.A. La Familia Saieh Guzmán controla el 100% de la sociedad CorpGroup Holding Inversiones Limitada, y ésta, a su vez, controla directa e indirectamente a las sociedades antes mencionadas que son accionistas directos de SMU S.A. Los miembros del Grupo Controlador tienen un acuerdo de actuación conjunta que no se encuentra formalizado. SMU no tiene accionistas mayoritarios distintos del controlador.⁴

Identificación del Grupo Controlador

Accionista	RUT	Porcentaje de Participación
Álvaro José Saieh Bendeck	5.911.895-1	0,020%
Jorge Andrés Saieh Guzmán	8.311.093-7	11,643%
María Catalina Saieh Guzmán	15.385.612-5	11,643%
María Francisca Saieh Guzmán	13.829.073-5	11,643%
Total Grupo Controlador		34,949%

⁴ De acuerdo a lo requerido por la Norma de Carácter General N°30 de la Comisión para el Mercado Financiero, se deja constancia de que no existen comentarios o proposiciones efectuadas por accionistas que representen el 10% o más de las acciones con derecho a voto y que cumplan con lo prescrito en el inciso tercero del artículo 74 de la Ley N°18.046.

4.5.2

POLÍTICA DE DIVIDENDOS

A diciembre de 2025, se mantiene como política de dividendos que, en la medida que la situación de los negocios sociales así lo permita y siempre teniendo en consideración los proyectos y planes de desarrollo de la Sociedad, se contemplará distribuir como dividendo a los accionistas hasta el 75% de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Sujeto a la aprobación del Directorio y, en su caso, de la Junta de Accionistas, se procurará que la referida distribución de utilidades de cada ejercicio se lleve a cabo mediante el reparto de tres dividendos provisorios, sobre la base de los resultados de los estados financieros del primer, segundo y tercer trimestre, más el dividendo definitivo a repartir en la Junta Ordinaria de cada año.

4.5.3

DISTRIBUCIÓN DE DIVIDENDOS

Durante los últimos tres años, la Compañía ha repartido los siguientes dividendos:

Dividendos Pagados

Dividendo	Tipo	Fecha	Dividendo por Acción (\$)	Dividendo Total (\$)	Correspondiente al Ejercicio
N°12	Definitivo	28-04-2023	4,06695	23.438.669.409	2022
N°13	Provisorio	05-06-2023	2,89043	16.658.142.643	2023
N°14	Provisorio	07-09-2023	2,44451	14.088.213.958	2023
N°15	Provisorio	05-12-2023	1,46218	8.426.844.106	2023
N°16	Definitivo	08-05-2024	4,75686	27.414.762.652	2023
N°17	Provisorio	05-06-2024	2,48724	14.334.475.738	2024
N°18	Provisorio	05-09-2024	0,86011	4.956.990.852	2024
N°19	Provisorio	04-12-2024	0,97184	5.600.913.825	2024
N°20	Definitivo	07-05-2025	2,02487	11.669.742.320	2024
N°21	Provisorio	04-06-2025	0,54785	3.157.372.241	2025
N°22	Provisorio	04-09-2025	1,94579	11.213.988.013	2025
N°23	Provisorio	02-12-2025	4,24417	24.460.024.723	2025

4.5.4

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA: TRANSACCIONES EN BOLSAS

Las acciones de SMU S.A. se cotizan en la Bolsa de Comercio de Santiago y en la Bolsa Electrónica de Chile, bajo el código nemotécnico SMU. A continuación se presenta un resumen de las transacciones durante el año 2025:

Transacciones en Bolsas

Período	Precio Promedio (\$)	N° Acciones Transadas	Volumen Transado (\$)	Presencia Bursátil (% al cierre período)
Trimestre I	174,3	507.691.423	88.500.685.500	99,44
Trimestre II	177,1	646.176.915	114.406.469.880	99,44
Trimestre III	161,5	833.282.535	134.598.140.200	100,00
Trimestre IV	153,1	745.688.740	114.139.274.000	100,00
Año 2025	165,3	2.732.839.613	451.644.569.580	100,00

4.5.5

OTROS VALORES

Además de las acciones que transan en la Bolsa de Comercio de Santiago y la Bolsa Electrónica, al 31 de diciembre de 2025, SMU cuenta con los valores de renta fija que se describen a continuación.

Con fecha 26 de mayo de 2011, fue inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros bajo el registro N°667, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 7.000.000 y bajo el registro N°668 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 30 años por UF 7.000.000. No obstante lo anterior, el Emisor sólo podrá colocar bonos por un valor nominal total que no exceda de UF 7.000.000, considerando el total de los bonos que se emitan con cargo a las líneas 667 y 668.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dichas líneas, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2025 y 31 de diciembre de 2024:

- Con fecha 09 de junio de 2011 se colocaron bonos por UF 3.000.000 con cargo a la línea N°668, serie BCSMU-B, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,80%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 01 de diciembre de 2021 hasta el 01 de junio de 2032.

Producto de la fusión por incorporación de Supermercados del Sur S.A., en septiembre de 2011, SMU adquirió las obligaciones con terceros de dicha sociedad. Esto incluye las series de bonos con cargo a las líneas inscritas por Supermercados del Sur S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Con fecha 20 de diciembre de 2010, fue inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros bajo el registro N°649, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 5.500.000 y bajo el registro N°650 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 30 años por UF 5.500.000. No obstante lo anterior, el Emisor sólo podrá colocar bonos, en su primera emisión, por un valor nominal total que no exceda de UF 5.500.000, considerando el total de los bonos que se emitan con cargo a las líneas 649 y 650.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dichas líneas, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2025 y 31 de diciembre de 2024:

- Con fecha 20 de enero de 2011, se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°650, serie BSDSU-D, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,70%, y amortización de capital al vencimiento el 10 de noviembre de 2028.
- Con fecha 05 de abril de 2018, se colocaron bonos por UF 2.500.000 con cargo a la línea N°650, serie BCSMU-T, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,00%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 15 de septiembre de 2022 hasta el 15 de marzo de 2025. Al 31 de diciembre de 2025 de 2025 esta serie se encuentra pagada.
- Con fecha 14 de junio de 2018, se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°650, serie BCSMU-T, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,00%, y amortizaciones de capital semestrales a partir del 15 de septiembre de 2022 hasta el 15 de marzo de 2025. Al 31 de diciembre de 2025 esta serie se encuentra pagada.
- Con fecha 20 de junio de 2019, se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°650, serie BCSMU-W, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 2,50%, y amortización de capital al vencimiento el 01 de junio de 2040.
- Con fecha 19 de junio de 2020, se colocaron bonos por UF 3.000.000 con cargo a la línea N°649, serie BCSMU-AK, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,00%, y amortización de capital al vencimiento el 30 de abril de 2025. Al 31 de diciembre de 2025 esta serie se encuentra pagada.

Con fecha 13 de septiembre de 2019, fue inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero bajo el registro N°964, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 3.000.000 y bajo el registro N°965 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 30 años por UF 3.000.000. No obstante lo anterior, el Emisor sólo podrá colocar bonos por un valor nominal total que no exceda de UF 3.000.000, considerando el total de los bonos que se emitan con cargo a las líneas 964 y 965.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dichas líneas, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2025 y 31 de diciembre de 2024:

- Con fecha 14 de septiembre de 2023 se colocaron bonos por UF 1.500.000 con cargo a la línea N°964, serie BCSMU-AP, que devengará intereses en forma semestral a una

tasa fija anual de 4,50%, y amortización del capital al vencimiento el 01 de septiembre de 2033.

Con fecha 07 de marzo de 2022, fue inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero bajo el registro N°1.098, una línea de bonos con plazo de vencimiento a 5 años por UF 2.000.000.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dicha línea, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2025 y 31 de diciembre de 2024:

- Con fecha 15 de marzo de 2022 se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°1.098 serie BCSMU-AO, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 6,30% y amortización de capital al vencimiento el 01 de marzo de 2027.
- Con fecha 21 de noviembre de 2024 se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°1.098 serie BCSMU-AW, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 3,60% y amortización de capital al vencimiento el 01 de noviembre de 2031.

Con fecha 29 de febrero de 2024, fue inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero bajo el registro N°1.171 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 3.000.000.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dicha línea, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2025 y 31 de diciembre de 2024:

- Con fecha 21 de marzo de 2024 se colocaron bonos por UF 1.000.000 con cargo a la línea N°1.171 serie BCSMU-AR, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,20% y amortización de capital al vencimiento el 28 de febrero de 2034.
- Con fecha 04 de abril de 2024 se colocaron bonos por UF 1.500.000 con cargo a la línea N°1.171 serie BCSMU-AQ, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,20% y amortización de capital al vencimiento el 15 de marzo de 2029.

Con fecha 21 de junio de 2024, fue inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero bajo el registro N°1.179 una línea de bonos con plazo de vencimiento a 10 años por UF 3.000.000.

A continuación, se detallan los bonos que se han cargado a dicha línea, y que mantienen saldo vigente al 31 de diciembre de 2025 y 31 de diciembre de 2024:

- Con fecha 10 de julio de 2024 se colocaron bonos por UF 2.000.000 con cargo a la línea N°1.179 serie BCSMU-AS, que devengará intereses en forma semestral a una tasa fija anual de 4,40% y amortización de capital al vencimiento el 30 de mayo de 2030.

4.6 GESTIÓN DE RIESGOS

La gestión de riesgos en SMU constituye una base esencial para asegurar la sostenibilidad del negocio, proteger la continuidad operacional y fortalecer la toma de decisiones basada en información oportuna. Para ello la Compañía cuenta con un modelo sistemático de gestión de riesgos le permite identificar y evaluar riesgos de diversas naturalezas—incluyendo riesgos operacionales, financieros, sociales (incluyendo laborales y de derechos humanos), ambientales (incluyendo de cambio climático) y legales—y con diversos horizontes de tiempo, incluyendo riesgos con probabilidad de ocurrencia en la actualidad y riesgos emergentes que pueden tener un mayor impacto en el futuro. De esta forma, y en paralelo con la identificación de las oportunidades estratégicas, la Compañía puede adaptar su estrategia de corto, mediano y largo plazo, mejorando la efectividad de sus iniciativas y mitigando potenciales riesgos que pueden afectar el cumplimiento de sus objetivos.

4.6.1

GOBERNANZA DE RIESGOS

SMU cuenta con una Política de Gestión de Riesgos, en base a la norma ISO 31.000, y una Política de Control Interno, en base a COSO (*Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*). Asimismo, aplica otras mejores prácticas, como las recomendaciones del TCFD (*Task Force on Climate-Related Financial Disclosures*) para los riesgos de cambio climático.

El Directorio de SMU tiene como principal función en esta materia velar por un adecuado funcionamiento de la gestión de riesgos, ejerciendo la supervisión a través del Comité de Auditoría y Riesgos conformado por directores. Para más información, ver sección 4.2.3.2 Comité de Auditoría y Riesgos.

El Comité de Auditoría y Riesgos ejerce su rol de supervisión a través del Comité de Cumplimiento y Riesgos, en que participa la Administración y que se reúne en forma bimestral y supervisa el modelo de gestión de riesgos y el estado del control interno de la Compañía, reportando al Comité de Auditoría y Riesgos al menos trimestralmente.

El Comité de Cumplimiento y Riesgos busca asegurar y mejorar la calidad, la eficacia del diseño, la implementación y los resultados del proceso de gestión de riesgos. Este trabajo se realiza en conjunto con todas las gerencias de SMU, las cuales realizan un relevamiento y/o actualización, al menos anualmente, de los principales riesgos a los que está expuesta la Compañía, con el fin de analizarlos y valorarlos en términos de su probabilidad de ocurrencia y potencial impacto, para luego establecer las correspondientes medidas para abordar cada riesgo según sea necesario.

La Gerencia de Control Interno y Riesgos está encargada de acompañar metodológicamente a quienes gestionan riesgos dentro de la Compañía, utilizando como base el modelo definido y aprobado en las distintas instancias responsables, abordando las mejores prácticas en la detección, cuantificación, monitoreo y comunicación de riesgos.

Tal como define la Política de Gestión de Riesgos, el equipo de auditoría interna, que reporta directamente al Directorio, evalúa el modelo de gestión de riesgos de manera periódica e independiente, proponiendo cambios cuando lo estime necesario. Asimismo, el equipo de auditoría interna, en base a un plan anual de auditoría aprobado por el Directorio, realiza auditorías a los principales procesos y situaciones que se perciben como riesgosas. Este equipo además revisa la eficacia de los mecanismos de control y riesgos asociados al proceso de evaluación de riesgos de la Compañía.

La comunicación y la capacitación forman parte central de la gestión de riesgos en SMU. Las políticas y procedimientos de la Compañía están disponibles para todos los colaboradores en una plataforma interna, y se difunden a través de correos electrónicos, exhibición en pantallas y otros medios, de acuerdo con cada caso.

La gestión de riesgos es una consideración importante al momento de definir el programa de capacitación, el que aborda, entre otras materias, los principales riesgos de negocio de SMU, tales como delitos económicos, libre competencia, protección a consumidores, protección de datos y seguridad de la información, permitiendo reforzar el conocimiento y cumplimiento de las políticas y procedimientos de la Compañía.

4.6.2

MODELO DE GESTIÓN DEL RIESGO DE SMU

La Compañía funciona bajo el modelo de las tres líneas de defensa propuesto por el Instituto de Auditores Internos, para mejorar la comprensión de la gestión de riesgos y control. Cada una de las tres líneas tiene una función distinta dentro del marco general de gobierno de la organización:

- **Primera línea de defensa:** Está compuesta por los dueños y administradores de riesgos, quienes lo confrontan y gestionan aplicando las medidas de control, durante las actividades del día a día. Dicho grupo se conforma por personas y equipos en roles operacionales (por ejemplo, la Gerencia de Operaciones y Ventas) y por personas responsables de ejecutar tareas administrativas o de back-office (por ejemplo, la Gerencia Corporativa de Personas y Sostenibilidad).
- **Segunda línea de defensa:** Quienes supervisan y apoyan que los controles y procesos de gestión de riesgo implementados por la primera línea de defensa estén diseñados correctamente y funcionando de la forma esperada (ej. área de calidad) y de esta forma aportando en la mejora de la gestión del riesgo en la Compañía.
- **Tercera línea de defensa:** Quienes proporcionan aseguramiento independiente en relación con la eficacia de la gestión del riesgo y del control (área de auditoría interna).

Bajo este modelo, la función de **auditoría externa** complementa las tres líneas de defensa, realizando una evaluación del ambiente de control interno para diseñar su plan de auditoría y levantando potenciales deficiencias y debilidades. El modelo contempla, además, el rol de

entidades supervisoras, tales como la Dirección del Trabajo y la Comisión para el Mercado Financiero, entre otras, quienes supervisan y fiscalizan a la Compañía.

Cuando cada una cumple con su rol asignado de forma eficaz, se aumenta la probabilidad que la organización tenga éxito en su tarea de alcanzar sus objetivos generales.

Modelo de Gestión del Riesgo de SMU



La etapa de identificación de riesgos se aborda principalmente utilizando las directrices de la norma internacional ISO 31.000, la que tiene por objetivo encontrar, reconocer y describir las incertidumbres que pueden ayudar o impedir el logro de los objetivos planteados por la Compañía. Adicionalmente, se tienen en consideración las mejores prácticas respecto a otros estándares de gestión. Por otra parte, los cambios en la regulación existente tienen un proceso de seguimiento permanente desde el momento en que están en su etapa inicial (proyecto de ley). Este considera un análisis respecto de los posibles impactos que implicaría su aprobación y una priorización según dichos resultados.

Para la identificación de riesgos, se aplican las técnicas más apropiadas según corresponda (reuniones con personal clave, encuestas, eventos materializados, contexto, etc.). La importancia de los riesgos se determina según criterios estandarizados y parametrizados en el software de gestión utilizado por la Compañía. Los criterios utilizados son las posibles consecuencias (impacto de la materialización de los riesgos en distintos ámbitos: financiero, legal, medio ambiente, personas y su calidad de vida, derechos humanos, salud y seguridad) y la probabilidad de ocurrencia. De esta forma se genera una matriz de riesgos inherentes.

Asimismo, el apetito de riesgo de la Compañía—es decir, la cantidad y tipo de riesgo que está dispuesta a aceptar para alcanzar sus objetivos, y que fue definido a través de un levantamiento que se llevó a cabo con directores y altos ejecutivos—se utiliza para la clasificación de los riesgos inherentes en los niveles bajo, medio, medio-alto y alto. Luego se

identifican los controles o medidas de mitigación existentes para cada riesgo. El resultado de este proceso es una matriz de riesgos residuales, la cual consolida todos los riesgos de la Compañía.

Para agilizar y desarrollar de mejor manera el proceso, SMU utiliza un software de gestión que facilita la disponibilidad de la información para la toma de decisiones y la iteración en el desarrollo de las distintas etapas del modelo. Los gestores de riesgo y quienes supervisan los resultados del proceso cuentan con acceso a la plataforma.

Mejora Continua

Durante el año 2025, la Compañía avanzó en la madurez de su modelo de gestión, ampliando su alcance hacia los riesgos estratégicos; actualizando su modelo de continuidad de negocio; e integrando de manera más profunda las funciones de las distintas líneas de defensa bajo un enfoque común basado en riesgo.

Se integraron las auditorías de procesos y cumplimiento al software de gestión de riesgos, fortaleciendo la trazabilidad del proceso y agilizando la actualización los riesgos, lo que incrementó significativamente la capacidad analítica para la toma de decisiones y facilitó una supervisión más oportuna por parte del Directorio. Asimismo, se avanzó en el diseño y actualización de su modelo de continuidad del negocio (BCM), integrando análisis de impacto (BIA), definición de procesos críticos y mecanismos de respuesta para asegurar la continuidad operacional ante contingencias. Por otra parte, la coordinación entre Control Interno, Auditoría y Compliance permitió integrar evaluaciones basadas en riesgo y asegurar coherencia entre matrices corporativas, planes de auditoría y programas normativos, reforzando la eficiencia del modelo integral de aseguramiento.

4.6.3

FACTORES DE RIESGO

A continuación se indica una breve descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía.

Riesgos de mercado

El principal riesgo de mercado al que está expuesta la industria del retail corresponde a los períodos de contracción de la economía y que están asociados a un menor consumo. Los ingresos de operaciones en Chile de SMU representaron el 98,7% y 98,8% respectivamente, de sus ingresos consolidados para los años terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024.

Por consiguiente, los resultados de operaciones y condición financiera de la Compañía dependen en gran medida del nivel de actividad económica en Chile. La economía chilena puede ser afectada por diversos factores, incluyendo entre otros las condiciones económicas y políticas en otros países de mercados emergentes y en América Latina, y las condiciones económicas y políticas en otros países a los que Chile exporta una gran cantidad de productos.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Un bajo crecimiento de la economía chilena, y otros hechos que afecten la economía chilena en el futuro, podrían generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de SMU.

Sin embargo, este riesgo está mitigado por los siguientes factores:

- La Sociedad y sus filiales comercializan productos que en gran parte corresponden a bienes de primera necesidad (alimentos), los que por su naturaleza tienen una demanda relativamente estable, a pesar de cambios que se puedan dar en la situación económica.
- La Sociedad y sus filiales poseen un proceso de abastecimiento amplio comercializando una gran variedad de productos, lo que le permite no depender particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos.
- La Sociedad y sus filiales comercializan sus productos a través de distintos formatos que apuntan a clientes de los distintos segmentos socioeconómicos distribuidos a lo largo del territorio nacional. De esta forma; cambios en la economía que pudieran afectar a algún formato, pudieran ser compensados por algún otro.

Riesgo de cumplimiento legal y regulatorio

Los diversos cambios en la legislación laboral, tributaria y comercial, entre otros que se han visto en los últimos tiempos, sumado a los nuevos cambios propuestos, podrían imponer nuevas obligaciones a la Compañía y a la vez restricciones y limitaciones operativas que finalmente impactan los costos. Asimismo, se genera un riesgo de cumplimiento legal en relación con las nuevas regulaciones. Para mitigar este riesgo la Compañía cuenta hace varios años con modelos robustos de cumplimiento en materias de libre competencia, prevención de delitos, protección al consumidor, privacidad de datos y derechos humanos los que contiene actividades de prevención, respuesta, detección y supervisión. En este período se continúa con los ajustes en políticas, procedimientos y modelos de control interno, en respuesta a las nuevas exigencias legales y regulatorias que impactan directamente en la gestión de riesgos, el gobierno corporativo, la responsabilidad penal de las personas jurídicas, mercado financiero, laboral entre otras.

Con la nueva ley Karin la compañía revisó los riesgos asociados a conductas de acoso y violencia en el trabajo, haciendo los ajustes a su matriz de riesgos así como a los controles, lo que ha sido incorporado en los sistemas de cumplimiento y gestión de personas con el objetivo de asegurar el cumplimiento normativo y ambientes laborales seguros y de respeto. Se actualizó el Modelo de Prevención de Delitos (MPD) de SMU, fortaleciendo los controles internos, la capacitación en ética corporativa y los mecanismos de supervisión, conforme a las exigencias de la Ley N° 20.393 modificada por la Ley N° 21.595. Se realizó una revisión integral de los procesos críticos para asegurar su alineación con los nuevos estándares normativos. El modelo de prevención de delitos fue revisado por un tercero independiente, considerando un enfoque metodológico basado en estándares internacionales (ISO 37301, ISO 31000, ISO 19011 y COSO ERM). Los resultados de la Evaluación del tercero independiente concluyen que el MPD de SMU se encuentra sólidamente estructurado y responde adecuadamente a los riesgos penales asociados a su giro y actividades. El diseño de los controles es mayoritariamente robusto y su implementación efectiva. Se evidenció los

esfuerzos constantes por mantener actualizado el MPD, así como su integración en los procesos internos fomentando una cultura de cumplimiento. Las oportunidades de mejora fueron identificadas y se está trabajando en ellas.

A la fecha continuamos trabajando en materias de privacidad de datos y consumidor conforme a la legislación vigente y preparándose para la nueva normativa una vez que esté vigente.

Riesgo logístico

Dada la cobertura geográfica de las tiendas de SMU, que están presentes en todas las regiones de Chile, existe el riesgo de no atender bien a todos los clientes por desabastecimiento y/o paralizaciones operativas, sean estas internas o de servicios tercerizados, en alguno de sus centros de distribución, debido a por ejemplo factores climáticos, desastres naturales, incendios, conmoción interna u otros. Para mitigar este riesgo, la Compañía cuenta con varios centros de distribución a lo largo del país, en conjunto con una política de compras flexible que se hace cargo de eventuales contingencias realizando un monitoreo constante sobre indicadores claves en las tiendas, como es el caso del “instock” y “nivel de servicio en góndola” entre otros. Lo anterior se refuerza por el hecho de contar con un sistema logístico diversificado y una amplia matriz de proveedores locales e internacionales, para asegurarnos que todas las tiendas están debidamente abastecidas y dispuestas para satisfacer las necesidades de los clientes en forma oportuna.

Riesgo de seguridad de la información

El negocio de SMU es altamente transaccional, por lo tanto, es dependiente de contar con sistemas informáticos y de comunicaciones eficientes y seguros. Los sistemas informáticos de la Compañía están sujetos a daños o interrupciones debido a cortes de energía, fallas computacionales o de telecomunicaciones, eventos catastróficos, errores humanos, virus computacionales o violaciones de seguridad, incluyendo los de sistemas de procesamiento de transacciones u otros sistemas que podrían comprometer los datos. Si los sistemas informáticos de la Compañía sufren daños o interrupciones, se podría generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de la Compañía. Para ayudar a mitigar este riesgo, la Compañía cuenta con sistemas de respaldo y de recuperación de datos, que podrían ser utilizados en el caso de una contingencia o falla en los sistemas primarios de la Compañía.

Adicionalmente, el procesamiento y recopilación de datos requieren que SMU reciba y almacene ciertos datos personales junto con el historial de compra de sus clientes que se identifican como miembro de sus clubes de lealtad. Estos datos podrían estar afectos a robo, uso malicioso por parte de terceros o a fallas en la seguridad de los sistemas de la Compañía, lo que podría generar un impacto adverso en el negocio de SMU, sus relaciones con clientes y su reputación.

Para mitigar este riesgo, la Compañía cuenta con una filial dedicada al resguardo y tratamiento de datos; ésta consolida los datos en un repositorio único de almacenamiento de altos estándares de seguridad y donde los datos son transformados en códigos internos de trabajo; cuenta con un Oficial de Seguridad de Información con dedicación exclusiva para temas de protección de datos; y cuenta con un Comité de Seguridad de la Información

MEMORIA INTEGRADA 2025

integrado por representantes de las áreas legal, compliance y tecnología, junto con asesores externos y áreas de negocio para abordar este tema de manera integral y en línea con la legislación vigente.

Riesgo de eventos de fuerza mayor

Condiciones climáticas severas y otros desastres naturales en áreas en las que SMU tiene tiendas o centros de distribución, o desde las cuales la Compañía obtiene productos, pueden afectar los resultados operacionales de la Compañía de manera adversa. Chile es un país sísmico que ha sido afectado adversamente por terremotos y tsunamis en años recientes, lo cual podría repetirse en el futuro, produciendo daños significativos a la infraestructura general en Chile, como carreteras, caminos, vías férreas y accesos a fuentes productivas de bienes y, por consiguiente, podrían tener un impacto importante en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de la Compañía. Adicionalmente, producto de eventos catastróficos o conmoción interna, la Compañía podría sufrir interrupciones severas en su negocio, generando disminuciones significativas en sus ingresos o costos adicionales significativos. No obstante, estos riesgos se mitigan en el caso de SMU ya que, por un lado, cuenta con pólizas de seguros para reducir los impactos financieros que pudieran derivarse de dichos siniestros, y, por otro lado, la extensa cobertura logística a nivel nacional permite mantener en operación buena parte de la red. Sin embargo, las pólizas de seguros normalmente contemplan tanto un monto deducible como un monto de cobertura máximo por siniestro.

Riesgo de competencia

En Chile y Perú, SMU enfrenta fuerte competencia de operadores internacionales y nacionales de supermercados, tiendas mayoristas, e-grocers y tiendas de conveniencia, y es posible que en el futuro, otros operadores internacionales o locales relevantes ingresen en los mercados en los que compite la Compañía, ya sea a través de negocios conjuntos o en forma directa.

Una mayor competencia puede llevar a SMU o sus competidores a tomar acciones que podrían tener un impacto material adverso sobre las ventas, margen bruto o gastos de la Compañía.

Riesgo de cambio climático

El cambio climático podría generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados operacionales de la Compañía, tanto producto de los riesgos de transición a una economía baja en emisiones de carbono, así como también de los riesgos físicos derivados del cambio climático. Los riesgos de transición incluyen, entre otros, modificaciones en procesos o tecnologías; cambios en el comportamiento de los clientes; y restricciones en la venta de determinados productos. Asimismo, los riesgos físicos incluyen cambios en los regímenes de precipitación, vientos e inundaciones y mayor variabilidad en los patrones climáticos. Se incluyen aquí los riesgos de interrupción en el suministro de electricidad y agua potable. Los riesgos antes mencionados podrían afectar la disponibilidad y los costos de las mercaderías que comercializa la Compañía; los otros costos operacionales; y la demanda de los clientes, entre otros. Para intentar mitigar estos riesgos, SMU cuenta con

diversas iniciativas enfocadas en entender las necesidades y preferencias de sus clientes, para ajustar su surtido de productos de acuerdo a los cambios que percibe. Otro factor mitigador es el hecho de que la Compañía cuenta con una gran diversidad de proveedores, no dependiendo particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos. Adicionalmente, ha comenzado un levantamiento de las certificaciones con las que cuentan sus proveedores de mercadería para tener mayor visibilidad acerca de la sostenibilidad de su cadena de abastecimiento en el tiempo.

Riesgo de proveedores

SMU depende de varios proveedores para el suministro y entrega de sus inventarios de productos en forma permanente. La pérdida de sus proveedores, y la incapacidad de conseguir nuevos proveedores a costos comparables, podrían tener un impacto negativo en la disponibilidad de los productos que vende en sus tiendas, lo que podría generar un impacto adverso en las ventas de la Compañía. Un factor que puede ayudar a mitigar este riesgo es el hecho de que la Compañía no depende particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos, lo que se ve ratificado en las nuevas relaciones con proveedores de marcas propias, los cuales han aumentado de manera importante.

Riesgo de condiciones comerciales.

Los proveedores de SMU habitualmente le otorgan incentivos promocionales por una variedad de razones relacionadas con la venta de sus productos en las tiendas de la Compañía. Dado que gran parte de estos incentivos promocionales forman parte de las estrategias de marketing de los proveedores, SMU no puede asegurar que podrá obtener un nivel similar de dichos incentivos en el futuro. En el caso de que alguno de sus principales proveedores reduzca o elimine estos acuerdos, el margen de los productos afectados se podría ver impactado, lo que a su vez, podría generar un impacto adverso en el negocio, condición financiera y resultados de la Compañía. Un factor que puede ayudar a mitigar este riesgo, es el hecho de que la Compañía no depende particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos.

Riesgos laborales

Al 31 de diciembre de 2025, SMU tenía un total de 23.039 empleados, de los cuales el 97,08% estaban en Chile y el 2,92% en Perú. Aproximadamente el 72,8% de los empleados están representados por más de 122 organizaciones sindicales, cada una de las cuales mantiene un instrumento colectivo vigente. Dichos acuerdos tienen una duración de aproximadamente dos a tres años, venciendo en diferentes fechas, lo que lleva a la Compañía a estar en un constante proceso de negociación. Estos procesos podrían eventualmente terminar en un proceso de huelga, lo cual podría tener un efecto adverso en la condición financiera y resultados operacionales de SMU. Para mitigar estos riesgos, la Compañía cuenta con una Gerencia de Relaciones Laborales que desarrolla un trabajo conjunto permanente con cada una de las organizaciones sindicales.

Riesgo de litigios

MEMORIA INTEGRADA 2025

SMU está sujeta a procedimientos de arbitraje y litigios que podrían tener un impacto adverso en el negocio, posición financiera y resultados operacionales de la Compañía en el caso de un fallo adverso. Los litigios están sujetos a incertidumbres inherentes, y es posible que ocurran fallos adversos.

Riesgo de cobertura de seguros

Las pólizas de seguros de SMU normalmente excluyen ciertos riesgos y están sujetas a ciertos umbrales y límites. SMU no puede asegurar que sus propiedades, muebles, equipos, propiedades de inversión e inventarios no sufrirán daños debido a eventos imprevistos o que las coberturas disponibles de sus pólizas de seguros serán siempre suficientes para proteger a la Compañía de todas las posibles pérdidas o daños que resulten de tales siniestros.

Asimismo, el costo de dicha cobertura puede aumentar a tal nivel que la Compañía podría tomar la decisión de reducir las coberturas de las pólizas o de aceptar ciertas exclusiones de las mismas.

Riesgos Financieros

En el curso normal de sus negocios y actividades de financiamiento, la Sociedad está expuesta a diversos riesgos financieros que pueden afectar de manera significativa el valor económico de sus flujos y activos y, en consecuencia, sus resultados. Las políticas de administración de riesgo son aprobadas y revisadas periódicamente por la alta administración de SMU.

La Administración es la responsable de la obtención de financiamiento de la Sociedad, y de la administración de los riesgos de tipo de cambio, tasa de interés, liquidez, riesgo de inflación, riesgo de mercado y riesgo de crédito. Esta función opera de acuerdo con un marco de políticas y procedimientos que es revisado regularmente para cumplir con el objetivo de administrar el riesgo financiero proveniente de las necesidades del negocio.

De acuerdo con las políticas de administración de riesgos financieros, se utilizan instrumentos derivados con el propósito de cubrir exposiciones a los riesgos de tipo de cambio y tasas de interés provenientes de las operaciones de la Sociedad y sus fuentes de financiamiento. La Sociedad no adquiere instrumentos derivados con propósitos especulativos.

A continuación, se presenta una definición de los riesgos financieros que enfrenta la Sociedad, una caracterización y cuantificación de éstos, así como una descripción de las medidas de mitigación actualmente en uso por parte de ésta:

(i) Riesgo de crédito

Clientes de supermercados

SMU cuenta con mecanismos preventivos y correctivos para administrar el riesgo de incobrabilidad de deudores por venta de supermercados. Las ventas con cheque son verificadas y garantizadas por terceros, mientras que las ventas a crédito en el formato

mayorista cuentan en su mayor parte con seguros de crédito, por lo cual los clientes son evaluados y la cartera de clientes es permanentemente monitoreada. En caso de siniestro, el valor impago se encuentra cubierto hasta un 90%. Junto con lo anterior, se realizan evaluaciones y gestiones internas que son apoyadas con servicios externos de scoring, informes comerciales y cobranza externa.

El riesgo de deterioro de los deudores por venta de supermercados se establece considerando la pérdida esperada evaluada en función del incremento significativo del riesgo (roll over). Para ello, la Sociedad mantiene una política vigente de riesgo de su cartera de clientes y determina de forma periódica las provisiones necesarias para registrar e informar en sus estados financieros consolidados los efectos de este deterioro cumpliendo así con la normativa vigente.

La provisión de deterioro se compone por deudores por venta a crédito, deudores comerciales y deudores por venta con cheque.

La provisión de deterioro se basa en una estimación prudential de la pérdida esperada de las cuentas por cobrar que probablemente no serán recuperadas. Este modelo está construido en base a antecedentes de conocimiento público, comportamiento histórico interno y análisis individual de cada cliente.

Las matrices de factores consideran las siguientes variables como determinantes de los segmentos de riesgos: formato, tipo de deuda (factura crédito, otros deudores, rebate, inmobiliaria; cheque protestado o cobranza judicial); antigüedad de la deuda (en tramos mensuales de 0 a 12); si opera como acreedor para el caso de rebate si realiza operaciones factoring; y seguro de crédito (con o sin seguro).

Para el segmento supermercados, los porcentajes aplicados al modelo de provisiones están calculados con técnica de roll over, agrupando la historia en función de los tramos de mora y cierres de cada mes, determinando mediante una tasa de traspaso los porcentajes de provisiones.

El deterioro es reconocido en cada cierre contable considerando la totalidad de la deuda expuesta (EAD) realizando la evaluación de riesgos definidos como alto y bajo para aplicar luego la Probabilidad de Default (PD) y Lost Given Default (LGD) de acuerdo con los tramos de antigüedad de la deuda. Las tablas que contienen las últimas tasas mencionadas son las siguientes:

MEMORIA INTEGRADA 2025

Cartera: Clientes Crédito					
Tramos	Antigüedad	Riesgo alto		Riesgo bajo	
		PD	LGD	PD	LGD
0	No vencido	0,21%	32,20%	0,05%	7,26%
1	1 a 30 Días	0,13%	32,20%	0,22%	7,26%
2	31 a 60 Días	3,10%	32,20%	2,21%	7,26%
3	61 a 90 Días	41,81%	32,20%	14,13%	7,26%
4	91 a 120 Días	71,94%	32,20%	24,20%	7,26%
5	121 a 150 Días	79,54%	32,20%	28,84%	7,26%
6	151 a 180 Días	79,54%	32,20%	38,36%	7,26%
7	Más de 180 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Cartera: Rebate					
Tramos	Antigüedad	Riesgo alto		Riesgo bajo	
		PD	LGD	PD	LGD
0	No vencido	0,59%	100,00%	0,30%	100,00%
1	1 a 30 Días	0,59%	100,00%	0,30%	100,00%
2	31 a 60 Días	6,61%	100,00%	5,37%	100,00%
3	61 a 90 Días	16,54%	100,00%	11,38%	100,00%
4	91 a 120 Días	28,85%	100,00%	23,13%	100,00%
5	121 a 150 Días	49,07%	100,00%	44,80%	100,00%
6	151 a 180 Días	74,60%	100,00%	53,47%	100,00%
7	181 a 210 Días	82,90%	100,00%	63,83%	100,00%
8	211 a 240 Días	94,74%	100,00%	67,64%	100,00%
9	241 a 270 Días	98,67%	100,00%	77,02%	100,00%
10	Más de 271 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Cartera: Otros Deudores			
Tramos	Antigüedad	Riesgo alto	
		PD	LGD
0	No vencido	0,71%	100,00%
1	1 a 30 Días	0,71%	100,00%
2	31 a 60 Días	13,95%	100,00%
3	61 a 90 Días	28,93%	100,00%
4	91 a 120 Días	40,67%	100,00%
5	121 a 150 Días	52,96%	100,00%
6	151 a 180 Días	64,44%	100,00%
7	181 a 210 Días	72,09%	100,00%
8	211 a 240 Días	85,58%	100,00%
9	241 a 270 Días	94,57%	100,00%
10	Más de 270 Días	100,00%	100,00%

Cartera: Inmobiliaria					
Tramos	Antigüedad	Riesgo alto		Riesgo bajo	
		PD	LGD	PD	LGD
0	No vencido	8,96%	100,00%	0,75%	100,00%
1	1 a 30 Días	8,96%	100,00%	0,75%	100,00%
2	31 a 60 Días	25,88%	100,00%	1,63%	100,00%
3	61 a 90 Días	62,95%	100,00%	1,63%	100,00%
4	91 a 120 Días	83,21%	100,00%	2,17%	100,00%
5	121 a 150 Días	100,00%	100,00%	2,60%	100,00%
6	151 a 180 Días	100,00%	100,00%	6,07%	100,00%
7	181 a 210 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
8	Más de 210 Días	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Cartera: Cheques			
Tramos	Antigüedad	PD	LGD
0	No vencido	7,15%	32,20%
1	1 a 30 Días	10,54%	32,20%
2	31 a 60 Días	16,67%	32,20%
3	61 a 90 Días	25,27%	32,20%
4	91 a 120 Días	58,61%	32,20%
5	121 a 150 Días	67,99%	32,20%
6	151 a 180 Días	80,10%	32,20%
7	181 a 210 Días	81,29%	32,20%
8	Más de 210 Días	100,00%	100,00%

Adicionalmente, para el caso de deudores crédito, que cuentan con línea de crédito autorizada, se considera como expuesto a deterioro una tasa igual a 24,65% sobre el disponible de línea de crédito, esto constituye base de cálculo para deterioro por concepto contingente.

Clientes de Servicios Financieros:

La provisión de deterioro se compone de las cuentas por cobrar a tarjetahabientes aplicando el modelo de provisión de deterioro, el cual se basa en una estimación de las pérdidas esperadas de cuentas por cobrar que no serán recuperadas. Este modelo está construido en base a comportamiento interno y análisis individual de cada cliente, de acuerdo con las normas contables señaladas en NIIF 9.

Los modelos de evaluación, criterios, y procedimientos para evaluar integralmente el riesgo de crédito y determinar el monto de las provisiones, se encuentran aprobados por el Directorio y están definidos en la Política de Crédito.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Los procesos y cumplimiento de la política son evaluados y supervisados de acuerdo con los procedimientos de control interno, a fin de asegurar su cumplimiento y la mantención de un nivel de provisiones adecuadas que sustenten las pérdidas atribuibles a deterioros esperados.

Las provisiones determinadas son grupales dado que se basan en la conformación de grupos de crédito con características homogéneas en cuanto al tipo de deudores y condiciones pactadas, a fin de establecer, tanto el comportamiento de pago del grupo de que se trata como de las recuperaciones de sus créditos incumplidos.

La metodología de constitución de provisiones se basa en la experiencia recogida que explica el comportamiento de pago para cada grupo homogéneo de deudores y de recuperación de garantías y acciones de cobranza, para estimar directamente un porcentaje de pérdidas esperadas que se aplica al monto de los créditos del grupo respectivo.

Dentro de los créditos evaluados grupalmente, se distinguen tres estados: normal, con aumento significativa de riesgo, y créditos deteriorados. La cartera deteriorada comprende las operaciones de crédito efectivas asociada a los deudores que presentan atraso igual o superior a 90 días en el pago de sus obligaciones, que han sido renegociadas con 60 o más días de morosidad, o aquellas que presentaron deterioro y aún no cumplen con los criterios de cura.

Los factores de provisión para la cartera normal y renegociada de clientes de servicios financieros, incluyendo las tasas de pérdida promedio por tramos de mora, aplicados sobre la cartera de M\$ 28.429.043 al 31 de diciembre de 2025, es la siguiente:

	Cartera normal	31.12.2025 Cartera renegociada	Total cartera bruta
Clientes al día	6,21%	39,73%	8,16%
Menor a 30 días	36,73%	68,12%	42,44%
Entre 31 y 60 días	62,77%	73,12%	64,82%
Entre 61 y 90 días	71,74%	76,55%	72,72%
Entre 91 y 120 días	84,89%	88,72%	85,69%
Entre 121 y 150 días	88,27%	91,60%	88,99%
Entre 151 y 180 días	91,85%	93,80%	92,42%
Totales	12,88%	53,70%	16,09%

Obligaciones de contrapartes en derivados

Corresponde al valor de mercado a favor de la Sociedad de contratos derivados vigentes con instituciones financieras. Como mitigante a este riesgo, la Sociedad tiene una política de administración de productos derivados que especifica parámetros de calidad crediticia que deben cumplir las instituciones financieras para poder ser consideradas elegibles como contrapartes.

(ii) Riesgo de liquidez

Este riesgo está asociado a la capacidad de la Compañía para: (i) amortizar o refinanciar a precios de mercado razonables los compromisos financieros adquiridos y ejecutar sus planes de negocios con fuentes de financiamiento estables.

La Administración realiza un seguimiento diario de su posición de caja y continuamente efectúa proyecciones de ésta, con el objeto de pagar, prepagar, refinanciar y/u obtener nuevos créditos, de acuerdo con la capacidad de generación de flujos con que cuenta actualmente.

El detalle de la deuda, incluyendo los intereses devengados, con instituciones financieras, obligaciones con el público, las obligaciones por arrendamientos que califican como pasivos financieros 31 de diciembre de 2025 es el siguiente:

	Hasta 90 días M\$	Más de 90 días hasta 1 año M\$	Más de 1 año hasta 2 años M\$	Más de 2 años hasta 3 años M\$	Más de 3 años hasta 4 años M\$	Más de 4 años hasta 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total M\$
Deuda bancaria	27.360.307	-	-	-	-	-	-	27.360.307
Obligaciones con el Público	3.065.283	11.687.180	50.249.415	50.328.608	69.893.496	90.750.894	195.934.753	471.909.629
Obligaciones por derechos de uso con opción de compra (*)	238.586	530.806	545.207	570.971	511.562	439.641	515.102	3.351.875
Obligaciones por derechos de uso (*)	17.342.404	56.402.952	68.330.053	60.908.586	52.213.633	47.805.072	405.067.248	708.069.948
Totales	48.006.580	68.620.938	119.124.675	111.808.165	122.618.691	138.995.607	601.517.103	1.210.691.759
Intereses devengados (**)	3.174.518	1.097.054	-	-	-	-	-	4.271.572

(*) Se realiza la apertura de las obligaciones por derechos de uso con y sin opción de compra, con el objetivo de entregar información para el cálculo de uno de los covenants de endeudamiento por emisión de bonos.

(**) Los intereses devengados están incluidos en los totales informados.

La Compañía estima que la generación de flujos para hacer frente a las obligaciones financieras es suficiente y con el fin de minimizar el riesgo de liquidez, mantiene dentro de su estructura de financiamiento una mezcla de deuda de corto y largo plazo, diversificada por tipo de acreedor y mercado.

La Compañía cuenta con Líneas de Crédito de corto plazo que le permiten cubrir eventuales déficit de caja, como resultado de las necesidades estacionales derivadas del negocio.

Efectivo y equivalentes al efectivo

Corresponde a los saldos de efectivo y equivalente de efectivo, depósitos a plazo, fondos mutuos y pactos en general. La capacidad de SMU S.A. de recuperar estos fondos a su vencimiento depende de la solvencia de la contraparte en el que se encuentren depositados.

Como mitigante a este riesgo, el Grupo SMU tiene una política financiera que especifica parámetros de calidad crediticia que deben cumplir las instituciones financieras para poder ser consideradas elegibles como depositaria de los productos señalados anteriormente, así como límites máximos de concentración por institución. Estos activos financieros están expuestos a un bajo riesgo.

MEMORIA INTEGRADA 2025

(iii) Riesgo de tasa de interés

La estructura de financiamiento de SMU, en general, considera una mezcla de fuentes de fondos afectos a tasa fija y variable.

La deuda financiera consolidada y las obligaciones por arrendamientos que califican como obligaciones por derechos de uso al 31 de diciembre de 2025 se resumen en el siguiente cuadro, que incluye los intereses devengados:

	Tasa fija	Tasa variable	Total
	M\$	M\$	M\$
Deuda bancaria	27.360.307	-	27.360.307
Obligaciones con el Público	471.909.629	-	471.909.629
Obligaciones por derechos de usos con opción de compra	3.351.875	-	3.351.875
Obligaciones por derechos de uso	708.069.948	-	708.069.948
Totales	<u>1.210.691.759</u>	<u>-</u>	<u>1.210.691.759</u>

Análisis de sensibilidad de tasa variable

Al 31 de diciembre de 2025 SMU no cuenta con pasivos con tasa variable, por lo cual no se hace análisis de sensibilidad.

(iv) Riesgo de Tipo de Cambio (CLP / USD; CLP/EURO)

El peso chileno está sujeto a variaciones con respecto al dólar de los Estados Unidos de América y otras monedas internacionales. Parte de los productos ofrecidos para la venta en nuestras tiendas son adquiridas en países extranjeros, por lo tanto, durante el período en que tales operaciones de importaciones están pendientes de ser canceladas, existe una exposición a la fluctuación cambiaria.

La política de la Sociedad es, en lo posible, cubrir el riesgo originado por las variaciones de tipo de cambio sobre la posición de pasivos exigibles netos, mediante instrumentos de mercado diseñados para dichos efectos.

Al 31 de diciembre de 2025, la Sociedad no posee deuda financiera en USD, pero si tiene deuda por obligaciones por arrendamientos que califican como financieros por un total de USD 3.141.359. Sin embargo, ante futuros cambios en el valor del dólar no existe efecto en el resultado por tipo de cambio.

(v) Riesgo de Inflación

El riesgo de inflación proviene principalmente de las fuentes de financiamiento de la Sociedad, que están expresadas en Unidades de fomento (UF).

Al 31 de diciembre de 2025, la Sociedad posee una deuda financiera por un total de UF 12.333.332 y deuda por las obligaciones por arrendamientos que califican como financieros por un total de UF 17.344.048.

Por cada peso que sube la UF el efecto neto es una pérdida por unidades de reajustes de M\$ 12.333.

La composición de la deuda financiera, según moneda de origen es:

	Deuda en moneda de origen	Deuda en M\$	Composición de la deuda	Impacto en resultado por el aumento en \$1 M\$
Moneda Origen				
Unidades de pesos (CLP)	13.785.931.000	13.785.931	1,14%	-
Unidades de fomento (UF)	29.677.380	1.179.021.760	97,38%	12.333
Unidades de dólares (USD)	3.141.359	2.849.621	0,24%	-
Unidades de Soles (PEN)	56.140.579	15.034.447	1,24%	-
Totales		1.210.691.759	100,00%	

4.6.4

RIESGOS EMERGENTES

SMU desarrolla sus operaciones en una industria que presenta un sin número de incertidumbres apalancadas en el contexto nacional y global. Con el objetivo de prevenir o mitigar impactos negativos y de adaptar su estrategia frente a eventos que pueden modificar el contexto en el que opera la Compañía, su modelo de gestión de riesgos contempla los riesgos emergentes. Para efectos del análisis, se consideran aquellos riesgos de corto, mediano y largo plazo que: surgen de un cambio en los objetivos de negocio o de un cambio en el contexto, por ejemplo, en el ámbito empresarial que puede no haber aplicado previamente a la entidad; o que no se identificaron previamente o se identificaron, pero desde entonces han sido alterados debido a cambios comerciales o de apetito al riesgo, entre otros.

Riesgos Emergentes

Riesgo Emergente	Descripción del Riesgo	Potenciales Impactos en el Negocio	Acciones de Mitigación
Medio ambiente: Pérdida de biodiversidad y colapso de ecosistemas	<p>El cambio climático puede provocar consecuencias irreversibles para el medio ambiente, la humanidad y la actividad económica, y una destrucción permanente del capital natural. En el contexto del negocio de SMU, se genera un riesgo para la cadena de abastecimiento y disponibilidad de productos que comercializa en sus tiendas, por ejemplo, ciertos cultivos agrícolas y productos de origen animal, cuya producción depende de condiciones climáticas, incluyendo la disponibilidad del agua, entre otras variables que pueden ser afectadas por el cambio climático.</p>	<p>El negocio de SMU depende de contar con una oferta atractiva de productos que satisfacen las necesidades de sus clientes. Cambios en las condiciones climáticas que afectan la producción de las mercaderías comercializadas por la Compañía implicaría una oferta menos completa y atractiva y menores ingresos por ventas.</p> <p>Adicionalmente, los proveedores pueden enfrentar alzas en sus costos de producción, lo que podría ser traspasado a la Compañía, afectando la rentabilidad de su negocio.</p> <p>Asimismo, una menor disponibilidad en el universo de productos disminuiría la factibilidad de optimizar la actividad promocional, elemento central en su estrategia comercial.</p>	<p>SMU ha desarrollado una diversificada matriz de proveedores y de distintos orígenes, para no depender particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos. Además de buscar potenciales proveedores nuevos en forma permanente, la Compañía se relaciona con sus proveedores existentes para entender los riesgos que enfrentan, por ejemplo, en materia de escasez hídrica para anticipar impactos futuros.</p>

Riesgo Emergente	Descripción del Riesgo	Potenciales Impactos en el Negocio	Acciones de Mitigación
<p>Tecnología:</p> <p>Resultados adversos de los avances tecnológicos</p>	<p>Avances tecnológicos, como por ejemplo en los ámbitos de inteligencia artificial, biotecnología, geoingeniería, computación cuántica, entre otros, podría generar efectos negativos, por una parte, si la Compañía no logra una adecuada y oportuna adaptación e implementación, y por otra parte, si las tecnologías implementadas no funcionan adecuadamente. También existe el riesgo de incumplimientos de nuevas normativas relacionadas con avances tecnológicos.</p>	<p>La tecnología es un elemento crítico en el negocio de SMU, siendo necesario contar con sistemas que soportan las transacciones físicas y online, los programas de fidelización, la analítica avanzada, la planificación de la demanda, y otros procesos del negocio. Las innovaciones tecnológicas se aceleran, poniendo en riesgo la obsolescencia de tecnologías existentes y/o menor competitividad en relación con competidores que logran implementar los últimos avances, afectando los ingresos y la rentabilidad.</p> <p>Asimismo, un mal funcionamiento en las tecnologías implementadas puede generar interrupciones operacionales, impactos negativos en la experiencia de clientes y/o problemas reputacionales.</p> <p>Adicionalmente, si la Compañía no se adapta a cambios normativos relacionados con avances tecnológicos, puede tener que pagar multas y/o enfrentar problemas reputacionales.</p>	<p>La evaluación e implementación de nuevas herramientas tecnológicas forma parte del plan estratégico de SMU, y la innovación se incluye en sus planes de inversión.</p> <p>Los modelos de gestión y cumplimiento se han modificado de acuerdo a mejoras prácticas, y la Compañía ha contratado certificaciones y auditorías externas para medir la efectividad e identificar oportunidades de mejora.</p>

Riesgo Emergente	Descripción del Riesgo	Potenciales Impactos en el Negocio	Acciones de Mitigación
Geopolítica: Conflicto entre estados	Conflicto beligerante bilateral o multilateral entre estados con consecuencias globales: ataques biológicos, químicos, cibernéticos y/o físicos, intervenciones militares, guerras de poder, etc.	La materialización de ese escenario podría provocar un alza de los costos de compra de mercadería y materiales para el desarrollo de proyectos inmobiliarios. Lo anterior, asociado a (i) la detención de operaciones en las regiones productoras; (2) las dificultades logísticas tanto nacionales como en las importaciones; o (3) dificultades en las negociaciones comerciales entre proveedores provenientes de potencias rivales. Otro efecto posible es la ocurrencia de movimientos migratorios que afecten la demanda de mercadería y la disponibilidad de stock.	SMU ha desarrollado una diversificada matriz de proveedores y de distintos orígenes, para no depender particularmente de algún proveedor, o algún grupo de ellos. Además de buscar potenciales proveedores nuevos en forma permanente, la Compañía se relaciona con sus proveedores existentes para entender los riesgos que enfrentan.

4.6.5

CAMBIO CLIMÁTICO

El Modelo Corporativo de Sostenibilidad de SMU tiene como eje la preocupación por el medio ambiente, con iniciativas que incluyen la gestión de residuos y la eficiencia energética, permitiendo gestionar y reducir la huella de carbono que genera, entre otras. (Más información en capítulo 10: Nos Preocupamos por el Medio Ambiente). La Compañía busca evaluar los riesgos, oportunidades e impactos con el cambio climático de acuerdo a las recomendaciones del TCFD (*Task Force on Climate-Related Financial Disclosures*).

Tal como se señala en la sección Gobernanza en Riesgos, la supervisión de riesgos en SMU, incluyendo riesgos de clima, considera la existencia de un Comité de Continuidad y Riesgos, formado por altos ejecutivos, y un Comité de Auditoría y Riesgo, formado por directores.

SMU cuenta además con un Comité de Personas y Sostenibilidad integrado por directores y ejecutivos de la Compañía, encargado de asegurar una adecuada supervisión de las materias de sostenibilidad. Este comité realiza seguimiento a las iniciativas, proyectos y KPIs vinculados al medio ambiente, en particular aquellos relacionados con el cambio climático, y presenta un resumen de cada sesión al Directorio.

Asimismo, existe una Gerencia de Sostenibilidad que monitorea a nivel transversal las materias relacionadas con el clima en relación a los proyectos que se gestionan, informando a su vez en las sesiones del Comité de Personas y Sostenibilidad.

4.6.5.1

RIESGOS DE TRANSICIÓN Y RIESGOS FÍSICOS

Bajo el marco del TCFD⁵, los riesgos relacionados con el clima se dividen en dos categorías principales: riesgos de transición y riesgos físicos. Los riesgos de transición consideran que la transición a una economía baja en emisiones de carbono puede conllevar grandes cambios políticos, jurídicos, tecnológicos y en el mercado para abordar los requisitos de mitigación y adaptación relacionados con el cambio climático, y que estos cambios pueden significar riesgos para las organizaciones. En tanto, los riesgos físicos pueden provocar eventos (agudos) o cambios a largo plazo (crónicos) en los patrones climáticos, pudiendo afectar el desempeño de las organizaciones debido a impactos en la cadena de producción, infraestructura, transporte y disponibilidad de agua, entre otros.

Para identificar y evaluar los posibles riesgos relacionados con el clima, la Compañía tomó en consideración las recomendaciones expuestas por TCFD y la metodología de gestión de riesgos de SMU, considerando dentro de esto un proceso de levantamiento de información secundaria, de tal forma de conocer el contexto de la organización y la industria (considerando la revisión de leyes y proyectos de ley en discusión), e incluyendo un análisis

⁵ <https://assets.bbhub.io/company/sites/60/2020/10/TCFD-2017-Final-Report-Spanish-Translation.pdf>

MEMORIA INTEGRADA 2025

upstream y downstream, de tal forma de visualizar los impactos en su cadena de abastecimiento y productos. Luego de esto efectuó un proceso de análisis con las áreas responsables de la gestión ambiental, de tal forma de llegar al listado definitivo.

Bajo esta mirada, SMU ha identificado los siguientes posibles riesgos de transición y riesgos físicos.

Riesgos de Transición

Naturaleza	Descripción	Posibles Impactos
Políticos y jurídicos	<ul style="list-style-type: none"> Cambios regulatorios (ej. modificaciones de procesos claves del negocio; mayor carga tributaria asociada a procesos vigentes; mayores exigencias de reporte). Restricciones sobre contratación de determinados servicios o venta de determinados productos. Litigio con grupo de interés por contribución a los efectos del cambio climático. 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de costos operacionales. Amortización, deterioro de activos y retiro anticipado de activos existentes. Reducción de la demanda de productos y servicios.
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> Invertir en tecnologías emergentes de pronta obsolescencia. Transición obligada a tecnología de bajas emisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> Amortización y retirada temprana de los activos existentes. Demanda reducida de productos. Costos para implementar/utilizar nuevas prácticas y procesos.
De mercado	<ul style="list-style-type: none"> Cambios en comportamiento de clientes. Aumentos en costos de mercadería y materiales. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción en demanda por productos y servicios. Aumento de costos directos e indirectos (ej. energía, agua, tratamiento de residuos). Cambios en precios de activos (ej. valor de terrenos o permisos).
Reputacionales	<ul style="list-style-type: none"> Cambios en preferencias de clientes. Aumento en exigencias de grupos de interés. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción en demanda por productos y servicios. Dificultades para atraer y retener talento. Reducción en disponibilidad de capital.

Riesgos Físicos

Naturaleza	Descripción	Posibles Impactos
Agudos	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de fenómenos meteorológicos extremos. 	<ul style="list-style-type: none"> Mayores costos de mercadería (ej. disminución de la oferta, costos de importación). Reducción en demanda por productos y servicios. Mayor ausentismo por efectos en salud y seguridad de colaboradores. Daños a activos en ubicaciones de alto riesgo.
Crónicos	<ul style="list-style-type: none"> Cambios en regímenes de precipitación. Variabilidad extrema en patrones climáticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de costos de operación (ej. refrigeración de mercadería). Aumento de primas de seguros y posible reducción de cobertura/disponibilidad de seguros para activos en ubicaciones de “alto riesgo”. Posibles racionamientos de agua y energía que afecten el funcionamiento de tiendas y centros de distribución.

4.6.5.2 OPORTUNIDADES Y RESILIENCIA

El análisis de los riesgos asociados al cambio climático permite también evaluar la resiliencia de la estrategia de las organizaciones y cómo puede mitigar estos riesgos. Por otra parte, los esfuerzos realizados para mitigar y adaptarse al cambio climático también pueden crear oportunidades para las organizaciones. A continuación, se describen algunas posibles oportunidades identificadas por SMU:

Oportunidades

Naturaleza	Descripción	Posibles Impactos
Eficiencia de recursos	<ul style="list-style-type: none"> Edificios corporativos, centros de distribución y salas de venta estructuralmente más eficientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción de costos operacionales. Aumento en capacidad de distribución y venta de mercadería, por mejor

Naturaleza	Descripción	Posibles Impactos
	<ul style="list-style-type: none"> Métodos más eficientes de operación (compra, logística, distribución y venta). Uso de reciclaje. Reducción de uso y consumo de recursos (agua, luz, combustible, otros). 	<ul style="list-style-type: none"> disponibilidad de productos, lo que se traduce en un aumento de ingresos. Aumento del valor de activos fijos.
Fuentes de energía	<ul style="list-style-type: none"> Uso de fuentes energéticas de baja emisión. Uso de incentivos políticos de apoyo. Uso de nuevas tecnologías. Participación en el mercado del carbón. Cambio hacia la generación de energía distribuida. 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción de costos operacionales. Reducción de incertidumbre en precio de combustibles fósiles. Menor exposición a cambios en costos del carbón por reducción de emisiones de GEI. Rentabilidad de inversión en tecnología de bajas emisiones. Aumento de disponibilidad de capital por preferencia de inversionistas. Beneficios reputacionales en el aumento de demanda.
Productos y servicios	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo y expansión de servicios de bajas emisiones. Cambios en preferencias de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Mayor rentabilidad por demanda de servicios o mercadería de bajas emisiones. Mejor posición competitiva y aumento de ventas por incorporar cambios en preferencias de clientes.

4.6.5.3

MEDIDAS ADOPTADAS POR LA COMPAÑÍA ASOCIADAS A LOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES DETECTADAS EN MATERIA DE CAMBIO CLIMÁTICO

En SMU existe la convicción de promover acciones en materia de cuidado y gestión ambiental, y la necesidad de ejecutar proyectos enfocados al cambio climático, considerando tanto medidas de mitigación como de adaptación.

La Compañía ha definido una cartera de proyectos medioambientales, que responden a las principales materias asociadas a cambio climático vinculadas al negocio, siendo éstos coherentes con los riesgos y oportunidades detectados, permitiendo anticiparse a los efectos adversos del cambio climático. Estos proyectos incluyen:

- Cuantificación y Reducción de la Huella de Agua:** Con el fin de enfrentar la escasez hídrica y adaptarse a un nuevo contexto operativo, SMU avanzó en la cuantificación y reducción de su huella de agua en el Centro de Distribución Lo

Aguirre. La Compañía implementó una mejora tecnológica en el sistema de enfriamiento que permite una reducción anual de 6.314 m³ de agua extraída⁶ y de 613 m³ de agua consumida⁷, fortaleciendo la eficiencia y circularidad en el uso del recurso. Para más información, ver 10.4 Gestión de la Huella de Agua.

- **No Desperdicio de Alimentos:** El programa de no desperdicio de alimentos de SMU tiene como objetivo reducir las emisiones generadas por la sobreproducción de alimentos que no se consumirán, respondiendo así a uno de los problemas de sostenibilidad relevantes para la industria. El proyecto incluye acciones orientadas a disminuir los residuos en origen, además de evitar las emisiones provenientes del transporte de residuos y, finalmente, las emisiones de GEI en la etapa de disposición final. Para más información, ver 10.1.1 No Desperdicio de Alimentos.
- **Envases Reciclables:** La Compañía reconoce su rol en promover y facilitar el reciclaje de los empaques de los productos de marcas propias que comercializa. Al cierre de 2025, el 42% del portafolio permanente de productos de marcas propias corresponde a alternativas ecoamigables, un avance con respecto al 31% al cierre de 2024. Para más información, ver 10.1.2 Comprometidos con el Reciclaje.
- **Sistema de Gestión de Energía:** Como parte del Programa de Energía de SMU, en 2025 se obtuvo por un periodo de cuatro años la recertificación bajo la Norma ISO 50.001:2018 de su Sistema de Gestión de Energía. Esta recertificación incorporó además una ampliación de su alcance, incorporando las nuevas tiendas inauguradas por la Compañía. Para más información, ver 10.2 Gestión Energética.
- **Electromovilidad:** Para minimizar los impactos causados por las emisiones en el ámbito de la operación logística, y específicamente vehículos de transporte, SMU busca utilizar alternativas de energías limpias con el fin de sustituir los motores convencionales. SMU ha incrementado el uso de camiones eléctricos de alto tonelaje, los que cuentan también con sistema de refrigeración 100% eléctrico, alcanzando en 2025 un 9% del total de viajes bajo esta modalidad, duplicando el total de viajes eléctricos del año anterior. Para más información, ver 10.2 Gestión Energética.
- **Capacitación en eficiencia energética y uso eficiente de agua a proveedores de frutas y verduras:** Dentro de los riesgos físicos crónicos asociados al cambio climático se encuentra la modificación de los regímenes de precipitación. Con el fin de preparar a la cadena de abastecimiento frente a este escenario, durante 2025 se realizaron cuatro charlas sobre uso eficiente de agua y de la energía dirigidas a proveedores del programa de desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas 100% Nuestro de Unimarc. Para más información, ver 8.2.2.1 Desarrollo de Proveedores.

⁶ El agua extraída es toda el agua que se saca de una fuente para ser utilizada en una actividad, non importando si esta se devuelve luego al medio ambiente o no.

⁷ El agua consumida es aquella que después de ser utilizada no vuelve a su fuente original, porque se evapora, se incorpora en los procesos o se contamina de tal forma que no puede utilizarse.

4.6.5.4

MÉTRICAS Y OBJETIVOS

El seguimiento de indicadores cuantitativos y la definición de metas forma parte central de la gestión sostenible de SMU. Estos indicadores incluyen métricas asociadas a cambio climático, que son fundamentales para gestionar los riesgos y oportunidades en esta materia. Siguiendo los lineamientos de la Guía de TCFD sobre Métricas, Objetivos y Planes de Transición, la Compañía monitorea la huella de carbono, así como el consumo de electricidad y el reciclaje de residuos. Además, en 2022 la Compañía asumió el compromiso de avanzar hacia la carbono neutralidad al año 2050, en línea con los cinco criterios de sostenibilidad promovidos por el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible.

SMU ha definido metas para mitigar su impacto en el medio ambiente, alcanzando avances significativos a través de las diferentes iniciativas que impulsa. Considerando sus operaciones en Chile, logró que un 20,0% de su consumo energético provenga de fuentes renovables (17 puntos porcentuales más que 2022); redujo en un 2,0% el consumo energético en locales operando bajo el proyecto Tienda Sostenible en 2025 con respecto a 2024; y certificó el 100% de sus instalaciones operadas por SMU Chile bajo el Sistema de Gestión de Energía ISO 50001.

Métricas de Cambio Climático


Métrica	Unidad de Medida	Resultado 2025	Meta 2025	Para más información
% Consumo Energía Cliente Libre con Energía Renovable	%	20,0%	20,4%	10.2 Gestión Energética 10.5 Indicadores Ambientales
Reducción de consumo energético	kWh/m ²	-4,3%	-8,0%	10.2 Gestión Energética
Toneladas rescatadas en la merma total de la brecha visible	%	5,6%	7,7%	10.1.1 No Desperdicio de Alimentos 10.5 Indicadores Ambientales



5

CULTURA DE LA INTEGRIDAD Y LA GESTIÓN ÉTICA

En SMU existe un fuerte compromiso con la ética, formando parte de su cultura e identidad, y reflejando cómo logra sus metas de forma sostenible. La Compañía permanentemente está en la búsqueda de mejorar sus prácticas, de capacitar a todos sus colaboradores en materias éticas y de conducta, así como de protección al consumidor, responsabilidad penal de las personas jurídicas, diversidad e inclusión, derechos humanos en la empresa, protección de datos, y comunidad, entre otros.

TEMAS	AVANCES 2025	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Gestión ética	Revisión del modelo de prevención del delito por parte de un tercero independiente.	 Contribuye a metas: 16.4 16.5
Libre competencia		
Protección al consumidor		
Privacidad de datos		

SMU desarrolla sus actividades basado en principios éticos y normativa vigente, promoviendo que las decisiones y actuaciones de la Compañía se ajusten a su marco valórico y a estándares reconocidos en materia de integridad y conducta empresarial.

La Compañía cuenta con un Código de Ética y Conducta de Negocios que define los principios y lineamientos que deben guiar a su personal propio y a todos con quienes se relaciona, lo que incluye al Directorio, la Administración, colaboradores, y terceros como contratistas, asesores y otros proveedores.

Para fortalecer la ética corporativa en su cultura organizacional, SMU ha implementado políticas, procedimientos y programas de formación y comunicación interna en estas materias, buscando prevenir incumplimientos y abordar oportunamente situaciones que puedan afectar los estándares de conducta esperados.

5.1 GESTIÓN DE LA ÉTICA

SMU cuenta con un **Comité de Ética y Conducta de Negocios**, conformado por los gerentes corporativos y la Oficial de Cumplimiento y Prevención de Delitos. Este comité sesiona por lo menos bimensualmente y cada vez que sea necesario por temas propios de su ámbito de competencia. Su objetivo es supervisar la aplicación del Código de Ética y Conducta de Negocios. Las principales funciones del comité incluyen, entre otras, revisar y actualizar periódicamente el Código de Ética y Conducta de Negocios y definir el plan de divulgación de éste; asegurar la existencia y adecuado funcionamiento de los canales de denuncias y consultas apropiados, reservado y confidencial; conocer y analizar las denuncias y consultas recibidas; recomendar medidas correctivas cuando corresponde; evaluar situaciones que puedan constituir incumplimiento al Código de Ética y Conducta de Negocios; y conocer y analizar los resultados de los controles asociados a los programas de cumplimiento de SMU. Las materias relevantes abordadas por este comité son reportadas trimestralmente al Directorio a través del **Comité de Auditoría y Riesgos**.

Por su parte, los colaboradores, los directores y quienes prestan servicios en SMU asumen el compromiso de cumplir con el Código de Ética y Conducta de Negocios, así como con las distintas materias de que trata, dentro de las que se encuentran Prevención del Delito, libre competencia, conflicto de intereses, privacidad de datos, protección al consumidor y respeto a los derechos humanos, entre otros. Esta obligación de cumplimiento se ve reflejada en los contratos laborales, contratos de prestación de servicios y Normas Generales de Aprovechamiento de Mercaderías, entre otros documentos con terceros, desde el momento en que se inicia su relación con la Compañía. Este compromiso que es reforzado de forma permanente a través de comunicados, reuniones, cursos normativos, charlas operacionales y otras instancias de difusión y formación.

Conflictos de Intereses

SMU cuenta con una Política de Declaración y Resolución de Conflictos de Intereses para identificar potenciales conflictos de intereses y/o situaciones o conductas que podrían ser contrarias a sus valores éticos. La política establece las pautas generales y específicas de

actuación que permiten la resolución de éstos respecto de colaboradores o directores generados dentro de la Compañía o con terceros en cuanto a su relación con ella.

En caso de que se identifiquen situaciones que pueden constituir conflictos de intereses, son analizadas y revisadas en distintas instancias como son el Comité de Ética y Conducta de Negocios, Comité de Directores o Comité de Auditoría y Riesgos.

Los ejecutivos, gerentes y directores de SMU realizan su declaración de conflicto de intereses al momento de ingresar a la Compañía y la actualizan en forma anual, además de estar obligados a informar todo conflicto sobreviniente. La declaración se realiza en una plataforma digital, proveída por un tercero, que permite hacer seguimiento y tomar medidas en caso de ser necesario.

En cuanto a los proveedores de la Compañía, estos realizan su declaración de conflicto de intereses cada vez que se inicie un proceso de licitación, cotización, negociación o renovación del contrato, la que se renueva cada dos años, de continuar el servicio, sin perjuicio de la obligación de declarar todo eventual conflicto de intereses sobreviniente.

Barómetro de Valores y Ética Empresarial

Durante los últimos años, SMU ha aplicado la medición de Barómetro de Valores y Ética Empresarial (BVIO) de Fundación Generación Empresarial (FGE), instrumento de percepción que evalúa la cultura de integridad y cumplimiento en las empresas y organizaciones.

Los resultados de esta medición complementan la gestión de integridad corporativa, entregando un diagnóstico—en el que participan los propios colaboradores—de la percepción del comportamiento ético y del cumplimiento normativo al interior de la Compañía, permitiendo el seguimiento de su evolución en el tiempo y sirviendo como un insumo para orientar acciones de mejora continua y fortalecer la cultura de integridad y cumplimiento.

Los aspectos evaluados incluyen, entre otros, la definición y comunicación de valores; el tono desde la alta dirección; las instancias de formación y la existencia de herramientas y sistemas de prevención. En el caso de SMU, en la medición 2025 los colaboradores mostraron un alto nivel de conocimiento de espacios y/o mecanismos para prevenir y denunciar el acoso laboral y sexual, además de un alto nivel de confianza en los sistemas o canales de reportabilidad disponibles en la Compañía. Asimismo, se destacó el aumento de 8 puntos porcentuales en el número de colaboradores que declara tener claridad respecto de la existencia y efectividad de las medidas anticorrupción.

5.1.1

CAPACITACIÓN Y EVALUACIÓN

La formación, educación y evaluación en buenas práctica y cumplimiento son parte esencial de la gestión de la ética, por lo que SMU anualmente capacita a su personal sobre situaciones de riesgo, generando conciencia y una cultura de la prevención. El plan de capacitación permite reforzar el cumplimiento de la normativa y procedimiento, incluyendo la

aplicación del Código de Ética y Conducta de Negocios. Las actividades de formación incluyen dilemas éticos, charlas y cursos, entre otras.

Durante el año 2025, se ejecutaron más de 2 millones de horas de capacitación, de las cuales 317 mil corresponden a materias relacionadas con el cumplimiento y la ética.

Capacitación Cumplimiento y Ética 2025

Tema Curso	Horas	Personas
Código de Ética y Conducta de Negocios	8.590	4.279
Derechos Fundamentales, Acoso y Ley Karin 2025	46.674	20.331
Gestión de Clientes	8.626	4.294
Libre Competencia	11.557	4.291
Prevención de Delitos	8.666	4.315
Prevención de Riesgos	213.960	17.222
Seguridad de la Información y Datos	8.526	4.253
Sostenibilidad	8.906	4.312
Programa Normativa Perú	1.703	367
Total General	317.208	20.788

SMU ha definido que aquellas personas que ejercen funciones con mayor riesgo en materias de cumplimiento y conducta deben capacitarse en estos contenidos de manera regular. Este grupo objetivo incluye a más de 4.000 colaboradores, apuntando especialmente a roles de liderazgo. La tasa de realización de este programa por parte de este grupo alcanzó un 99% en 2025. Con respecto a colaboradores de tiendas y centros de distribución, se realizan periódicamente y de acuerdo con un calendario, charlas de inicio de turno que incluyen refuerzo en materias de ética y normativa. También existen capacitaciones para contratistas que prestan servicios en las instalaciones de la Compañía. Más información en sección 8.1.1.4.

Adicionalmente, los sistemas de evaluación de desempeño de la Compañía incorporan los lineamientos del Código de Ética y Conducta de Negocios. Los criterios de evaluación de desempeño se basan en los valores corporativos: Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad, y la evaluación de la dimensión del Respeto incorpora competencias directamente relacionadas con la ética. Por ejemplo, se evalúa si el colaborador “Trabaja con honestidad, cumple sus compromisos y asume responsabilidad por errores propios y del entorno, aprendiendo de ellos y toma medidas para evitar que se repitan” y si “Vela por la sostenibilidad del negocio, reforzando el cumplimiento de los procedimientos y políticas internas, como el código de ética”.

5.1.2 CANAL DE DENUNCIAS Y CONSULTAS

Desde hace años SMU ha puesto a disposición de sus clientes, proveedores, asesores, colaboradores, accionistas, vecinos, comunidad y el público en general en Chile y Perú un Canal de Denuncias y Consultas provisto por un tercero independiente a la empresa. El objetivo del Canal es que quien tenga inquietudes sobre temas de ética o de otra índole pueda consultar o quienes sean víctima o estén en conocimiento de alguna actividad que pudiese implicar transgresión a ley o normativa, al Código de Ética y Conducta de Negocios, y/o a políticas y procedimientos internos de la Compañía, puedan informarlo sin temor a represalias, de forma confidencial, transparente, con facilidad de acceso y anónimamente, de considerarlo necesario, además permitiendo al denunciante conocer el estado de su denuncia y comunicarse directamente con la Compañía en caso de ser necesario.

La Compañía promueve el uso del Canal de Denuncias y Consultas en distintas instancias como son los contratos de trabajo, contratos con proveedores, charlas operacionales, capacitaciones y campañas comunicacionales, entre otras. La información generada a partir del canal es analizada y reportada al Comité de Ética y Conducta de Negocios y al Directorio a través del Comité de Auditoría y Riesgos. Esta información constituye un insumo relevante para la identificación de riesgos y la adopción de medidas correctivas y preventivas.

Al Canal de Denuncias y Consultas se puede acceder desde la página web de la Compañía y durante el 2025 se recibieron 86 consultas y 1.442 denuncias. Al cierre de año, se encontraba terminada la investigación de un 87%, y en 129 casos se adoptaron sanciones disciplinarias, conforme a los procedimientos internos y la normativa vigente.

Denuncias y Consultas 2025 por Grupo de Interés

Grupo	# Denuncias y Consultas	Principales Materias
Clientes⁸	403	Mercaderías, atención.
Colaboradores	891	Distintas materias de acoso, discriminación, infracciones normativas.
Proveedores	18	Infracción a procedimientos y/o Código de Ética y Conducta de Negocios.
Vecinos	98	Cambios en horarios de descargas, ajustes en maquinaria por ruido.
Otro	118	Aquellos que no se identifican en ninguna de las categorías anteriores.
Total	1.528	

⁸ Las denuncias y consultas recibidas de clientes que corresponden a reclamos son derivadas al área de Servicio a Clientes, donde se le da respuesta en tiempo y forma, registrándose la gestión y medidas tomadas. Las denuncias y consultas recibidas de clientes pero que no corresponden a reclamos son investigadas y gestionadas de la misma forma que las denuncias y consultas recibidas de otros grupos de interés.

Denuncias y Consultas 2025 y 2024 por Materia

Materia	2025	2024 ⁹
Acoso laboral ¹⁰	164	369
Acoso sexual	29	39
Brecha, fraude, falsificación o alteración de información y/o registros	11	23
Cohecho y soborno	-	1
Conflictos de intereses	2	3
Consulta	86	63
Delitos de corrupción	1	1
Falta en la igualdad de oportunidades o discriminación	8	25
Libre competencia	-	3
Otras denuncias	80	97
Otros delitos	-	1
Otras materias de recursos humanos	629	404
Reclamo cliente	363	391
Reclamo de vecino y/o comunidad	98	99
Represalias	13	5
Robo/malversación	26	32
Seguridad en el trabajo y cuidado con el medio ambiente	4	23
Uso de información privilegiada y confidencial	-	-
Uso incorrecto espacios comunes, bienes y/o imagen corporativa de la empresa	3	7
Violencia en el trabajo	11	12
Total	1.528	1.586

⁹ Algunas denuncias recibidas en 2024 han sido reclasificadas entre tipos de materia con respecto a lo informado en la Memoria Integrada 2024.

¹⁰ Teniendo en consideración la implementación de la Ley Karin, que introdujo mayores exigencias respecto de denunciante y denunciado, se ha debido modificar el criterio de clasificación para los casos de acoso laboral. Las denuncias que no clasifican como acoso laboral bajo las nuevas exigencias laborales actualmente se clasifican como "otras materias de recursos humanos", lo que explica el mayor número de denuncias bajo esta nomenclatura en 2025 con respecto a 2024 y el menor número de denuncias de acoso laboral.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Las denuncias recibidas son revisadas por el Supervisor del Canal de Denuncias dentro de un plazo máximo de 2 días hábiles para verificar suficiencia de antecedentes y, de ser procedente, se asigna un investigador responsable. La investigación se desarrolla conforme a procedimiento interno, con plazo general de hasta 30 días (en los casos regulados por la Ley N°21.643 (Ley Karin), se desarrolla dentro de los plazos legales, adopción de medidas de resguardo cuando corresponde y cierre documentado en la plataforma del canal.

El objetivo del proceso es dar respuesta a los hechos planteados, y, a la vez, identificar oportunidades de mejora en las materias, locales o áreas que requieren un refuerzo adicional, lo que puede traducirse en acciones como capacitaciones, visitas a terreno o medidas preventivas. Las infracciones constatadas se sancionan de forma oportuna, pudiendo aplicarse: amonestación verbal, amonestación escrita, descuento del 25% de la remuneración diaria y terminación del contrato de trabajo. Asimismo, durante la tramitación del caso pueden adoptarse medidas de resguardo en favor de la persona denunciante, tales como cambio temporal del lugar de trabajo, entre otras. Cuando la naturaleza de los hechos lo amerita, la Compañía colabora con instancias judiciales y no judiciales correspondientes.

Materias Sancionadas Internamente 2025

Materia	Amonestación escrita	Amonestación verbal	Multa	Terminación de contrato	Total
Acoso laboral y maltrato/violencia en el trabajo	7	-	2	1	10
Acoso sexual	2	-	1	2	5
Brecha, fraude, falsificación o alteración de información y/o registros	2	-	-	4	6
Conflictos de intereses	-	-	-	2	2
Otras denuncias	-	-	1	-	1
Otros delitos	-	-	-	2	2
Otras materias de recursos humanos	20	6	1	1	28
Reclamo cliente	6	47	-	9	62
Robo/Malversación	6	-	-	5	11
Seguridad en el trabajo y cuidado con el medio ambiente	1	-	-	-	1
Uso incorrecto espacios comunes, bienes y/o imagen corporativa de la empresa	-	-	-	1	1
Total	44	53	5	27	129

5.1.3

COMPROMISO Y GESTIÓN DE DERECHOS HUMANOS

La Declaración de Derechos Humanos en la Empresa de SMU establece el compromiso de la Compañía en esta materia, lo cual además es consistente con los valores y principios que orientan su actuar, expresamente reconocidos en su sello CERCA, su Código de Ética y Conducta de Negocios y su Modelo de Sostenibilidad. La Compañía se compromete a respetar, promover y proteger los derechos humanos en sus distintas acciones y en la cadena de valor. En caso de infracción, ha establecido mecanismos de reclamo y sanción cuya finalidad es la de mitigar y reparar su afectación.

Toda infracción a los derechos humanos puede ser reclamada en el Canal de Denuncias y Consultas, descrito en la sección 5.1.2.

5.1.3.1

DEBIDA DILIGENCIA EN DERECHOS HUMANOS

SMU está comprometida con el respeto a los derechos humanos en toda la cadena de valor, tal como establece su “Declaración de Derechos Humanos en la Empresa, una cultura de integridad”. Para asegurar una adecuada gestión integral de sus riesgos e impactos en esta materia, la Compañía incorpora procesos de debida diligencia en derechos humanos.

Además, todos los riesgos identificados se incorporan a la matriz de riesgos y a la gestión habitual de la Compañía.

El proceso de debida diligencia en derechos humanos de SMU se ha implementado de manera progresiva en las distintas operaciones de la Compañía. En 2022, SMU comenzó este proceso en sus operaciones de Unimarc y la División Logística, desarrollando la primera etapa de identificación de riesgos asociados a los derechos humanos. Luego, en 2023, el proceso se amplió para el resto de las operaciones en Chile, incorporando los formatos Alvi y S10. En el caso de Perú, se avanzó hasta llegar a la identificación de riesgos con potencial impacto en los derechos humanos.

En 2024, los riesgos de derechos humanos identificados fueron incorporados en la gestión de riesgos habitual de la Compañía, mediante su integración en la matriz de riesgos corporativa.

Durante 2025, se continuó con la revisión y ajuste de riesgos y controles, reforzando su monitoreo y fortaleciendo los procedimientos de gestión. Ese mismo año, y como parte del proceso de doble materialidad para la memoria integrada de la Compañía, se llevó a cabo un

En 2025, SMU mejoró su puntaje en el *Diagnóstico sobre Empresas y DDHH*¹⁰, llegando a 18,0 puntos, posicionándose nuevamente entre las cinco primeras empresas

¹¹ Diagnóstico realizado por el Programa de Sostenibilidad Corporativa de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Chile en colaboración con la World Benchmarking Alliance y el Proyecto CERALC.

exhaustivo levantamiento de información desde los grupos de interés, siendo los riesgos en derechos humanos un insumo para la identificación y evaluación de impactos corporativos.

El objetivo de la debida diligencia en derechos humanos es adoptar un enfoque preventivo que permita identificar riesgos, reales y potenciales, que pudiesen impactar negativamente a las personas, sociedad y medio ambiente; y así poder prevenir y mitigar y/o reparar, en caso de materialización. Esto se llevó a cabo junto a asesores externos, basándose en estándares y normas internacionales, tales como Los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas, Guía de la OCDE de Debida Diligencia para una Conducta Empresarial Responsable, OIT, entre otros.

Metodología del proceso de debida diligencia

Este proceso incluye: a) evaluar el impacto de las actividades de la empresa sobre los derechos humanos; b) integrar los análisis y las conclusiones obtenidas; c) actuar tomando las acciones necesarias para prevenir y mitigar los impactos; d) hacer seguimiento de las acciones; y e) comunicar de manera efectiva la forma en que se hace frente a las consecuencias negativas.

Alcance proceso debida diligencia

Categoría	A. % del total evaluado en los últimos tres años	B. % del total evaluado (columna A) donde se identificaron riesgos	C. % de riesgos (columna B) donde se tomaron acciones de mitigación
Operaciones Propias (incluye negocios conjuntos donde la Compañía tiene una participación controladora (% jornadas equivalentes))	100%	100%	97%
Contratistas y Proveedores Tier I¹² (% de contratistas o proveedores Tier I)	21,2%	100%	100%
Negocios Conjuntos (incluye participaciones mayores al 10%) (% de Negocios conjuntos)	N/A	N/A	N/A

¹² Proveedores Tier 1 son aquellos a los que la Compañía le compra en forma directa. Proveedores Tier 2 son proveedores de los proveedores Tier 1 y no se incluyen en el proceso.

Grupos de interés

El proceso de debida diligencia de SMU integra la totalidad de las operaciones y procesos de negocio en Chile y Perú, abarcando desde tiendas y centros de distribución hasta la división de logística y sede corporativa. Asimismo, considera la cadena de suministro de la Compañía, incluyendo proveedores y contratistas relevantes. El análisis evalúa los potenciales impactos en diversos grupos de interés, tales como colaboradores internos y externos (contratistas), proveedores, clientes y miembros de la comunidad, con un enfoque transversal que incluye a mujeres, migrantes y/o niños y niñas.

Derechos humanos considerados

El proceso de debida diligencia considera los posibles impactos en los derechos humanos relevantes para las operaciones de la Compañía y sus grupos de interés, incluyendo:

- Derecho al trabajo.
- Derecho a la vida.
- Derecho a disfrutar de condiciones justas y favorables de trabajo (incluyendo la igualdad de remuneración).
- Derecho a no ser sometido a torturas o tratos crueles, inhumanos o degradantes.
- Derecho a fundar y afiliarse a los sindicatos y derecho a la huelga.
- Derecho a la libertad y seguridad personal.
- Derecho a la seguridad social.
- Derecho a no ser sometido a esclavitud, servidumbre ni trabajos forzados.
- Derecho a la vida familiar.
- Derecho a un nivel de vida adecuado.
- Derecho a la salud.
- Derecho a la libertad de expresión.
- Derecho a la privacidad.
- Derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva.
- Derechos de protección del niño.
- Derechos de protección de la familia.
- Derecho a la igualdad ante la ley, sin discriminación.
- Derecho a vivir en un medio ambiente seguro, limpio, saludable y sostenible.

Proceso de identificación de riesgos

El proceso de identificación consideró un análisis del contexto sectorial y geográfico que permitió identificar factores críticos en derechos humanos. Asimismo, incorporó la mirada de los grupos de interés a través de los siguientes elementos:

- Marcos regulatorios, tratados internacionales, contexto político, gobernanza institucional, contexto social y ambiental
- Benchmark de empresas líderes en la gestión de DDHH.
- Revisión de estándares y exigencias sectoriales pertinentes: (1) Principios Rectores sobre Empresas y DDHH - ONU, (2) Guías Chile - Fundación Casa La Paz, (3) Las empresas y los Derechos Humanos - Business & HR, (4) Plan de acción Nacional de

DDHH y Empresas, (5) Guía de la OCDE de Debita Diligencia, (6) Herramienta empresarial en DDHH - Pacto Global, (7) Guía CEO DDHH – WBCSD.

- Revisión y análisis de información secundaria: políticas / procedimientos.
- Entrevistas a diferentes áreas de la Compañía con el objetivo de identificar: operación y comprensión concepto DDHH. Áreas entrevistadas: Gerencias Corporativas; Operaciones, Supply Chain & Logística, Personas y Sostenibilidad, Auditoría, Marcas propias, Desarrollo, Relaciones Laborales, Comercial, Conocimiento y Experiencia de Clientes y Prevención de Riesgos.
- Entrevistas a grupos de interés, entre los cuales se encuentran: representante de trabajadores; empresas de transporte; empresas de aseo, empresas de servicios de seguridad; y comunidad.

Los riesgos detectados se clasificaron en un total de 14 categorías: “operación y desarrollo”, “colaboradores”, “diversidad, inclusión y no discriminación”, “salud y seguridad en el trabajo”, “proveedores/ contratistas”, “servicios de guardias de seguridad”, “relacionamiento con clientes”, “comunidad”, “condiciones en espacios subarrendados”, “privacidad de la información”, “acceso al canal de denuncias y consultas”, “comunicación de derechos humanos en SMU”, “manejo de la información” y “transportistas”.

Proceso de evaluación y mejora continua

De acuerdo con la metodología de gestión de riesgos de SMU, una vez identificados los riesgos que pueden impactar en los derechos humanos, se evalúan de forma inherente, se identifican controles y se priorizan los riesgos de acuerdo a su nivel residual. El análisis se realiza desde los equipos responsables para la gestión de los riesgos respectivos, incluyendo los equipos de desarrollo organizacional, relaciones laborales, calidad, sostenibilidad, comercial, desarrollo inmobiliario, prevención de riesgos, operaciones y logística, entre otros.

Los riesgos identificados se integran en la matriz corporativa de riesgos, lo que permite su seguimiento y gestión continua. Al cierre del ciclo de revisión más reciente, la Compañía registró 43 riesgos en derechos humanos: 2 riesgos en nivel “medio” y 41 riesgos en nivel “bajo”, sin riesgos en los niveles “alto” y “medio-alto”.

El proceso de mejora continua en la gestión de riesgos se enfoca en:

- **Monitoreo y supervisión periódica:** Los riesgos identificados y sus respectivos controles se monitorean y revisan periódicamente, con la participación de distintas áreas de la Compañía.
- **Revisión técnica de controles:** Reuniones con los responsables del riesgo para analizar causas raíz y actualizar la matriz de controles, evitando recurrencias.
- **Ajuste de procedimientos:** Fortalecimiento de protocolos y procedimientos internos como resultado de la gestión de impactos.
- **Enfoque preventivo:** En ausencia de impactos adversos en áreas específicas, la Compañía mantiene una actitud proactiva, realizando diagnósticos preventivos que permiten actualizar sistemas internos antes de que un riesgo se materialice.

La debida diligencia en derechos humanos es un proceso continuo y transversal. Por ello, ante cualquier impacto adverso identificado o causado, SMU no solo busca remediarlo, sino que utiliza el evento como un insumo crítico para fortalecer sus sistemas y prevenir futuras ocurrencias.

Mitigación y remedio

Si llegase a ocurrir que un riesgo se materializa, a pesar de la existencia de controles y planes de acción, SMU se compromete a establecer las medidas de reparación necesarias según la situación y/o circunstancia lo amerite. Además, para conocer eventos de este tipo, la Compañía ha establecido mecanismos de reclamación disponibles para las personas potencialmente afectadas a través del Canal de Denuncias y Consultas al que pueden acceder directamente en la página web de la empresa.

Este canal es de acceso a cualquier grupo de interés, con un procedimiento claro, concreto, transparente y sin represalias, con comunicaciones directas con la persona afectada, manteniendo el carácter de reserva y confidencial. Se entiende que se ha hecho reparación, en aquellos casos ingresados por el canal de denuncias y que han dado lugar a una resolución, mediante la cual se ha mitigado o cesado el daño o afectación. Para más información, ver 5.1.2 Canal de Denuncias y Consultas.

Un ejemplo de esta interacción es la retroalimentación permanente que se brinda en situaciones vinculadas a reclamos/ denuncias de parte de las comunidades aledañas a las operaciones de la Compañía. Mediante una comunicación periódica, se informa a las personas afectadas sobre cada etapa del proceso asociado a un reclamo o denuncia, estableciendo un diálogo constante con ellas de tal forma de definir alternativas de solución que recojan sus inquietudes, y que sean acordes a la naturaleza del impacto.

El canal de Denuncias y Consultas es un mecanismo que permite además monitorizar la implementación del remedio acordado, ya que los casos que se encuentran en esta plataforma no pueden ser cerrados hasta que se ha dado respuesta a la medida adoptada.

5.1.4

DONACIONES¹³

La estrategia de ciudadanía corporativa de SMU tiene como foco el apoyo a instituciones en el ámbito de la discapacidad cognitiva y física, así como del desarrollo de MIPYMES regionales.

Para asegurar que las solicitudes de donaciones se gestionen de manera correcta, y que las donaciones se realicen conforme a la normativa interna y externa vigente, la Compañía cuenta con una Política Corporativa de Donaciones que fija los lineamientos y criterios aplicables. Asimismo, cuenta con un Procedimiento de Gestión de Donaciones, que establece cómo debe canalizarse y resolverse una solicitud de donación recibida por la Compañía, y un Comité de Donaciones, responsable de la aprobación—ya sea total o parcial—o rechazo de donaciones solicitadas por terceros. El comité está conformado por el Gerente General, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas, Gerente Corporativa de Fiscalía y Asuntos Externos, Gerente de Cumplimiento, Gerente Corporativa de Personas y Sostenibilidad, y Gerente de Sostenibilidad. Para sesionar, requiere de la participación del Gerente General y al menos tres integrantes adicionales. La periodicidad de sus reuniones es ad hoc, siempre que existan solicitudes que deban ser aprobadas. SMU no realiza donaciones a causas políticas.

Las donaciones que realiza la Compañía pueden ser en la forma de Gift Cards que se pueden utilizar para realizar compras en sus tiendas; productos; o dinero. Durante el año 2025, el monto total de las donaciones alcanzó \$50,8 millones¹⁴, correspondientes a causas relacionadas con la discapacidad cognitiva y física.

Cabe señalar que, como parte de su estrategia de ciudadanía corporativa, SMU también realiza auspicios sociales, los cuales no tienen el carácter de donación, pero están enfocados en las mismas áreas prioritarias y también son revisados por el Comité de Donaciones. El monto de los auspicios sociales en 2025 ascendió a los \$935,6 millones.

¹³ Cabe señalar que en esta sección no están comprendidas las donaciones de alimentos efectuadas en el marco del programa No Desperdicio de Alimentos. Dichas donaciones no son revisadas por el Comité de Donaciones, por ser donaciones de otra naturaleza, pero las organizaciones beneficiarias que reciben las donaciones son previamente revisadas para verificar que no tengan antecedentes de corrupción.

¹⁴ Montos entregados durante el año calendario 2025. Incluye montos aprobados en 2024 y entregados en 2025. No incluye montos aprobados en 2025 que serán entregados en 2026.

5.2 CUMPLIMIENTO

SMU está sujeta a leyes y normas que la rigen sobre una amplia gama de materias que afectan las diferentes áreas del negocio, por lo que se ha establecido el cumplimiento como un elemento estratégico de su quehacer. Para ello, cuenta con una gerencia de cumplimiento y prevención del delito, con dependencia directa del Directorio, cuya responsabilidad es velar por el adecuado cumplimiento de las obligaciones legales y regulatorias aplicables, así como de las políticas internas y estándares éticos de la Compañía.

El enfoque de cumplimiento considera la identificación, evaluación, mitigación y seguimiento de los riesgos asociados, incluyendo materias como corrupción, lavado de activos, conflictos de intereses, delitos económicos y delitos medioambientales, libre competencia, privacidad de datos personales entre otras obligaciones relevantes para el negocio.

5.2.1

PREVENCIÓN DE DELITOS

SMU cuenta con modelos de prevención de delitos para sus operaciones en Chile y Perú, con el objetivo de identificar los riesgos de delitos económicos, financieros y medioambientales¹⁵ y evitar su materialización. Estos modelos abordan expresamente los riesgos asociados a delitos de corrupción —tales como cohecho—, lavado de activos, fraudes, daño a las personas, uso indebido de información privilegiada y otras conductas que puedan afectar la integridad de la Compañía en su relación con terceros, sin sanciones en estas materias a esta fecha.

En Chile, el modelo contempla la designación de un encargado de prevención de delitos con autonomía, recursos y acceso directo al Directorio para supervisar su funcionamiento. Durante el 2025 el Modelo de Prevención de Delitos fue sometido a una evaluación independiente, como parte del proceso de fortalecimiento y mejora continua del sistema.

En Perú, el modelo considera la identificación y mitigación de los riesgos de delito en el ámbito corporativo, fomenta una cultura ética y de integridad además de considerar aquellas medidas adoptadas razonablemente para prevenir la comisión de ilícitos.

Lo anterior se complementa con el Código de Ética y Conducta de Negocios de la Compañía, los protocolos específicos para prevenir la comisión de delitos y el Canal de Denuncias y Consultas que permite reportar irregularidades sin temor a represalias. Asimismo, se desarrollan instancias de formación y comunicación continua dirigido a los colaboradores y terceros que se relacionan con la Compañía, con el objeto de fortalecer el conocimiento de los riesgos y las medidas preventivas implementadas.

Los modelos contemplan procesos de revisión anual, incluyendo auditorías internas, así como mecanismos de monitoreo asociados a los riesgos más relevantes del negocio, con el

¹⁵ Delitos tipificados en la Ley N° 20.393 y sus modificaciones, para Chile, y la Ley N°30.424 y sus modificaciones, para Perú.

fin de evaluar el funcionamiento de los controles asociados, detectar oportunidades de mejora y realizar los ajustes necesarios.

Los modelos de prevención de delitos son vinculantes para personal interno y externo, directores, ejecutivos principales, proveedores y prestadores de servicios que se relacionan con la Empresa. Se sancionan conductas que infringen la normativa contenida en el modelo. Como parte de la gestión, periódicamente se realiza la debida diligencia en el conocimiento de terceros interesados en iniciar o mantener una relación comercial con la Compañía. Para ello se utiliza la declaración de conflictos de intereses, junto con la contratación de servicios que verifican si han sido o no vinculados de alguna manera a los delitos contenidos en la Ley N° 20.393.

A la fecha SMU no ha sido sancionada por delitos de la Ley N° 20.393 de Chile o la Ley N°30.424 de Perú. Es decir, delitos económicos, financieros y medioambientales, incluyendo delitos asociados a la corrupción.

5.2.1.1

RELACIONAMIENTO CON AUTORIDADES

SMU cuenta con una Política Corporativa de Relacionamiento con Autoridades y Funcionarios Públicos, cuyo objeto es asegurar que el relacionamiento de colaboradores de la Compañía cumpla con la normativa vigente. A fin de garantizar la transparencia y probidad en reuniones o audiencias que se realicen en representación de los intereses de la Compañía. Esta política es más exigente que la legislación vigente en Chile (Ley N° 20.730 que regula el lobby), dado su alcance de aplicación. Mientras la ley de lobby establece temáticas y autoridades específicas, la política de SMU es aplicada a toda instancia de relacionamiento de los representantes de la Compañía (“gestores de interés”) con autoridades o funcionarios públicos, independiente de su naturaleza: audiencia, reunión solicitada por la autoridad, mesa de trabajo, actividad pública, ceremonias de inauguración de locales, ferias de emprendedores, entre otras.

La Gerencia de Asuntos Públicos de SMU autoriza las solicitudes de audiencia o reunión y lleva un registro de todas las instancias de relacionamiento con la autoridad con su respectiva minuta. Trimestralmente se informa al directorio respecto de las gestiones ante autoridades y organismos públicos, Asimismo, el cumplimiento de la normativa y de la política es monitoreado internamente por el área de Cumplimiento y auditado por el área de Contraloría de la Compañía.

Las principales gestiones responden a los siguientes fines: 1. Relacionamiento con ministerios y organismos relevantes para la Compañía (ej. Ministerio de Economía, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Salud, SERNAC, Dirección del Trabajo, Municipalidades); 2. Temas propios de negocio (ej. tramitaciones de permisos y patentes, promoción de proveedores locales y ferias de emprendimiento); 3. Contingencias; y 4. Legislativos.

5.2.2 PROMOCIÓN DE LA LIBRE COMPETENCIA

La libre competencia es un aspecto central del negocio de SMU. La Compañía cuenta con una Política de Cumplimiento de Libre Competencia que se enmarca en el programa de cumplimiento de libre competencia, el que involucra a todos sus colaboradores y todas sus áreas. El programa señalado reúne los requisitos establecidos en la "Guía de Programas de Cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia" elaborada por la Fiscalía Nacional Económica (FNE), de junio de 2012.

A ello se suman diversas iniciativas que permiten fomentar una cultura de cumplimiento y conocimiento de libre competencia, entre las que destacan las capacitaciones y comunicaciones que reciben los colaboradores y colaboradoras de forma periódica. A partir del 1 de noviembre de 2025, la supervisión del cumplimiento en materia de libre competencia fue asumido por la Oficial de Cumplimiento y Prevención del Delito de la Compañía, quien reporta al Directorio.

Durante el año 2025, la Compañía no fue sancionada en esta materia.

5.2.3 PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Los clientes están en el centro del quehacer diario de SMU y de su propósito corporativo: *"Con cercanía hacemos la vida más fácil a nuestros clientes"*. Para un adecuado cuidado y gestión en esta materia, la Compañía cuenta con una Política Corporativa de Cumplimiento de Protección al Consumidor y un Programa de Cumplimiento, considerando: (i) las características propias de su giro; (ii) las necesidades y expectativas de las partes interesadas; y (iii) la evaluación de riesgos.

El programa fue aprobado por el Directorio y es revisado anualmente, además de la reportería semestral de su gestión realizada por la Oficial de Cumplimiento y Prevención de Delitos. Sus principales objetivos son:

1. Entregar a los clientes la información relevante de los productos que se ofrecen en locales y plataformas digitales, en forma clara, completa, verdadera y oportuna, todo con apego a la ley.
2. Cumplir con los compromisos que se asumen con los clientes.
3. Entregar un servicio profesional, basado en el respeto a la dignidad de las personas, en el cuidado de su integridad física y psíquica, y a una atención oportuna, cordial y efectiva, fundada en altos estándares de calidad.

SMU cuenta con un área de Servicio al Cliente, que es la principal encargada de responder ante preguntas, preocupaciones y reclamos de parte de los clientes. Para más información de esta área, ver sección 7.1.4 Comunicación Responsable. Por otra parte, la protección de

MEMORIA INTEGRADA 2025

los datos de sus clientes es un aspecto central de su gestión en esta materia. Para más información, ver sección 5.2.4 Privacidad de Datos.

A continuación, se proporciona un detalle de las sanciones cursadas por las autoridades competentes en materia de derechos de clientes durante el año 2025. Los casos tienen relación con el derecho a seguridad en el consumo referidos a accidente de clientes en tiendas; robos y daños en estacionamientos; trato inadecuado de guardias de seguridad; y garantía legal. Para evitar nuevos incidentes, dependiendo de éste, el área respectiva de la Compañía, como Prevención de Riesgos, Mantenimiento, o Servicio de Atención al Cliente, busca permanentemente reforzar las mejores prácticas a través de las medidas que puedan ser necesarias.

Sanciones Derechos de Clientes

	2025
Número de sanciones ejecutoriadas	17
Monto de sanciones (MM\$)	7,8

5.2.4 PRIVACIDAD DE DATOS

SMU está comprometida con la protección de datos personales de sus trabajadores, clientes, proveedores y, en general, de cualquier persona natural que se relacione con ella. Por ello cuenta con una Política Corporativa de Protección de Datos Personales que define las directrices generales aplicables a las actividades de tratamiento de datos personales que realiza, así como normas de conducta para que su personal interno, proveedores y socios comerciales cumplan con la regulación de privacidad aplicable a sus actividades en relación con la Compañía. Asimismo, SMU cuenta con un modelo de cumplimiento de privacidad de datos que cumple con la Ley 21.719 para la Protección de Datos Personales.

Todo tratamiento de datos personales realizado por la Compañía se basa en el respeto por los principios de licitud, finalidad, calidad, transparencia, seguridad, confidencialidad, minimización y proporcionalidad. Para lo anterior, ha actualizado, creado o ajustado políticas, procedimientos y planes de acción. SMU cuenta con un Comité de Seguridad de la Información y Privacidad de Datos integrado por representantes de las áreas legal, cumplimiento, tecnología, riesgos y áreas de negocio, entre otras, a fin de abordar integralmente estas materias. Adicionalmente cuenta con una filial dedicada al resguardo y tratamiento de datos de clientes que los consolida en un repositorio anonimizado de almacenamiento con altos estándares de seguridad donde los datos son transformados en códigos internos de trabajo, así como también, un Oficial de Seguridad de Información con dedicación exclusiva para temas de protección de datos de clientes.

La Compañía informa a sus clientes sobre el tratamiento de sus datos personales, a través de los términos y condiciones y política de privacidad actualmente vigentes y publicadas en sus distintas páginas web, en cuanto a: a) quien es el responsable de los datos; b) la naturaleza de la información capturada; c) el uso de la información recopilada; d) ejercicio de derechos ARCO (Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición (bloqueo y revocación del consentimiento)) para el titular de datos personales; e) protección de los datos; y f) tiempo durante el cual se conservan los datos personales. En lo relativo a los clubes de fidelización, además, se incluye la finalidad del tratamiento de los datos con ocasión del programa, así como, también, las categorías de afiliados o niveles de socios, entre otros beneficios. Es importante señalar, además, que la Compañía no utiliza los datos personales de clientes que han solicitado la cancelación o bloqueo del uso de estos.

Cuidando la seguridad de la información

Dada la importancia de la protección de datos para SMU, la Compañía refuerza los estándares de seguridad a través de capacitaciones y campañas de comunicación interna. En 2025, más de 4 mil colaboradores fueron capacitados en privacidad de datos y en seguridad de la información. Existen canales de atención interna para que los colaboradores puedan informar de actividad sospechosa en sus equipos, correo y credenciales de acceso. Estas incidencias son atendidas de manera inmediata por un equipo SOC (Security Operations Center) especialmente enfocado en el monitoreo, análisis y respuesta de ciber incidentes.

SMU cuenta con medidas integrales para proteger sus sistemas de tecnología de la información de amenazas, tales como ataques maliciosos, pérdidas de datos, interrupciones de servicios y daños a hardware, software y/o datos almacenados. Las principales medidas incluyen análisis de vulnerabilidad, los que muchas veces se llevan a cabo durante los procesos de auditoría interna y externa, además de pruebas de penetración y simulaciones de ataques de hackers, entre otras.

Durante 2025, SMU llevó a cabo 15 auditorías de TI, en las cuales se evaluaron a 12 sistemas críticos o relevantes y 9 procesos de TI. El alcance de las auditorías de tecnología estuvo enfocado en los procesos principales con el objetivo de evaluar riesgos de TI, así como los controles implementados por la Compañía en los ámbitos de seguridad de la información, continuidad y contingencia, operaciones y monitoreo y desarrollo y cambios de TI.

Cuando la auditoría de TI identifica incumplimientos, debilidades o riesgos, la Administración prepara planes de acción, y se hace seguimiento mensual en dichos compromisos y su grado de avance. Asimismo, se informa al Comité de Auditoría y Riesgos cada dos meses.

Adicionalmente, SMU realiza una evaluación integral del nivel de cumplimiento de sus procesos de seguridad y resiliencia utilizando un asesor externo. En 2025 se realizó un análisis de madurez con una consultora experta en ciberseguridad, poniendo el foco en la estrategia de gestión de riesgos de los activos de información, la seguridad de los datos, procesos de monitoreo y detección de ciberataques, protocolos de contención del impacto y estrategias de recuperación, entre otros. Esta evaluación se lleva a cabo cada dos años,

MEMORIA INTEGRADA 2025

siendo un objetivo estratégico de la organización alcanzar los más altos estándares del sector.

Como parte del enfoque de gestión de riesgos de la Compañía, se llevan a cabo análisis de vulnerabilidad en forma permanente por parte de asesores externos que se especializan en esta materia. En 2025, se realizaron un total de 11 pruebas, cubriendo tanto plataformas propias, así como también aquellas de proveedores dentro de nuestro ecosistema tecnológico.

En 2025, la Compañía no fue sancionada por infracciones en esta materia. Cabe constatar que durante el año 2025 recibió 32 reclamos por posibles pérdidas y/o filtraciones de datos. Estos reclamos están acotados a 32 clientes quienes reclamaron ingresos no autorizados a sus cuentas. Es importante indicar que toda infracción a la Política Corporativa de Protección de Datos Personales y a los procedimientos o normas que deriven de ella, por parte de un trabajador de la Compañía, podrá dar lugar a medidas disciplinarias en contra del infractor de acuerdo con lo establecido en su Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad.

5.2.5

PROTECCIÓN A DERECHOS DE COLABORADORES

Tal como lo establece su Modelo Corporativo de Sostenibilidad, SMU es una compañía de personas, y el respeto y cuidado de los derechos y el bienestar de sus colaboradores es un elemento clave de los valores y cultura de la Compañía. Para lo anterior, cuenta con diversas políticas, procedimientos y herramientas, buscando que todos sus trabajadores cuenten con información completa y transparente acerca de sus derechos y de cómo denunciar y/o consultar sobre situaciones que los puedan vulnerar.

Entre ellos está el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, que incluye el Código de Ética y Conducta de Negocios, y define las normas en diversos ámbitos de la relación laboral, incluyendo la jornada de trabajo, el feriado legal, las obligaciones y prohibiciones de los trabajadores, procedimientos por vulneración de derechos fundamentales y denuncia de acoso laboral, e igualdad de oportunidades e inclusión social de personas con discapacidad, entre otros.

Quienes estén en conocimiento de alguna actividad que pudiese implicar una transgresión a ley o normativa, al Código de Ética y Conducta de Negocios, y/o a políticas y procedimientos internos de la Compañía, puedan informarlo de forma confidencial, transparente, con facilidad de acceso y anónimamente, de considerarlo necesario, a través del Canal de Denuncias y Consultas.

Otro ejemplo es el Procedimiento de Registro Confidencial y Tratamiento de Reclamos Relativos a Situaciones No Equitativas o Discriminatorias tiene como objetivo establecer la metodología, responsabilidades y acciones a seguir cuando se reciba un reclamo de parte de un trabajador por alguna situación que considere discriminatoria.

A continuación, se proporciona un detalle de las sanciones ejecutoriadas en materia de derechos de colaboradores durante el año 2025.

Sanciones Derechos de Colaboradores

	2025
Número de sanciones ejecutoriadas*	324
Monto de sanciones (MM\$)	965

* Número contempla sentencias ejecutoriadas y multas laborales ejecutoriadas cursadas por la Dirección del Trabajo el año 2025. Se hace presente que el número de multas ejecutoriadas aumentó debido a multas de años anteriores, 2022 en adelante, que se ejecutoriaron recién el 2025.

Durante el año 2025, se presentaron 52 acciones en materia de Tutela Laboral¹⁶. A la fecha, la Compañía no ha sido condenada por este tipo de materias. Para evitar nuevas situaciones e incidencias, la Compañía, en base a diferentes acciones, busca evitar las conductas asociadas a vulneración de derechos fundamentales, lo que se realiza a través de comunicaciones y reforzamientos constantes, capacitaciones y charlas, entre otras acciones.

Prevención del acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo

SMU promueve un buen clima laboral digno y de mutuo respeto buscando que la relación entre sus colaboradores sea respetuosa, honesta y colaborativa. La Compañía no acepta ni tolera el acoso laboral, acoso sexual o la violencia en el trabajo, implementando acciones concretas para prevenir estas conductas, a través de políticas, procedimientos, capacitaciones, campañas comunicacionales y otras acciones. Asimismo, aplica sanciones a los casos de acoso y violencia comprobados, de acuerdo con la ley vigente, Reglamento Interno y el Código de Ética y Conducta de Negocios. El Procedimiento de la Ley N°21.643, ley Karin, incorporado en el Reglamento Interno y la referencia al mismo en el Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación (SGIGC) de la Compañía describe los mecanismos y responsabilidades para prevenir, detectar, denunciar, investigar y sancionar las conductas de acoso laboral y sexual.

La capacitación es una herramienta importante para prevenir el acoso laboral, acoso sexual y la violencia en el trabajo, permitiendo informar a los colaboradores sobre la prevención, detección y corrección de estas conductas, así como los canales a través de los cuales denunciar infracciones. La capacitación en esta materia forma parte de la malla obligatoria de capacitación para todos los colaboradores, siendo las únicas excepciones de cobertura, aquellas personas con licencias médicas prolongadas, finiquitadas al cierre de diciembre o ingresos del último mes del año que están en proceso de realizar su curso.

¹⁶ Número de juicios laborales por tutela laboral ingresados en 2025.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Capacitación para Prevenir Acoso Laboral y Sexual y Violencia en el Trabajo, Año 2025

	N° Personas Capacitadas	% Dotación Capacitada
Capacitación para prevenir acoso laboral y sexual y violencia en el trabajo	21.770	94%

Denuncias por Acoso Laboral, Año 2025

	Denuncias Presentadas por Mujeres	Denuncias Presentadas por Hombres	Total Denuncias
Denuncias presentadas ante la Compañía	71	22	93
Denuncias presentadas ante la Dirección del Trabajo (o entidad equivalente)	53	18	71
Total denuncias por acoso laboral	124	40	164

Denuncias por Acoso Sexual, Año 2025

	Denuncias Presentadas por Mujeres	Denuncias Presentadas por Hombres	Total Denuncias
Denuncias presentadas ante la Compañía	22	4	26
Denuncias presentadas ante la Dirección del Trabajo (o entidad equivalente)	2	1	3
Total denuncias por acoso sexual	24	5	29

Denuncias por Violencia en el Trabajo, Año 2025

	Denuncias Presentadas por Mujeres	Denuncias Presentadas por Hombres	Total Denuncias
Denuncias presentadas ante la Compañía	8	1	9
Denuncias presentadas ante la Dirección del Trabajo (o entidad equivalente)	2	-	2
Total denuncias por violencia en el trabajo	10	1	11

El año 2025 es el primer año calendario completo medible bajo la Ley N°21.643 (“Ley Karin”), la que entró en vigencia el 1 de agosto de 2024, introduciendo nuevos requerimientos en relación al acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo. Cabe destacar que la mayoría de las denuncias por estas materias—más del 60%—fueron presentadas ante la Compañía, demostrando el conocimiento de y confianza en el canal de denuncias y procesos internos. El restante 40% se presentó ante la Dirección del Trabajo o entidad equivalente.

5.2.6

PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE

El cuidado del medio ambiente es uno de los ocho ejes del Modelo Corporativo de Sostenibilidad de SMU, y su gestión se enmarca en la Política Corporativa de Gestión Ambiental, además de procedimientos específicos relacionados con temas como gestión de residuos y medición de ruidos, entre otros. La Compañía busca prevenir, controlar y mitigar los impactos ambientales que pueden ocasionar las actividades propias de la operación, logrando cada vez una mejor relación con su entorno y un desarrollo positivo del negocio.

En 2025, SMU mantuvo en ejecución dos programas de cumplimiento aprobados, en materias asociadas a emisión de ruidos molestos, provenientes de fuentes fijas cuyas medidas consistieron en la implementación de un muro acústico, en uno de los casos, y la insonorización del grupo electrógeno, en el segundo. Ambas acciones consideran, además, la realización de una medición de ruidos molestos por una Entidad Técnica de Fiscalización Ambiental (ETFA), con el objetivo de evaluar la efectividad de las medidas una vez que estas se encuentren implementadas. Aún no cuentan con la Resolución por parte de la SMA que declara la ejecución satisfactoria del programa de cumplimiento. No hubo planes de reparación por daño ambiental necesarios de presentar ni ejecutar.

SMU cuenta con una Resolución de Calificación Ambiental (RCA) asociada al centro de distribución Lo Aguirre, la que establece compromisos ambientales. La Compañía realiza seguimiento periódico y una auditoría interna anual, con el objetivo de verificar y procurar el cumplimiento de todos los compromisos ambientales asociados a la RCA, dentro de los que se puede mencionar Monitoreos de Riles mensuales, seguimiento al Plan de Reforestación ejecutado, permisos sectoriales, entre otros. Cabe destacar que dichos compromisos ambientales se encuentran en cumplimiento.

Durante el año 2025, la Compañía no fue sancionada en esta materia.

5.3 MARCO REGULATORIO

SMU se encuentra sujeta a las leyes, normas, regulaciones y fiscalizaciones que generalmente aplican a las sociedades que operan en Chile y Perú, incluyendo leyes laborales, previsionales, de salud pública, de protección al consumidor, de protección de datos personales, de protección al medio ambiente, de valores y de libre competencia. Dichas leyes incluyen normas para asegurar las condiciones sanitarias y de seguridad en las instalaciones en que la Compañía vende y distribuye alimentos. Asimismo, incluye los requerimientos para obtener la aprobación de todos los permisos que requiere su operación, y en especial, los permisos de obras y sus recepciones finales para las instalaciones de la Compañía, ante la Municipalidad que corresponda.

5.3.1 CHILE

Ley de Protección al Consumidor y SERNAC

SMU y todos sus formatos que operan en Chile están sujetas a la Ley N°19.496 Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores y sus posteriores modificaciones, incluyendo la Ley N° 21.081 y la Ley N° 21.398 (“Ley Pro Consumidor”). El cumplimiento de dichas leyes, respecto de consumidores finales, es fiscalizado por el Servicio Nacional del Consumidor (“SERNAC”).

En los últimos años se ha fortalecido la protección de los consumidores a través del incremento de multas a proveedores que infrinjan los derechos de éstos, y en el otorgamiento de nuevas facultades al SERNAC, entre otros. El SERNAC tiene facultades para fiscalizar, pudiendo exigir información e iniciar investigaciones de oficio, también para mediar y sancionar a los proveedores que infrinjan los derechos de los consumidores finales. Además, puede interponer denuncias ante los Juzgados de Policía Local, iniciar procedimientos voluntarios colectivos, e interponer demandas colectivas cuando los intereses colectivos o difusos de un grupo de consumidores se vean afectados.

Protección de Datos Personales

SMU y sus filiales que operan en Chile está sujeta a la normativa que regula la protección de datos personales en Chile que busca proteger los derechos de las personas sobre su información. En este contexto, la Ley N° 21.719, que entrará en vigencia en diciembre de 2026, viene a actualizar y modernizar la Ley N° 19.628 sobre Protección de la Vida Privada. Esta nueva regulación alinea a Chile con estándares internacionales, establece una Agencia de Protección de Datos y define nuevas obligaciones para las empresas sobre el uso y seguridad de la información, con importantes sanciones por incumplimiento.

Libre Competencia

SMU y todas sus filiales que operan en Chile están sujetas a la normativa de libre competencia establecida en el Decreto con Fuerza de Ley N°1 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción del año 2004, que fija el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado del Decreto Ley N° 211 de 1973, que tiene por objeto promover y resguardar la libre competencia en los mercados.

En este contexto, la libre competencia es un pilar fundamental para el adecuado funcionamiento de la economía, ya que fomenta la innovación, mejora la calidad de los productos y servicios, y favorece precios más justos para los consumidores

La supervisión, aplicación y resguardo de la normativa de libre competencia corresponde a un sistema institucional integrado por la Fiscalía Nacional Económica (FNE), el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) y la Corte Suprema, los cuales ejercen funciones complementarias y coordinadas.

Secretarías Regionales Ministeriales del Ministerio de Salud

Los supermercados de SMU en Chile están sujetos a fiscalización por parte de las Secretarías Regionales Ministeriales del Ministerio de Salud, que inspeccionan los locales en forma regular y toman muestras para ser analizadas, además de velar por el estricto cumplimiento del Reglamento Sanitario de Alimentos y del Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, junto a todas las medidas que sean indicadas por la autoridad, incluyendo la implementación de protocolos cuando sea necesario. La Compañía cuenta con un equipo de profesionales que verifica el cumplimiento de la normativa, mediante pautas de adhesión a procesos. Por otra parte, trabaja de la mano con los proveedores para verificación de análisis de contramuestras y de ser requerido puede contratar servicios de análisis de laboratorio para asegurar que dicha normativa se cumple.

Adicionalmente, los supermercados de SMU en Chile están sujetos a fiscalizaciones por parte del Servicio Agrícola y Ganadero.

5.3.2 PERÚ

Libre Competencia

Las filiales de SMU que operan en Perú están sujetas al Decreto Legislativo N° 1034 que aprueba la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, la que regula, prohíbe y sanciona las prácticas anticompetitivas, y a la Ley N° 29.751 Código de Protección y Defensa del Consumidor. El cumplimiento de dichas leyes es fiscalizado por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (“INDECOPI”). Del mismo modo, las adquisiciones de sociedades y cualquier otra operación de concentración empresarial se encuentran sujeta a control previo por parte de INDECOPI de conformidad con la Ley N.° 31112 – Ley de Control Previo de Operaciones de Concentración Empresarial, vigente desde junio de 2021, que establece que las operaciones de concentración empresarial que superen los umbrales establecidos en la normativa deberán ser evaluadas y autorizadas previamente por la autoridad de competencia.

Protección de Datos Personales

Otro aspecto importante que regula las operaciones de las filiales de SMU en Perú, está constituido por el marco normativo de Protección de Datos Personales, el cual tiene por objeto que se brinde tratamiento adecuado de los datos personales, para lo cual se requiere la inscripción del Banco de Datos Personales, la obtención del consentimiento informado de los titulares de los datos personales, entre otros. La norma general está contenida en la Ley N° 29.733 – Ley de Protección de Datos Personales y su Reglamento aprobado por D.S. N°016-2024-JUS.

En materia de videovigilancia, se encuentra vigente la Directiva N° 01-2020-JUS/DGTA-PD, en la que se establecen disposiciones para el tratamiento de datos personales captados a través de sistemas de video vigilancia con fines de seguridad, control laboral y otros. El cumplimiento de este marco normativo se encuentra a cargo de la Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales.

Materias sanitarias y otros

Las tiendas de SMU en Perú están sujetas a fiscalizaciones por parte de la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (“DIGESA”), un órgano técnico normativo del Ministerio de Salud que verifica, entre otras cosas, la inocuidad alimentaria de los alimentos destinados al consumo humano elaborados industrialmente. Las municipalidades locales son responsables de las inspecciones sanitarias de las tiendas.






Asimismo, se requieren licencias gubernamentales para la venta de bebidas alcohólicas, productos horneados, mariscos y verduras, y las licencias de negocios habitualmente requeridas por las autoridades, como por ejemplo el Ministerio de Agricultura o el Ministerio de Salud.



6

SOMOS UNA EMPRESA DE PERSONAS

La cultura organizacional de SMU es la base sobre la cual se asienta la gestión de personas. En este marco, la estrategia busca desarrollar equipos ágiles y de excelencia, orientados al cliente, colaborativos entre sí y comprometidos con su trabajo diario, en un ambiente de respeto que promueve la diversidad e inclusión.

TEMAS	AVANCES 2025	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE								
Inclusión & diversidad	Recertificación del Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal bajo los estándares de la Norma Chilena NCh:3262 para SMU. A su vez se obtuvo, la certificación en el sistema de gestión de igualdad de género y conciliación en las filiales Unimarc y S10.	 								
Desarrollo de personas	Obtención de Sello Iguala Conciliación para Alvi de parte del SernamEG.	 								
Relaciones laborales	Indicador de satisfacción general de encuesta compromiso 2025: 76,8%, el mejor resultado histórico.									
Gestión de personas	Reducción de 9% en la tasa de accidentabilidad y de 14% en la tasa de siniestralidad vs. 2024.	<p>Contribuye a metas:</p> <table border="0"> <tr> <td>1.2</td> <td>8.5</td> </tr> <tr> <td>5.1</td> <td>8.8</td> </tr> <tr> <td>5.4</td> <td>10.2</td> </tr> <tr> <td>5.5</td> <td>16.7</td> </tr> </table>	1.2	8.5	5.1	8.8	5.4	10.2	5.5	16.7
1.2	8.5									
5.1	8.8									
5.4	10.2									
5.5	16.7									

6.1 CULTURA ORGANIZACIONAL



El compromiso con la cultura de una organización es un pilar fundamental para la implementación de la estrategia, ya que permite guiar el trabajo y entregar sentido mediante una mirada común. El sello cultural de SMU, CERCA, describe los valores centrales que caracterizan a la Compañía y sus colaboradores: Cercanía, Excelencia, Respeto, Colaboración y Agilidad.

SMU busca visibilizar y potenciar estos valores en la vida y gestión diaria, enfatizando el vínculo con el negocio y el alineamiento con el propósito y la estrategia de la Compañía, y reforzando con los procesos de gestión del desempeño, compromiso y capacitación.

6.1.1 COMPROMISO

En el mes de noviembre 2025, SMU realizó una nueva aplicación de la Encuesta de Compromiso, la cual permite comparar la serie histórica de preguntas que se aplican desde 2018 y continúa potenciando el análisis complementario del “*Employee Net Promoter Score*”, y además permite monitorear aspectos como el ambiente laboral y situaciones de acoso en el trabajo.

El indicador de satisfacción de la encuesta de este año alcanza el mejor resultado histórico, superando con creces el rango considerado bueno, es decir, sobre un 70%. El resultado de 76,8% considera Chile y Perú, incrementando de manera significativa todas las dimensiones del instrumento donde las preguntas con mayores alzas fueron aquellas relacionadas al seguimiento del desempeño en el trabajo, oportunidades de desarrollo y compromiso con un trabajo de calidad. Por otro lado, las preguntas con oportunidad de mejora están contenidas en las dimensiones de *Colaboración* y *Oportunidades de Desarrollo*, las que igualmente mejoraron sobre su base, posicionándose ambas a solo un punto del 70%, nivel considerado bueno. Como cada año, los resultados se presentan a los equipos a través de sus jefaturas, con el propósito de trabajar en conjunto los planes de mejora, los que incluyen planes centralizados para aquellas unidades con menores resultados, con mayor concentración de personas y/o con disminuciones significativas respecto a la aplicación anterior.

Resultados Encuesta Compromiso (*)

	2025	2024
% Respuestas	93%	93%
Encuesta Compromiso	76,8%	74,3%
Meta Encuesta Compromiso	70,0%	70,0%

* La Encuesta de Compromiso estuvo disponible vía online para todas las personas con al menos un mes de antigüedad en la empresa.

Resultados Encuesta Compromiso por Género

	2025	2024
Mujeres	76,2%	73,6%
Hombres	78,1%	75,5%

Resultados Encuesta Compromiso por Grupo Etario

	2025	2024
18-25 años	76,9%	75,5%
26-36 años	73,4%	70,9%
37-49 años	76,6%	73,7%
50 y más años	78,9%	77,3%

6.2 DESARROLLO DE PERSONAS

En SMU las personas son el pilar fundamental para alcanzar los objetivos trazados y el propósito de negocio. Por tanto, la atracción y retención del talento son factores clave para el desarrollo y, con esto, para la sostenibilidad de la Compañía, la que cuenta con programas de capacitación y desarrollo; un sistema de evaluación de desempeño; y con una estructura de incentivos competitiva que cautela además la equidad.

Anualmente la Compañía dispone de un plan formativo que recoge la nivelación de conocimientos requeridos por el negocio, pero también la habilitación y preparación de nuevas necesidades de capacitación y/u obtención de talento que el entorno o las actualizaciones del negocio y sus proyectos exijan.

Asimismo, en busca de impulsar la diversidad de capacidades, conocimientos, condiciones, experiencias y visiones dentro de las personas que desempeñan funciones en los distintos niveles de la organización, continuamente se impulsan programas de contratación y desarrollo para jóvenes, personas con condiciones de discapacidad, adultos mayores y mujeres.

6.2.1 SELECCIÓN

Para contar con un equipo de personas que permitan a SMU cumplir su propósito corporativo y alcanzar sus objetivos estratégicos, la Compañía cuenta con procesos de selección y reclutamiento para potenciar talento interno y atraer talento externo.

Dichos procesos se rigen por el Procedimiento de Reclutamiento y Selección de Personal, cuyo objetivo es establecer criterios para el reclutamiento, selección y contratación de posiciones vacantes, de manera que estos sean conducidos de forma transparente y objetiva, trazables y libres de sesgos, que permitan a SMU asegurar la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, sin distinción de etnia, religión, orientación sexual u otros que pudieran significar un desmedro en las oportunidades de las personas en el acceso a un cargo de la empresa.

Anualmente se realiza la evaluación de desempeño a todos los trabajadores de la Compañía. En virtud de este resultado, SMU genera programas de perfeccionamiento para personas con desempeños destacados en todos los niveles de la organización, quienes ante oportunidades de crecimiento tienen prioridad. Asimismo, las oportunidades internas se difunden de manera abierta a todos los trabajadores, buscando priorizar crecimiento interno antes de resolver por búsqueda externa. Cada proceso, además de considerar los datos de desempeño, considera la evaluación laboral específica por parte del área de Reclutamiento y Selección.

Movilidad Interna

	2025	2024
Vacantes llenadas internamente (%) (*)	48%	48%

*Considera aquellas posiciones que no corresponden a cargos base, que por definición no pueden ser llenadas internamente.

Los procesos de contratación de SMU y sus filiales consolidan un sistema integrado que contempla las etapas desde el reclutamiento y la selección, hasta la ejecución del proceso de inducción operativa y su seguimiento. La postulación preferente se realiza a través de los portales “Trabaja con Nosotros” de cada formato de negocio, portales que en conjunto reciben más de 100 mil postulaciones por año, integrando la gestión de postulaciones y evaluación inicial online.

Nuevas Contrataciones por Género

	2025	2024
Mujeres	3.554	3.796
Hombres	3.639	3.905
Total Nuevas Contrataciones	7.193	7.701

Nuevas Contrataciones por Grupo Etario

	2025	2024
Menor a 30 años	4.667	5.054
30-50 años	2.105	2.227
Sobre 50 años	421	420

Nuevas Contrataciones por Cargo

	2025	2024
Alta gerencia	-	2
Gerencia	32	34
Jefatura	86	92
Operario	2.609	2.661
Fuerza de venta	3.817	4.340
Administrativo	87	71
Otros profesionales	252	201
Otros técnicos	310	300

6.2.2 CAPACITACIÓN

La formación y capacitación en SMU y filiales están enfocados en la habilitación para el cargo actual y también para lograr el desarrollo de los colaboradores y, al mismo tiempo, apoyar el logro de los objetivos de la Compañía. La cultura organizacional CERCA es el engranaje que procura entregar las herramientas necesarias para que puedan adquirir conocimientos y desarrollar las competencias, alineadas con el plan estratégico de la Compañía.

La Política de Capacitación de SMU tiene como objetivo habilitar al personal en su cargo actual y desarrollar habilidades para eventuales cargos futuros, asegurando una alta cobertura y una experiencia de capacitación práctica y simple, alineada con los objetivos de negocio, la estrategia de la Compañía y su cultura CERCA.

Asimismo, el Procedimiento de Gestión de Capacitación de la Compañía tiene como objetivo asegurar una correcta y oportuna formación, alineada con los objetivos, estrategias del negocio y su cultura, promoviendo el desarrollo de todas las personas sin ningún tipo de discriminación o sesgo de género, edad, discapacidad o nacionalidad, asegurando el acceso equitativo entre géneros y considerando ciertas condiciones de los participantes para su acceso.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Durante 2025, el foco de capacitación en Chile estuvo en los siguientes programas:

Inducción Operacional Líderes Operacionales y Cargos Base: El modelo de inducción considera el detalle de los procedimientos operativos y un acompañamiento formal durante los primeros 30 días en su cargo en el caso de los líderes, mientras que para cargos base considera un entrenamiento en el puesto de trabajo realizado por los líderes de su centro de trabajo. En 2025 se logró llegar al 78% de cobertura de las nuevas contrataciones.

Aperturas de Locales y Nuevos Procesos en Tienda: El proceso de inducción y formación para la apertura de nuevos locales y/o nuevos procesos, es una actividad crítica para asegurar la buena atención a clientes y la adhesión a los procesos internos desde el primer día de funcionamiento. Durante 2025 se realizaron 16 aperturas de locales en Chile y más de 50 conversiones, en los cuales se implementó el programa de capacitación y acompañamiento en terreno, cubriendo a más de 1.200 colaboradores.

Certificación de Cargo, Líderes Operacionales, Especialidades y Cargos Base: Este es un programa de nivelación de conocimientos dirigido a todos los roles dentro de locales y centros de distribución, donde en 2025 se llevó a cabo un plan de reforzamiento de prácticas y procesos de trabajo en terreno, con la participación activa de líderes y cargos base. En el año cerca de 10 mil colaboradores completaron su malla de aprendizaje, alcanzando cerca de 17 mil colaboradores con su certificación al día.

Programa Liderazgo Operacional: El objetivo de este programa es desarrollar a líderes operacionales, de manera que sean capaces de conocer, identificar, analizar y gestionar los principales indicadores de negocio, focos operacionales del año y nuevos procesos, y al mismo tiempo aplicar el modelo de liderazgo CERCA para motivar e inspirar a sus equipos. De esta manera, los líderes junto a sus equipos ofrecen el mejor servicio a los clientes de los diferentes formatos, y además contribuyen al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Compañía. En este programa participaron más de 2.300 colaboradores, incluyendo administradores y jefaturas de tienda y supervisores de los centros de distribución, con una cobertura de participación de un 95% del grupo objetivo.

Programa Normativo: Esta iniciativa busca fortalecer el conocimiento y adhesión a materias fundamentales para el funcionamiento del negocio, incluyendo libre competencia, consumidores, personas, prevención y cultura.

Capacitación

	2025	2024
Total horas de capacitación	2.239.706	2.243.930
Número de personas capacitadas	22.332	22.238
Porcentaje de dotación capacitada	97%	92%

Capacitación por Cargo y Género (*)

	2025						2024					
	Mujeres		Hombres		Total		Mujeres		Hombres		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alta gerencia	5	0,02	9	0,04	14	0,1	5	0,02	8	0,03	13	0,1
Gerencia	86	0,4	155	0,7	241	1,1	77	0,3	166	0,7	243	1,0
Jefatura	299	1,3	513	2,2	812	3,5	299	1,2	516	2,1	815	3,4
Operario	6.342	27,5	3.400	14,8	9.734	42,3	6.280	25,9	3.586	14,8	9.866	40,7
Fuerza de venta	5.091	22,1	1.981	8,6	7.055	30,6	4.968	20,5	1.847	7,6	6.815	28,1
Administrativo	475	2,1	217	0,9	692	3,0	461	1,9	243	1,0	704	2,9
Otros profesionales	341	1,5	405	1,7	746	3,2	352	1,5	439	1,8	791	3,3
Otros técnicos	1.753	7,6	1.290	5,6	3.038	13,2	1.716	7,1	1.275	5,3	2.991	12,3
Total	14.392	62,5	7.970	34,6	22.332	96,9	14.158	58,4	8.080	33,3	22.238	91,7

*Porcentajes se calculan sobre la dotación total.

Horas de Capacitación Promedio por Cargo y Género

	2025		2024	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Alta gerencia	43	39	67	52
Gerencia	52	70	83	64
Jefatura	138	158	160	178
Operario	79	91	87	72
Fuerza de venta	70	103	85	95
Administrativo	123	90	66	87
Otros profesionales	54	65	77	98
Otros técnicos	187	176	126	133
Total	90	110	91	95

MEMORIA INTEGRADA 2025

Horas de Capacitación Promedio por Grupo Etario

	2025	2024
Menor a 30 años	118	93
30-50 años	97	91
Sobre 50 años	77	95
Total	97	93

Horas de Capacitación por Materia

	2025	2024
Habilidades rol actual	1.868.076	1.925.580
Desarrollo para roles futuros	54.422	70.014
Cursos normativos	317.208	248.336

Inversión en Capacitación

	2025	2024
Tiempo de capacitación total (horas)	2.239.706	2.243.930
Tiempo de capacitación promedio por colaborador (horas)	97	93
Monto destinado a capacitación (MMCLP)	2.680	2.450
Monto destinado a capacitación (% ingresos)	0,1%	0,1%
Monto destinado a capacitación por colaborador (CLP)	116.354	101.057

Durante el año 2025, el plan de capacitación puso especial foco en la actualización de conocimientos de cada cargo, además del refuerzo y apoyo de habilidades de liderazgo para jefaturas.

6.2.3 EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

El modelo de gestión de desempeño de SMU es un elemento central del desarrollo de talento a través de la organización. Este modelo contempla evaluaciones de desempeño para el 100% de los colaboradores, incluyendo una conversación de retroalimentación anual con su jefatura, así como también, la fijación, seguimiento y evaluación de objetivos individuales, los cuales buscan medir el avance de los resultados y el desarrollo individual.

Para asegurar una gestión del desempeño permanente, la Compañía además ha incorporado sesiones de retroalimentación intermedia: estas “conversaciones ágiles” están diseñadas para monitorear los avances, ajustar planes y eliminar barreras para el cumplimiento de metas durante el año.

Adicionalmente, para los primeros tres niveles de ejecutivos existen evaluaciones cruzadas y mesas de calibración, las cuales incorporan múltiples perspectivas para la toma de decisiones relacionadas con el desarrollo y la sucesión.

Para facilitar la comprensión de las herramientas de evaluación y apreciación de desempeño, se realizan regularmente campañas comunicacionales, capacitaciones y seguimientos a equipos zonales de recursos humanos, administradores y jefaturas operacionales.

La alta cobertura en este proceso permite que, una vez finalizado, se puedan realizar los análisis comparativos por nivel de cumplimiento, oportunidades de desarrollo y potencial dando la posibilidad a que las personas de desempeño destacado accedan a los programas de desarrollo y crear planes de acción para aquellas que requieran un mayor acompañamiento para mejorar su desempeño de cara al siguiente ciclo de trabajo.

Evaluación de Desempeño: Cobertura Grupo Objetivo (*)

	2025	2024
Colaboradores evaluados – Total	97%	96%

*Porcentaje de la dotación del grupo objetivo evaluada. El ciclo de evaluación de desempeño de cada año finaliza durante el primer trimestre del año siguiente, por lo que las cifras de 2025 son preliminares.

6.2.4

PROGRAMAS DE DESARROLLO Y ATRACCIÓN DE TALENTO

El desarrollo de personas, entendiéndolo como un ciclo continuo, considera la evaluación de desempeño como una etapa central, pues tiene una estrecha relación con los programas de desarrollo y reconocimiento, permitiendo identificar oportunidades para la mejora continua en las operaciones de SMU. Los programas de desarrollo de la Compañía contemplan diversos mecanismos, incluyendo coaching y mentoría personalizados; aprendizaje en equipos; y redes de conocimiento internas; entre otros. Asimismo, la Compañía cuenta con programas enfocados en la atracción de talento para satisfacer las necesidades actuales y futuras del negocio.

En el marco de esta mirada, durante el año 2025 en SMU se han impulsado diferentes iniciativas dentro del programa “Gestión Diferenciada de Desarrollo” que tiene como base el proceso de evaluación de desempeño, **buscando preparar a las personas de desempeño destacado para asumir el siguiente nivel de desarrollo dentro de la organización**. Por otra parte, en 2025 SMU participa nuevamente en el estudio Merco Talento, ubicándose por tercera vez consecutiva dentro de las 100 mejores empresas para atraer y retener talento, quedando en el puesto 56.



Con foco en cargos operacionales y de liderazgo, el programa **Desarrolla Tu Carrera** busca habilitar a colaboradores de desempeño destacado para asumir nuevas responsabilidades y desafíos de carrera dentro de la Compañía.

Dado el fuerte crecimiento orgánico que forma parte de la estrategia de SMU, es **imprescindible contar con trabajadores entrenados para asumir labores de mayor especialidad en las tiendas nuevas**, además de cubrir necesidades de reposición regular. Asimismo, al fomentar la contratación de candidatos internos, el programa permite a la Compañía **optimizar los tiempos de contratación** y de formación de estos roles de mayor especialización, además de **ahorro en costos de contratación**.

Este programa se desarrolla en conjunto con el reconocido Instituto Profesional AIEP, ofreciendo diferentes mallas formativas, tales como *Administración Tiendas, Nuevas Jefaturas, Gestión de Operaciones Logísticas, Tesorería y Percibibles*, entre otras, combinando temas transversales y específicos como inventario, gestión de personas, clientes, comunicación, contabilidad, etc.

Impacto:

- Durante 2025, **244 colaboradores** participaron en el programa.
- El **46%** de los graduados de los últimos tres años experimentaron un **crecimiento o movilidad profesional** a través de un cambio de cargo dentro de la Compañía, y en el año 2024 este indicador alcanzó **55%**.

Liderazgo Operacional es un programa que busca desarrollar a líderes operacionales, para que ellos—junto a sus equipos—puedan **ofrecer el mejor servicio a los clientes** de los diferentes formatos de SMU, contribuyendo así al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Compañía.



La construcción de los contenidos claves del programa está **directamente alineada con los indicadores claves del negocio**, tales como venta, brecha, NPS, disponibilidad de productos y otros. El programa refuerza el análisis y gestión de estos indicadores, revisándolos y ayudando a los líderes a entender los resultados, identificar palancas a movilizar y desarrollar planes de acción que permitan mejorar desviaciones para el cumplimiento de las metas de su unidad de negocio. Adicionalmente, se llevan a cabo sesiones prácticas de liderazgo en terreno con las jefaturas.

Impacto:

- Durante 2025, **2.306 administradores, jefaturas y supervisores** participaron en el programa, alcanzando una participación del **95% de los cargos objetivo**.
- Encuesta compromiso: **mejor resultado histórico a nivel general (76% percepción positiva)** y también en las dimensiones de liderazgo (75%) y oportunidades de desarrollo (69%), destacando el **incremento de 13 puntos** respecto de 2024 en la pregunta “*Durante los últimos 6 meses mi jefatura ha hablado conmigo sobre mi desempeño en mi trabajo*”.

Banca de Líderes: Programa que busca asegurar la disponibilidad de talento para el negocio a través de la continua incorporación y capacitación de personas con potencial en cargos claves de la operación. En 2025 hubo más de 130 ingresos por esta vía a los distintos formatos de negocio, incluyendo la contratación de jefaturas de segunda línea en tiendas y Administradores Trainee que puedan, al cabo de seis meses de formación, tomar el liderazgo de tiendas en los distintos formatos de negocio.

Operadoras Logística: Programa orientado a fomentar la incorporación de mujeres en las operaciones logísticas con un plan de formación teórica y práctica en los procesos logísticos. En 2025, se incorporaron cinco nuevas operadoras al Centro de Distribución Lo Aguirre.

Comunidades de Aprendizaje Internas: A través de una plataforma de aprendizaje online, más de 250 colaboradores de las áreas de TI y E-commerce participan en comunidades que son lideradas por expertos en las materias cubiertas, de manera de contribuir al desarrollo colectivo de competencias digitales.

Programa de prácticas y memorias: Programa de seguimiento a estudiantes que necesiten realizar una experiencia práctica o memoria como requisito de su carrera. Durante el 2025 más de 40 practicantes y memoristas participan del plan, cuyo objetivo central es acompañar a los estudiantes en su primera experiencia laboral y generar candidatos que puedan sumarse a necesidades regulares de contratación.

6.2.5 ESTRUCTURA DE COMPENSACIONES

La gestión de compensaciones es una parte fundamental de la estrategia de gestión de personas en SMU, ayudando a atraer y retener talentos en la organización. Esta gestión se fundamenta en dos principios: equidad interna y competitividad externa. Por otra parte, su ejecución se basa en el sistema Global Grading System (GGS) de Willis Towers Watson (WTW), metodología técnica que permite valorar cada cargo por su contribución al negocio y a la estrategia, eliminando cualquier sesgo o discriminación por género, edad o nacionalidad. Cada nivel cuenta con una banda salarial de compensación total que garantiza una retribución justa y basada estrictamente en criterios objetivos.

La Política de Remuneraciones y Compensaciones de SMU establece que para cada nivel del GGS se define una banda de renta a nivel de la compensación total (remuneraciones fijas y variables, además de beneficios cuantificables), y a la vez, cada cargo se asocia a una de estas bandas de acuerdo con la evaluación realizada en la herramienta. De esta manera, se garantiza que las compensaciones de los trabajadores sean justas y se basen en su contribución y desempeño en la organización.

Como parte de sus medidas de resguardo, la Política de Remuneraciones y Compensaciones, así como también, el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, contemplan un procedimiento de denuncia para que cualquier trabajador que considere que el derecho a la igualdad de remuneraciones hubiese sido vulnerado o no haya sido respetado pueda presentar un reclamo por escrito a través de una descripción de los hechos que constituyan desigualdad de remuneraciones, adjuntando los antecedentes, que considere necesarios (evaluación de conocimientos y habilidades, competencias técnicas, experiencia y otros que aporten a fundar su reclamo). De esta forma todos los trabajadores de la Compañía tienen la oportunidad también de velar por el cumplimiento de la equidad remuneracional.

Como parte del compromiso de SMU con la no discriminación, la política define una serie de medidas de remuneración no sexista:

- Estudios de brecha salarial: Se realizan estudios semestrales de participación y renta por género para corregir desviaciones.
- Calibración de posiciones: Se evalúan cargos, no personas, asegurando igualdad de acceso a nivelaciones y/o mejoras salariales por desempeño.
- Acceso igualitario a incentivos: Los incentivos variables se asocian al cargo y sus metas, no a la persona que lo ocupa, garantizando igualdad de oportunidades para todos.
- Transparencia en el proceso de selección: Para evitar y eliminar cualquier brecha de remuneración al ingreso, ante procesos de búsqueda (ya sea interno, externo o mixto), previo al inicio de la búsqueda la banda remuneracional del cargo se entrega al área de Selección. Por política, la renta de ingreso final nunca puede ser menor al punto de entrada de la banda remuneracional respectiva.

Equiparidad salarial (*)

	Equiparidad Salarial (Media)	Equiparidad Salarial (Mediana)
Alta Gerencia	102%	114%
Gerencia	78%	91%
Jefatura	93%	92%
Operario	104%	104%
Fuerza de Venta	115%	112%
Administrativo	115%	108%
Otros Profesionales	90%	86%
Otros Técnicos	94%	99%

*La equiparidad salarial se mide de la siguiente forma: sueldo bruto mensual por hora (haber fijos y variables) medio/mediano de todas las colaboradoras de una determinada familia de cargo, dividido por el sueldo bruto mensual por hora (haber fijos y variables) medio/mediano de todos los colaboradores de la misma familia de cargo. En el grupo de Alta Gerencia, se excluye al gerente general para mantener consistencia de los datos en este segmento.

Incentivos

El modelo de compensación variable de SMU está definido para alinear el esfuerzo de cada colaborador con las metas de la Compañía, fomentando una cultura de eficiencia, colaboración y foco en los resultados, basado en los siguientes principios:

1. **Alineación estratégica**, vinculando los incentivos de todos los colaboradores directamente a los objetivos estratégicos de la organización. Las metas son propuestas anualmente por la Administración y aprobadas por el Directorio, asegurando una conexión directa entre el desempeño individual y el éxito corporativo.
2. **Reconocimiento y recompensa** del buen desempeño a lo largo de toda la organización, incluyendo metas específicas por gerencia y área. De esta manera, cada equipo es consciente de los resultados globales y, a la vez, de su contribución al logro de objetivos.
3. **Alineamiento al trabajo en equipo**, motivando la colaboración para conseguir metas comunes, promoviendo una visión de éxito compartido por sobre el interés individual.
4. **Transparencia y equidad**, con objetivos claros, medibles, alcanzables y comunicados de forma transparente a todos. Esto asegura que el modelo sea percibido como una herramienta justa que motiva y retiene al talento más comprometido.

Incentivos para Talento Clave

Con el fin de retener, motivar y recompensar a aquellos colaboradores cuya contribución y conocimiento en procesos de negocio críticos son fundamentales para la continuidad y competitividad de la Compañía, a partir del año 2025 se extendió el modelo de incentivos de largo plazo a un grupo selecto de talentos clave que no forman parte del equipo de ejecutivos principales.

Al igual que el plan para ejecutivos, este incentivo vincula directamente la recompensa con la creación de valor a largo plazo, basándose en dos pilares fundamentales:

1. Desempeño financiero: Medido a través de indicadores de alto impacto como el EBITDA o el Margen de Contribución, que reflejan la rentabilidad y eficiencia del negocio.
2. Rendimiento bursátil: Alinea los intereses del talento clave con los de los accionistas, midiendo el desempeño de la acción de la Compañía con respecto al IPSA.

6.3 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

El compromiso de contribuir a una sociedad más inclusiva donde la diversidad es apreciada, valorada y forma parte esencial de la identidad corporativa de SMU desde sus inicios, y se ha profundizado en concordancia con el sello CERCA, y el valor del Respeto. Los principios de diversidad e inclusión se refuerzan también en su Código de Ética y Conducta de Negocios; Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad; y Política de Diversidad e Inclusión. Para ampliar su impacto, la Compañía promueve estos principios junto a sus colaboradores, sus familias, clientes, empresas proveedoras y la comunidad en la cual está inserta.

Para lograr estos objetivos, SMU tiene un Modelo de Diversidad e Inclusión, que enmarca su gestión en los principios base de no discriminación y respeto, enfocándose en el trabajo de tres grupos de interés: género, generaciones y discapacidad.

SMU mantiene dos programas de difusión y cambio cultural en el contexto de este modelo: el programa #QueNoSeaTema entrega herramientas y guías prácticas, y el programa Derribando Mitos se enfoca de manera directa en ir develando los sesgos inconscientes en torno a los diferentes grupos de interés.

Modelo de Diversidad e Inclusión de SMU



6.3.1 GÉNERO

En SMU se reconoce la importancia de continuar promoviendo la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, tanto en el acceso al empleo, capacitación y desarrollo profesional, así como también en las condiciones de trabajo, entre otros aspectos. La Compañía cuenta con diversas iniciativas en el marco de su Modelo de Diversidad e Inclusión, y además participa en diferentes rankings y evaluaciones que permiten medir su desempeño, identificar brechas y desarrollar planes de acción.

El compromiso y la gestión en materia de igualdad y equidad de género se ve reflejado en las cifras de participación femenina en cargos de liderazgo de SMU. Al nivel del Directorio, la Compañía cuenta con dos directoras de un total de nueve directores, siendo los cargos de Presidenta y Vicepresidenta ocupados por mujeres. Con respecto a la alta gerencia, un 36% son mujeres; en cargos gerenciales, un 36%, 4 puntos más que durante el 2024; y en cargos de jefaturas, un 37%. De esta forma, el total de participación femenina en posiciones de liderazgo de la empresa alcanzó un 37% en 2025. Considerando toda la dotación de SMU, hay una gran participación de mujeres, alcanzando el 65% de representación.

Norma Chilena 3262:2021

Durante 2025, SMU continuó avanzando con su Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal en sus diferentes formatos, expandiendo su certificación bajo la Norma Chilena 3262:2021 e impulsando la mejora continua.

En el caso de SMU S.A., en 2025 la Compañía volvió a recertificar el sistema, con lo que ya lleva tres años con el sistema implementado y certificado, siendo la única empresa supermercadista que a la fecha cuenta con el Sello Igual Conciliación otorgado por el SernamEG que reconoce a SMU como una empresa que promueve y trabaja por la igualdad de género y la conciliación de la vida laboral, personal y familiar en la lógica de la corresponsabilidad. Adicionalmente, Unimarc y Super10 certificaron sus sistemas por primera vez en el año 2025; Alvi recibió el Sello Igual Conciliación, luego de certificarse en el año 2024; y Servicios Logísticos Santiago volvió a certificar su sistema, habiendo recibido la primera certificación y el Sello Igual Conciliación en el año 2024.

SMU es la única empresa supermercadista que cuenta con el Sello Igual Conciliación, reconociéndola por promover la igualdad de género y la conciliación de la vida laboral, personal y familiar

Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal

- Detección de brechas
- Elaboración de planes de acción para minimizar o eliminar las brechas detectadas
- Capacitaciones internas
- Actualización y creación de procedimientos con perspectiva de género
- Formación de un equipo de auditoría interna con foco en temas de igualdad de género y conciliación



SMU, TRABAJANDO POR LA IGUALDAD DE GÉNERO

PROCESO DE CERTIFICACIÓN
NORMA CHILENA DE
IGUALDAD DE GÉNERO Y CONCILIACIÓN

Igualdad de género: Metas 2024 - 2025

Con el fin de seguir avanzando en materia de igualdad de género, SMU definió una serie de metas específicas, las cuales contaban con el compromiso y lineamientos del Directorio. La Compañía cumplió todas las metas establecidas, tal como se informa a continuación:

- Mantener los sistemas de Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal, bajo la **Norma Chilena 3262:2021** en todos los formatos, procurando su mantención y recertificación según la fecha de aplicación.
- Potenciar la incorporación de mujeres a labores que tradicionalmente han sido masculinizadas, por ejemplo, a través del programa de formación de mujeres operarias logísticas, creciendo en promedio un 1% entre 2024 y 2025. Como claro ejemplo del compromiso, durante este periodo, se incrementó en 2% la participación de mujeres en estos cargos.
- Continuar promoviendo la participación de mujeres en ámbito de los campos STEM como Tecnologías de la Información, Sistemas, Innovación, Transformación Digital y Comercio Electrónico. Durante el 2025, se logró aumentar en 1,6 puntos porcentuales este indicador, lo que es un impulso para continuar avanzando en este foco.

Colaboración para fomentar la equidad de género

Durante 2025, SMU ha mantenido y desarrollado vínculos de colaboración en materia de género con las siguientes organizaciones:

- **ONU Mujeres:** SMU Chile forma parte de la comunidad WEPs Global ONU Mujeres, comprometida con los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (“WEPs”), promoviendo la equidad de género y el desarrollo de sus colaboradoras en línea con este compromiso.
- **Red Activa:** Desde 2020 SMU es miembro de esta red que busca promover la equidad de género y políticas más inclusivas.
- **Pacto Global:** SMU a fines del 2021 firmó su Carta de Compromiso al Pacto Global de las Naciones Unidas, impulsando dentro de las iniciativas el aporte al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de cara al 2030.
- **SernamEG:** SMU cuenta con un convenio con el Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género, recibiendo asistencia técnica para el desarrollo de material de comunicación y capacitación, además de apoyo en iniciativas específicas que contribuyen a la equidad de género, como por ejemplo las ferias de emprendimiento femenino.

6.3.2

GENERACIONES

En SMU se tiene la convicción de que los equipos de trabajo se favorecen con la intergeneracionalidad, dando valor a la experiencia y participación de personas en las distintas etapas de su ciclo vital. Ha publicado una guía “Derribando Mitos: Generaciones” que resalta la importancia de cada generación que pertenece a la Compañía. En esta línea, durante 2025 la Compañía participó de una variedad de actividades e iniciativas, tales como:

- **Jornadas de Aprendizaje Colectivo de Red de Empresas con Experiencia**, iniciativa impulsada por SeniorLab de la Pontificia Universidad Católica, buscando promover iniciativas multisectoriales que enfrentan el desafío de la vejez.
- **Voluntariado de Fundación Las Rosas**, por cuarto año realizando una serie de actividades con uno de los hogares de la Fundación.
- **Feria laboral “Conectando tu talento”**: Iniciativa que busca acercar a las empresas a la comunidad estudiantil, para así brindar las mejores alternativas para su inserción en el mundo laboral.
- **Trabajando Pro!** Comunidad que se vincula con empresas comprometidas con la inclusión de personas mayores a 50, ofreciendo puestos de trabajo sin sesgos.
- **Programa de prácticas profesionales**: Orientado a ser un referente en torno al ingreso laboral de las personas jóvenes al mundo laboral.

6.3.3

DISCAPACIDAD

La inclusión de personas en situación de discapacidad ha sido un foco de trabajo histórico en SMU, el que nació tempranamente gracias a su vinculación con las fundaciones Teletón y Descúbreme. La Compañía busca potenciar la verdadera inclusión laboral, apoyando a su vez la gestión del trabajo autovalente de las personas con discapacidad. A diciembre de 2025, la Compañía cuenta con un total de 330 personas en situación de discapacidad.

Para seguir fomentando la inclusión laboral, al año 2025 SMU cuenta con 25 colaboradores/as certificados, a través del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales de “Chile Valora”, como Gestores de Inclusión Laboral, formalizando el compromiso con la inclusión laboral y propiciando ambientes laborales de respeto, diversidad e inclusión.

Programa Personas Cuidadoras

El programa Personas Cuidadoras se crea como apoyo a la compleja problemática de personas que tienen a su cargo familiares que requieren un cuidado permanente debido a una enfermedad o situación de discapacidad que genera dependencia. Este programa busca facilitar la conciliación del trabajo y la corresponsabilidad con el cuidado del familiar. Para ello cuenta con un equipo de asistentes sociales que entrega la asesoría necesaria para

acceder a beneficios sociales; proporciona apoyo en la gestión de atención de salud para sus familiares; realiza visitas domiciliarias; y confecciona informes sociales, entre otras. En 2025, un total de 478 personas trabajadoras formaron parte del programa, de las cuales el 85% son mujeres, mientras que el universo de personas que requieren cuidados, el 62% son niños, niñas y adolescentes, y el 38% corresponde a personas adultas.

Adicionalmente, se ha conformado la red de afinidad de personas cuidadoras, a través de la cual por cuarto año se han realizado encuentros virtuales para abordar temáticas de apoyo y transferencia de herramientas que sean útiles para abordar el rol de personas cuidadoras.

Programa La Hora Silenciosa

Durante el 2025, en los formatos Unimarc y Super10 se continuó desarrollando este programa en el que durante una hora al día se busca brindar una experiencia de compra positiva y agradable a personas con TEA (Trastornos del Espectro Autista), sus familiares y otras neurodivergencias. Para ello, se disminuye el volumen de la música y habilita una caja exclusiva. El programa también contempla la capacitación a colaboradores, orientada a generar conciencia en las personas sobre esta condición. Este programa comenzó en el año 2024, operando en nueve tiendas de Unimarc, y durante 2025, se expandió la cobertura al 100% de los locales del formato.

Colaboración para fomentar la inclusión laboral

Para seguir adoptando mejores prácticas, y para compartir sus experiencias, SMU trabaja colaborativamente con instituciones que promueven la inclusión laboral de personas en situación de discapacidad. Estas organizaciones incluyen Oficinas Municipales de Intermediación Laboral; Oficinas de Discapacidad, Bolsas de Empleo Universitarias, Centros de Rehabilitación de Salud Mental y Organismos Técnicos de Capacitación, entre otras.

Adicionalmente, SMU es parte de la Red de Empresas Inclusivas (REIN) participando activamente en diversas actividades, como Café con Tema, y el Comité de Inclusión Laboral (CIL) de la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA).

6.3.4

PROMOCIÓN DE UNA CULTURA INCLUSIVA

El Modelo de Inclusión de SMU busca involucrar no solo a sus colaboradores, sino también a sus familias, clientes, empresas proveedoras y la comunidad en la cual está inserta.

Sensibilización a contratistas

Para apoyar la inclusión en las empresas contratistas, en el año 2025 se realizó por séptimo año consecutivo la Jornada de Contratistas, contando con la participación de 134 personas representantes de 82 empresas contratistas. Uno de los focos de la jornada fueron temáticas de “Conciliación con corresponsabilidad, como las organizaciones promueven el equilibrio de la vida laboral, familiar y personal”, generando un espacio para compartir buenas prácticas en esta materia.

Adicionalmente, por sexto año se realizó el Catastro de Contratistas en materia de D&I, que busca estar en permanente conocimiento de la realidad de estas empresas y cómo abordan la inclusión laboral, para así desarrollar planes de comunicación que promueven las buenas prácticas entre las empresas contratistas que trabajan con SMU. De las 98 empresas que participaron:

- El 28% señala contar con una política o compromiso formal en materia de D&I, mientras que el 43% está considerando iniciar el proceso.
- El 37% de las empresas señala tener una persona encargada en materia de D&I en su organización.
- El 20% correspondiente a 20 empresas, indica que sí cuentan en su dotación con personas con discapacidad en sus operaciones.

Trabajo colaborativo con fundaciones y organizaciones

SMU busca potenciar su contribución a una sociedad más diversa e inclusiva a través del trabajo colaborativo con fundaciones y organizaciones. Este trabajo, que tiene un vínculo estrecho con su Modelo de Diversidad e Inclusión, se describe en la sección 9.2 de esta memoria integrada.

6.3.5

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS 2025

- **Certificación del Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal** bajo los estándares de la Norma Chilena NCh:3262 para los formatos Unimarc y Super10.
- **Sello Iguala Conciliación:** otorgado por el Servicio Nacional de la Mujer a Alvi como una empresa que promueve acciones en pro de la igualdad de género y la conciliación.
- **Ranking IMAD (Mujeres en Alta Dirección):** SMU se situó entre las cinco primeras empresas en sector retail, logrando el puesto 5° de un total de 28 empresas del mismo sector, y puesto 18° a nivel del ranking general.
- **Premio Impulsa “Mejores indicadores de diversidad de género”** otorgado por la Fundación Chile Mujeres, PwC y LT Pulso. Por tercer año consecutivo, SMU se destaca como la mejor empresa en la categoría retail.
- **Estudio Mejores Organizaciones para integrar vida personal y trabajo 2025 – Fundación Chile Unido** - en 2025, SMU avanzó tres posiciones, ubicándonos en el lugar 13° del estudio en la categoría “Grandes Corporaciones”.
- **Herramienta Empresarial de Empoderamiento Femenino de ONU Mujeres:** SMU alcanzó un porcentaje de 84%, manteniendo el nivel de “Líder” en diversas políticas y prácticas en materia de igualdad de género.

6.4 BENEFICIOS Y BIENESTAR

Para impactar positivamente en la calidad de vida de los colaboradores y sus familias, SMU trabaja en una Propuesta de Valor 360° que le permite identificar qué viven y sienten en su relación con la Compañía, sus jefaturas y el ambiente de trabajo. En esta línea, el programa Bien Estar busca ser impulsor de orgullo, compromiso y pertenencia, con foco en la salud física y psicológica de los trabajadores y sus familias, promoviendo el autocuidado y respeto de todas las personas, y propiciando que sea un factor de atracción de nuevos talentos y retención de talento existente.

Dentro de este marco, la Compañía cuenta con diversas iniciativas orientadas a que las personas puedan compatibilizar su vida personal, familiar y trabajo de una manera más fácil, promoviendo valores en temas de sostenibilidad y preocupación por el medio ambiente, buscando ser reales agentes de inclusión y diversidad.

Finalmente, en el mismo sentido de atender las necesidades e intereses de las personas que trabajan en SMU, se gestionan y dan visibilidad de múltiples y diversos convenios con terceros que permiten a las personas acceder a servicios a precios o condiciones preferenciales, que van en directo apoyo a los presupuestos familiares y acorde a sus intereses particulares.

6.4.1

CONCILIACIÓN VIDA LABORAL, FAMILIAR Y PERSONAL

A través de su Sistema de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral, Personal y Familiar, SMU busca crear condiciones para el fomento de la corresponsabilidad y el equilibrio de las distintas dimensiones de la vida de sus colaboradores.

Flexibilidad y Adaptabilidad Laboral

SMU promueve la calidad de vida de sus colaboradores, implementando políticas y programas que faciliten la conciliación entre la vida profesional y personal. Dependiendo de la naturaleza de cada cargo, la Compañía ofrece diferentes alternativas de jornadas (parcial y completa) y horarios (diferentes opciones de horario de entrada y salida), además de la posibilidad de realizar teletrabajo en los cargos que sea compatible, bajo un sistema de trabajo híbrido.

SMU cuenta con un sistema para que colaboradores pudiesen solicitar acogerse a la Ley de Conciliación Trabajo y Familia. Estas medidas incluyen, por ejemplo, modificaciones transitorias de turnos durante las vacaciones escolares y trabajo híbrido para personas con niños o niñas menores de 14 años o que tengan a su cargo el cuidado de una persona con discapacidad o en situación de dependencia severa o moderada, entre otras. El otorgamiento de la solicitud tiene como requerimiento que las funciones sean compatibles con el teletrabajo o trabajo a distancia.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Quienes solicitaron acogerse a ley, y cuyas solicitudes fueron acogidas, se otorgó la modalidad de trabajo híbrido, con asistencia presencial de 4 días a la semana y uno en modalidad de teletrabajo.

Colaboradores con pactos de adaptabilidad 2025 (*)

	N°	%
Mujeres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares y con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	98	0,4%
Hombres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares y con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	104	0,5%
Total	202	0,9%

* Las solicitudes recibidas y otorgadas corresponden solamente a personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años, no para trabajadores con otras responsabilidades familiares.

SMU también cuenta con el programa de Personas Cuidadoras, a través del cual, se otorgan permisos a colaboradores que tienen a su cargo a algún familiar que requiere de un cuidado permanente debido a una enfermedad o situación de discapacidad que genera dependencia. Más información en la sección 6.3.3.

Con respecto a la conciliación, en abril de 2023 se promulgó un cambio en la legislación laboral de Chile, con el objeto de reducir la jornada laboral en pro de mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias. La ley contempla una reducción de la jornada por etapas orientada a llegar a una jornada laboral de 40 horas semanales en abril del año 2028. SMU definió avanzar de manera acelerada con esta iniciativa, reduciendo la jornada laboral directamente a 40 horas semanales para aquellos locales que estén 100% adheridos al modelo operativo que la Compañía ha implementado como parte de su plan estratégico. De esta forma, promueve una mejor calidad de vida para sus trabajadores y sus familias.

Dotación por tipo de jornada y género

	Jornada Completa				Jornada Parcial			
	2025		2024		2025		2024	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Mujeres	10.268	45%	10.920	45%	4.612	20%	4.719	19%
Hombres	5.964	26%	6.514	27%	2.195	10%	2.094	9%
Total	16.232	70%	17.434	72%	6.807	30%	6.813	28%

Colaboradores que se acogen a teletrabajo parcial (*)

	2025	2025	2024	2024
	N°	%	N°	%
Mujeres	87	0,4%	608	2,5%
Hombres	78	0,3%	723	3,0%
Total	165	0,7%	1.331	5,5%

* SMU cuenta con un sistema de teletrabajo híbrido, distribuyendo las labores entre días en las dependencias de la empresa y otros días desde el lugar que la persona prefiera, para los cargos compatibles. SMU no cuenta con colaboradores con teletrabajo completo.

Promoviendo el Uso de Vacaciones

SMU promueve activamente el uso de los días de vacaciones por parte de sus colaboradores, quienes tienen acceso a información de su saldo de vacaciones. Cuenta con herramientas tecnológicas que generan informes de gestión para identificar a colaboradores con días de vacaciones pendientes, el estatus del devengo de las vacaciones, los cargos críticos, y desviaciones del presupuesto. En base a esta información, los equipos de Personas y las jefaturas de las diferentes áreas preparan planes de vacaciones acordes a la realidad de cada tienda o área. Este monitoreo permanente ayuda a asegurar un uso ordenado y saludable de las vacaciones a lo largo del año. SMU tiene como meta, dentro de su presupuesto anual, que la provisión de vacaciones no aumente. Esa meta, y la provisión, se monitorean en forma mensual como parte del proceso de control financiero de la Compañía.

Descanso Postnatal

En SMU, dentro del marco del sello CERCA y del Modelo de Diversidad e Inclusión, se desarrolla el programa #QueNoSeaTema, sensibilizando a colaboradores y contratistas en temas de corresponsabilidad, mostrando las estadísticas internas e invitándolos a informarse y hacer usos de los beneficios asociados a maternidad y paternidad. Esta guía aborda la corresponsabilidad en materia parental; la normativa legal chilena sobre esta materia; buenas prácticas y consejos asociados a estos beneficios; e iniciativas en pro de la corresponsabilidad, contribuyendo a la promoción de una mejor conciliación de la vida laboral, familiar y personal.

En Chile, la ley establece que la trabajadora embarazada tiene derecho a un descanso de maternidad retribuido con subsidio mensual estatal, permitiéndole ausentarse de su trabajo y considerando tres períodos de descanso:

- **Descanso prenatal:** seis semanas anteriores al parto
- **Descanso postnatal:** 12 semanas posteriores al parto
- **Postnatal parental:** 12 semanas adicionales después de finalizar el descanso postnatal. Este tiempo puede ser cedido en parte por la madre al padre del recién nacido.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Con respecto al padre, la ley establece que tendrá derecho a un permiso pagado de cinco días, el que podrá utilizar a su elección durante el primer mes desde la fecha del nacimiento.

A través de la guía de derechos y beneficios para padres y madres, SMU refuerza materias como:

- Cuidados preventivos a la persona gestante embarazada
- Descanso prenatal
- Fuero Maternal
- Descanso Post Natal y Post Natal Parental
- Permiso Paternal por Nacimiento
- Permiso de Alimentación a hijo(a) menos de 2 años
- Beneficio de Sala Cuna
- Entre otros

Cabe señalar que SMU y sus filiales en el marco a la promoción por la Igualdad de Género y Conciliación del a Vida Laboral, Familiar y Personal, han establecido en forma adicional a lo legal, un sistema de retorno flexible para la madre o persona gestante trabajadora durante el primer mes luego del permiso parental, esto con la finalidad de promover un retorno que le permita conciliar de mejor manera su vuelta al trabajo. Asimismo, el padre trabajador o persona no gestante tendrá derecho a cinco días de permiso adicionales a los cinco días legales los que podrá usar durante el primer año de vida de su hija o hijo.

Por otra parte, en la empresa se implementaron las Guías para Madres y Padres y su Guía de Acogida para Personas Migrantes, en las que se busca informar acerca de los derechos asociados a la maternidad y paternidad e incentivar su uso. Invita a los colaboradores a ser parte de las buenas prácticas de la corresponsabilidad, recordando que esto consiste en la participación equitativa y permanente de ambos progenitores en la crianza de sus hijos o hijas en beneficio de todo el grupo familiar.

En el caso de SMU Perú, se contemplan algunos beneficios por ley:

- **Licencia por maternidad:** Corresponde a una licencia con goce de remuneración emitida a toda colaboradora que cursa con un periodo de maternidad. Esta licencia se activa desde la fecha que estima el Médico tratante (prenatal) hasta cumplir en total 98 días calendario que incluye el periodo post natal. De tener un parto múltiple esta licencia se extiende a 128 días calendario.
- **Horario de lactancia:** Es un beneficio que se activa cuando se termina la licencia por maternidad y se regrese al trabajo. Las madres lactantes tienen derecho a una hora diaria de permiso para dar de lactar, en casa, hasta que el bebé tenga un año de edad. Este permiso podrá incrementarse a 1 hora más al día si el parto fue múltiple.
- **Licencia por paternidad:** Corresponde a una licencia con goce de remuneración emitida al colaborador que cursa con un periodo de paternidad y cubre 10 días calendario desde la fecha de nacimiento del bebé. En el caso de un parto múltiple corresponde a 20 días calendario. De tratarse de una enfermedad congénita del recién nacido o tener una enfermedad terminal o discapacidad severa esta licencia se amplía a 30 días calendario. De tener el caso de complicaciones de salud de la madre “graves” la licencia se amplía a 30 días calendario.

Uso Postnatal (Chile)

	2025			2024		
	Mujeres	Hombres (Permiso paternal 5 días)	Hombres (Permiso parental 6 semanas)	Mujeres	Hombres (Permiso paternal 5 días)	Hombres (Permiso parental 6 semanas)
Personas con derecho a usar permisos de postnatal	451	129	129	486	123	123
Personas que usaron permisos de postnatal	451	120	1	486	106	1
Porcentaje de personas que usaron postnatal	100%	93%	1%	100%	86%	1%

Uso Postnatal (Perú)

	2025		2024	
	Mujeres	Hombres (Permiso paternal 10 días)	Mujeres	Hombres (Permiso paternal 10 días)
Personas con derecho a usar permisos de postnatal	12	7	19	5
Personas que usaron permisos de postnatal	12	7	19	5
Porcentaje de personas que usaron postnatal	100%	100%	100%	100%

Permiso postnatal: Promedio de días utilizados por cargo (Chile)

	Mujeres		Hombres (Postnatal paternal 5 días)		Hombres (Postnatal parental 6 semanas)	
	2025	2024	2025	2024	2025	2024
Alta gerencia	-	-	-	8	-	-
Gerencia	124	123	6	8	-	-
Jefatura	138	141	8	9	-	-
Operario	131	121	6	6	-	42
Fuerza de venta	132	124	7	6	42	-
Administrativo	95	111	9	5	-	-
Otros profesionales	143	139	9	11	-	-
Otros técnicos	149	108	7	7	-	-

Permiso postnatal: Promedio de días utilizados por cargo (Perú)

	Mujeres		Hombres (Postnatal paternal 10 días corridos)	
	2025	2024	2025	2024
Alta gerencia	-	-	-	-
Gerencia	-	-	-	-
Jefatura	83	62	15	10
Operario	-	-	10	-
Fuerza de venta	37	69	10	10
Administrativo	66	-	20	-
Otros profesionales	83	41	-	-
Otros técnicos	35	41	-	10

6.4.2

PROGRAMA BIEN ESTAR

En 2025, el programa Bien Estar continuó con su objetivo de fomentar hábitos saludables, promoviendo el autocuidado y transfiriendo información relevante a las personas respecto de la prevención de enfermedades.

Este programa busca facilitar el acceso a información relacionada a dónde y cómo deben atenderse las personas, información sobre las coberturas AUGE, y atender también problemáticas emergentes en materia de salud, trabajando en tres ejes: Prevención en Salud Física, Dimensión Salud Mental y Dimensión cuidados personales y hábitos saludables. A través de charlas, conversatorios y convenios, en estos tres ejes se abordaron temas como la prevención del cáncer; el fomento de la actividad física; el manejo de la ansiedad; la salud emocional; la vida en pareja; el cuidado de la masa muscular; y la alimentación saludable, entre otros.

6.4.3

PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE VIOLENCIA INTRAFAMILIAR (VIF)

En SMU y filiales se ha desarrollado un Programa de Prevención de Violencia Intrafamiliar, que considera la realización de charlas que se han llevado a cabo en conjunto con el Servicio Nacional de la Mujer (SernamEG) y ONU Mujeres Chile.

Asimismo, se ha dispuesto un instrumento de autodiagnóstico para dar visibilidad del tema y entregar herramientas a las personas para que puedan identificar si se encuentran ellas o alguien de su círculo cercano en alguna situación que puede ser violenta.

En esta misma línea, el equipo de Asistentes Sociales ha sido formado en el manejo de casos de VIF, por lo que cuentan con herramientas pertinentes para acompañar estos casos y realizar la derivación respectiva.

6.4.4

BENEFICIOS

En SMU se promueve la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de la mano de nuestra guía de corresponsabilidad, donde las personas pueden acceder a información relevante en materia de beneficios para ellas y sus familias, asociados a temas de salud y vida saludable, beneficios de más tiempo para compartir en familia, actividades recreativas, beneficios económicos como descuentos en compras y pagos de bonos, sumados a los beneficios otorgados por las cajas de compensaciones vigentes (nacimiento, matrimonio, escolaridad, entre otros).

A nivel de filiales se establecen beneficios adicionales pactados a través de instrumentos colectivos suscritos con las organizaciones sindicales, donde se abordan materias de: Aguinaldos, Fiestas de fin de año, beneficios para hijos en edad escolar y otros bonos y beneficios particulares de cada organización.

Principales Beneficios SMU Chile

Beneficio ¹⁷	Descripción
Seguros	Seguro complementario de salud; seguro dental; seguro catastrófico; seguro de vida; descuentos en farmacias; cobertura preferente en centros dentales; y pago de bono por defunción de cónyuge e hijos de hasta los 24 años.
Aportes económicos	Giftcard de Fiestas Patrias y de Navidad; ayudas sociales en casos de catástrofe.
Fiesta de Navidad	Fiesta de fin de año para colaboradores y sus hijos de hasta 12 años de edad.
Regalo de Navidad	Regalo de Navidad a los hijos (hasta 12 años de edad) de colaboradores.
Sala cuna	Convenios con salas cuna en todo el país.
A través de la caja de compensación respectiva	Descuentos en centros educacionales, becas en efectivo para los colaboradores y para sus hijos, cuota mortuoria por fallecimiento del cónyuge, conviviente o hijo; bono de nacimiento, matrimonio o acuerdo de unión civil. acceso a centros vacacionales y recreativos.
Convenios	Convenios en rubros de educación, salud, gimnasios, recreación, comercio, que permitan acceder a servicios y productos con condiciones preferentes y precios convenientes para colaborador y grupo familiar.
Medidas de conciliación de la vida laboral, personal y familiar	Retorno flexible de permiso postnatal para madres, postnatal adicional para padres, así como tiempo libre disponible para gestiones de índole personal como acompañamiento de progenitores a controles médicos, reuniones de apoderados, asistencia a veterinario de mascotas u otros.
Red de asistentes sociales	Acceso a asistentes sociales, cuyo rol es acompañar, apoyar y orientar a todos los colaboradores en sus requerimientos más específicos.

¹⁷ Los beneficios detallados son incompatibles con otros beneficios de igual o similar naturaleza que entregue la Compañía al Trabajador, cualquiera que sea su origen.

Principales Beneficios SMU Perú

Beneficio	Descripción
Salud	Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR Pensión y Salud).
Seguro de Vida Ley	Seguro que se activa por fallecimiento o invalidez permanente a causa de enfermedades o accidentes comunes.
Aportes económicos	Aginaldo de Navidad (vale de compras).

6.5 RELACIONES LABORALES

SMU cuenta con un enfoque integral en las relaciones laborales, con una gestión que aborda a sus colaboradores directos y, a la vez, a empresas contratistas, dentro un marco de capacitación y comunicación permanente, orientado al cumplimiento de las disposiciones legales, laborales y previsionales y con un apego irrestricto al Código de Ética y Conducta de Negocios de la Compañía, buscando mantener relaciones permanentes en un marco de respeto, calidad y confianza, respetando su compromiso con los derechos humanos en la empresa. La Compañía procura compartir buenas prácticas con empresas contratistas con las que se relaciona y con sus colaboradores.

El compromiso de SMU con los derechos laborales está reflejado en su Declaración de Derechos Humanos, Política de Salud y Seguridad Ocupacional, Código de Ética y Conducta de Negocios, Política de Compensaciones y Beneficios y Política Corporativa de Sostenibilidad. Asimismo, el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad establece claras directrices respecto a la jornada laboral máxima, definiciones de turnos, períodos de descanso y períodos de vacaciones, así como también con el correcto pago de las remuneraciones, de acuerdo con la normativa vigente.

Monitoreo de Horas Trabajadas y Pago de Horas Extras

SMU cuenta con un sistema robusto para la planificación, control y verificación de horas trabajadas, el cual le permite monitorear el cumplimiento con las horas contratadas y asegurar el correcto pago de cualesquier horas extras trabajadas.

Para lo anterior, trabaja con dos sistemas integrados. Primero, utiliza una herramienta de programación de turnos que permite al equipo responsable planificar los turnos de acuerdo con la normativa vigente. Esta herramienta permite además la entrega oportuna - dentro del plazo establecido en el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad - del programa mensual de turnos para cada colaborador. Segundo, la Compañía utiliza un sistema automatizado de control de asistencia que revisa el marcaje diario y lo compara las horas programadas con aquellas efectivamente trabajadas. Posteriormente, la información proporcionada por estos sistemas es revisada y aprobada por las jefaturas correspondientes.

Tal como lo exige la ley, las horas extras autorizadas son pagadas, y en caso de no estar autorizadas, al colaborador se le notifica formalmente, de acuerdo con el Reglamento Interno.

6.5.1

RELACIÓN CON SINDICATOS

El respeto por los derechos y garantías de todos los trabajadores y sus organizaciones es un valor fundamental en SMU. La Compañía cuenta con una política de puertas abiertas hacia las organizaciones sindicales, además de un modelo de relacionamiento con organizaciones sindicales para sus operaciones en Chile. SMU Perú no cuenta con organizaciones sindicales. Este modelo fomenta el respeto, la confianza y la comunicación transparente y constante, basado en reuniones periódicas que permiten avanzar en el seguimiento y respuesta de los compromisos e inquietudes.

La Compañía considera que el rol de las organizaciones sindicales y sus dirigentes es clave en la búsqueda de acuerdos a través del cual asegura la armonía de sus espacios de trabajo, siempre en un marco de respeto, tanto de la autonomía de las organizaciones como de la normativa laboral vigente.

En 2025, SMU Chile cuenta con más de 16 mil colaboradores sindicalizados, representados por más de 122 organizaciones sindicales, con una tasa de sindicalización que alcanza el 72,6% de la dotación. En este contexto, hubo 43 procesos de negociación colectiva, impactando a una dotación total de 5.486 trabajadores, logrando proceso de cierre con una vigencia promedio de 36 meses, alcanzando el máximo legal que es de 36 meses. Lo anterior se llevó a cabo con el 88% de los procesos de negociación cerrando en acuerdo antes de las instancias de mediación obligatoria frente a la Dirección de Trabajo y solo un registro de huelga legal efectiva, cuya duración fue de tres días. Sin embargo, el local siguió funcionando con las adecuaciones necesarias contempladas en la ley durante dicho proceso, por lo que no se registraron interrupciones ni días de inactividad. A nivel consolidado, la tasa de sindicalización de SMU es de 70,5%.

6.5.2

PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

La gestión de proveedores y contratistas en SMU se rige por su Código de Ética y Conducta de Negocios, así como por la Declaración de Abastecimiento Responsable y el Manual de Proveedores No Retail. Estas políticas definen los estándares laborales que son exigidos a estos proveedores, por ejemplo, que el respeto a la libertad de expresión, de asociación y derecho a la negociación colectiva es una prerrogativa irrenunciable de todo trabajador del Proveedor No Retail de SMU. Otro tema relevante es asegurar espacios de trabajo libres de toda forma de discriminación y acoso, promoviendo los canales de denuncia y consulta interna a los que los trabajadores externos pueden acceder. Finalmente, se busca fomentar que las empresas externas de proveedores No Retail promuevan internamente equipos de

trabajo diversos, garantizando las mismas oportunidades entre sus trabajadores, erradicando actos u omisiones discriminatorios, así como también, velando por evitar actos o acciones que puedan poner en riesgo la vida y salud del personal contratista que se desempeña en las instalaciones de la Compañía.

Es importante señalar que SMU cuenta con un Reglamento Especial para Empresas Contratistas, cuyo objetivo es velar por el cumplimiento de las disposiciones de la Ley N°16.744 sobre la gestión de la seguridad y salud en el lugar de trabajo, donde se da a conocer la política de prevención de riesgos; se informan los requerimientos de acceso a las instalaciones para evitar accidentes; se detallan las normas de cumplimiento y resguardo laboral, estableciendo las obligaciones y prohibiciones tanto para empresas contratistas como para trabajadores y trabajadoras de las mismas; y finalmente se entrega un detalle con la obligación de informar los riesgos laborales y procedimientos de verificación, los que permiten velar por la vida y salud de todas personas que se desempeñan al interior de las instalaciones.

Certificación Laboral y Previsional

De acuerdo a su Procedimiento de Certificación Laboral y Previsional, SMU realiza el seguimiento mensual del cumplimiento laboral y previsional de las empresas contratistas, subcontratistas y empresas de servicios transitorios (EST). Durante 2025, la Compañía trabajó con un total de 235 empresas contratistas, subcontratistas y EST, las que agrupaban a 8.319 trabajadores en promedio mensualmente. Las áreas de servicio con mayor representación están en los rubros de seguridad (43%); aseo (27%); y transporte (8%).

Al cierre de diciembre 2025, se registran 149 retenciones de pago a empresas contratistas con la finalidad de resguardar el cumplimiento de las obligaciones laborales, de seguridad y previsionales de los trabajadores de empresas contratistas. En estos casos, se genera un plan de regularización que se trabaja mensualmente junto a los encargados de servicio de SMU, la empresa certificadora y cada una de las empresas externas que presentaron observaciones y retención.

6.6 SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

SMU busca ofrecer un entorno laboral seguro y saludable, minimizando riesgos de accidentes y otros eventos perjudiciales para las personas, alineado con la normativa legal vigente. La Política de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Compañía aborda de manera integral los aspectos preventivos en el ámbito laboral, estableciendo directrices claras para su Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, el que se enfoca en el bienestar físico y psicológico de colaboradores, contratistas y proveedores. Además, busca fomentar una sólida cultura de prevención de riesgos, en que todos contribuyen a la calidad del servicio, el incremento de la productividad y la continuidad de las operaciones.

La Política de Seguridad y Salud en el Trabajo de SMU establece los siguientes compromisos:

MEMORIA INTEGRADA 2025

- Proporcionar condiciones de trabajo seguras y saludables para todos los colaboradores, cumpliendo con la legislación vigente nacional en materia de seguridad y salud en el trabajo, así como las normativas internas de la Compañía, a través de la difusión, capacitación, implementación y seguimiento de programas, políticas y procedimientos de seguridad y salud.
- Identificar los peligros y evaluar los riesgos con el propósito de establecer controles preventivos en los procesos de la organización a través de planes de acción, programas de trabajo, procedimientos e instructivos, entre otros.
- Evaluar el Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo con el objetivo de mejorar continuamente su desempeño preventivo.
- Promover y mantener mecanismos de diálogo, consulta y participación de los comités paritarios y de los colaboradores o sus representantes en materia de seguridad y salud en el trabajo.
- Garantizar el establecimiento de objetivos y metas del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, generando un marco de implementación y evaluación del desempeño para el monitoreo de su cumplimiento. Las metas se definen anualmente (más información en sección 6.6.2 Indicadores de Incidentes).

De estos compromisos se desprende la matriz de identificación de peligros y evaluación de los riesgos con sus respectivos controles, la cual da origen al Programa Anual de Seguridad y Salud en el Trabajo; procedimientos de trabajo seguro; inspecciones; y capacitaciones, entre otros elementos de gestión.

Para el éxito de esta Política y el logro de un trabajo libre de accidentes y enfermedades profesionales, el compromiso activo y permanente de cada colaborador es fundamental. En esta línea, la gestión de seguridad laboral de SMU se enmarca en su sello cultural CERCA, promoviendo un entorno valórico que impulsa a que los colaboradores sean los protagonistas de la prevención.

6.6.1 SISTEMA DE GESTIÓN DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

La gestión de la salud y seguridad laboral en SMU tiene un enfoque preventivo, dirigido a mantener el cuidado de la vida de las personas y dar soporte a la continuidad operacional. Dado ese objetivo, y en cumplimiento con la normativa vigente, la Compañía ha implementado un Sistema de Gestión de Salud y Seguridad en sus operaciones en Chile y Perú, cubriendo el 100% de los colaboradores internos y del personal de empresas contratistas que desempeñan funciones en las dependencias de la Compañía.

En SMU Chile, el servicio de salud y prevención de los riesgos existentes en los lugares de trabajo es apoyado por personal del Instituto de Seguridad del Trabajo (IST), que cuenta con una vasta experiencia y equipos de especialistas que cubren todo el país, a fin de promover, en conjunto a SMU y sus colaboradores, una cultura laboral basada en la seguridad.

La Compañía reitera y promueve permanentemente la importancia del control de los riesgos, realizando actividades preventivas para implementar la gestión del riesgo, como por ejemplo,

visitas técnicas periódicas a todas las instalaciones, con el objetivo de supervisar los factores de higiene y seguridad. Se busca detectar, eliminar o minimizar los riesgos laborales, proteger la integridad física, tanto de colaboradores como de clientes, y salvaguardar los bienes materiales de la empresa.

SMU cuenta con una plataforma digital donde se registran estas visitas, especificando si corresponden a inspecciones generales o de seguimiento de desviaciones encontradas, y detallando los hallazgos. También se registran contingencias operativas, como asaltos, fiscalizaciones, accidentes, amagos de incendio; realización de simulacros de emergencia; y capacitaciones en terreno, entre otros.

Tanto en Chile como en Perú, la Compañía cuenta con un seguro que cubre a sus colaboradores en caso de accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales.

Contratistas

Los contratistas y otros proveedores no retail deben cumplir con el Manual de Proveedores No Retail de SMU, el que establece que estos proveedores deben:

- i) Ofrecer a sus trabajadores un entorno laboral seguro y con las condiciones de salubridad que ha establecido la autoridad, acorde con los peligros y riesgos específicos de cada actividad;
- ii) Tomar las medidas adecuadas para prevenir la ocurrencia de accidentes laborales y/o enfermedades profesionales, entregando los respectivos implementos de protección y seguridad que garanticen las condiciones mínimas de seguridad en el trabajo.
- iii) Recibir la capacitación idónea en materia de seguridad y salud, de forma tal que puedan identificar los riesgos asociados a la actividad y al entorno laboral y las prácticas necesarias para minimizarlos.

Asimismo, se exige a los contratistas contar con una póliza de seguros de accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales (Perú) y la adherencia a algún organismo mutual o a un organismo del Estado dentro del seguro laboral (Chile).

Cobertura Sistema de Gestión de Salud y Seguridad Operacional 2025

	Chile		Perú	
	N°	%	N°	%
Colaboradores de SMU cubiertos por el sistema	22.366	100%	673	100%
Empleados de empresas contratistas cubiertos por el sistema	8.319	100%	72	100%
Total cobertura colaboradores y contratistas	30.685	100%	745	100%

6.6.1.1 IDENTIFICACIÓN DE PELIGROS Y EVALUACIÓN DE RIESGOS

Para detectar los potenciales riesgos se elabora, actualiza y revisa la matriz para la identificación de peligros y evaluación de riesgos (IPER), considerando cada una de las tareas de los procesos operacionales. La gerencia de prevención de riesgos, en conjunto con operaciones, tanto de locales como de centros logísticos, son responsables de su diseño y actualización continua, para asegurar que el proceso cuente con la incorporación oportuna de controles preventivos más efectivos y eficientes, de los riesgos inherentes de las tareas.

Producto de esta evaluación y análisis, se priorizan los riesgos, identificando y clasificando de los más significativos, considerando su impacto potencial y la probabilidad de ocurrencia. Una vez identificados, se establecen planes de acción específicos y medibles, con indicadores clave de desempeño, permitiendo una evaluación precisa de su efectividad a lo largo del tiempo.

La priorización e integración de estos planes no solo contribuyen a la gestión proactiva de riesgos, sino que también fortalecen la resiliencia y sostenibilidad de la organización, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informada y la mejora continua en la gestión integral de riesgos.

Los riesgos son revisados de forma anual, y adicionalmente, se revisan cada vez que ocurra un accidente del trabajo; cuando los procesos sufran modificaciones relevantes; y cuando un colaborador o colaboradora identifica un riesgo nuevo.

Además de la revisión anual, se hace seguimiento permanente de indicadores estadísticos y del nivel de cumplimiento de las condiciones adecuadas de higiene y seguridad, lo cual permite evaluar los avances en la mitigación y prevención de los riesgos de salud y seguridad con respecto a las metas definidas por la Compañía.

Identificación de riesgos por parte de colaboradores

Como parte de la cultura de la prevención en SMU, los colaboradores tienen un rol fundamental en promover las buenas prácticas en materia de salud y seguridad laboral, lo que incluye reportar peligros o situaciones de peligro que detecten durante su jornada laboral. Asimismo, cada colaborador tiene el derecho y obligación de negarse a realizar actividades que no sean compatibles con su función, tareas en las que no estén capacitados o si existiera alguna condición insegura para el desarrollo de sus labores.

Ante estas situaciones, los colaboradores deben notificar a su jefatura, comité paritario o área de prevención de riesgos, para tomar las acciones necesarias de control y corrección. Estos procesos son informados a cada colaborador al momento de incorporarse en la Compañía, a través de la inducción sobre seguridad y salud en el trabajo, y la entrega del reglamento interno de orden, higiene y seguridad.

Los procesos antes mencionados son apoyados a través de herramientas y dispositivos tecnológicos, para la inspección rutinaria por parte del área de prevención de riesgos en las instalaciones, permitiendo levantar condiciones de riesgos, notificar a los responsables, para

gestionar las mejoras y prevenir accidentes del trabajo y enfermedades profesionales. El comité paritario también actúa como una instancia más para detectar peligros que puedan provocar accidentes del trabajo, esto se reporta en la reunión mensual que realizan, se notifica al encargado de cada instalación y a prevención de riesgos para gestionar las mejoras correspondientes.

La protección de la seguridad y salud en el trabajo forma parte del Código de Ética y Conducta de Negocios de SMU, el que establece que cada colaborador es responsable de contribuir en todo momento a que el lugar de trabajo sea seguro y saludable, mediante el cumplimiento de las normas, políticas, procedimientos y prácticas de seguridad y salud, así como de informar oportunamente a su superior jerárquico acerca de accidentes, lesiones y equipos defectuosos, prácticas y eventuales condiciones inseguras en el lugar de trabajo. El Código de Ética también estipula la importancia de crear un ambiente laboral en el que cada uno pueda presentar sus inquietudes sobre temas de ética incluidos en este Código, o de otra índole, sin temor a represalias. Si un colaborador considera que ha experimentado represalias, debe informar inmediatamente este hecho a través de los canales estipulados por la organización.

Situaciones de emergencia

Es crucial comprender y fortalecer la administración del riesgo de desastres para gestionar de manera efectiva dicho riesgo y mejorar la preparación ante posibles emergencias. Esta acción no solo busca una respuesta eficaz en situaciones de desastre, sino también contribuir en los ámbitos de la recuperación, rehabilitación y reconstrucción.

El área de prevención de riesgos de SMU ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de los riesgos de desastres, identificando y evaluando tanto los aspectos legales como técnicos relacionados con la gestión del riesgo de desastres en los lugares de trabajo.

Además, el Sistema de Gestión integra en sus procedimientos y acciones orientadas a la prevención y mitigación de situaciones de emergencia, que permitan responder y controlar de manera eficiente cada una de ellas. Una de las principales actividades son los ejercicios de simulacros en cada centro de trabajo a lo menos una vez al año. Además, se realizan controles o inspecciones de los equipamientos de respuesta ante emergencias, tales como: extintores, red húmeda, pulsadores, desfibriladores, etc., además del entrenamiento específico para cada uno de los colaboradores.

Ante situaciones de emergencia, la Compañía también tiene un compromiso constante hacia la seguridad y salud mental de los trabajadores, lo que se ha traducido en acciones concretas, como programas de apoyo emocional y liderazgo adaptativo, contenciones emocionales presenciales y telefónicas, así como la realización de talleres de cuidado mutuo en locales críticos. En Chile lo anterior se desarrolla en conjunto con el IST, y en SMU Perú se desarrolla como parte de las actividades del programa anual de SST.

Control interno

Como parte de su enfoque preventivo, el Sistema de Gestión de Salud y Seguridad Laboral de SMU considera inspecciones internas de las instalaciones, realizadas por el área de prevención de riesgos y auditorías realizadas por el área de auditoría interna.

Periódicamente se realizan inspecciones de seguridad en cada uno de los centros de trabajo por medio de herramientas tecnológicas, que permiten identificar condiciones subestándares de seguridad, gestionar sus mejoras y hacer seguimiento y cierre de sus respectivas medidas de control.

Auditoría Interna Sistema de Gestión de Salud y Seguridad 2025

	Chile		Perú	
	N°	%	N°	%
Colaboradores de SMU cubiertos por el sistema y que ha sido objeto de auditorías internas	7.344	33%	673	100%
Empleados de empresas contratistas cubiertos por el sistema y que ha sido objeto de auditorías internas	5.829	70%	72	100%
Total cobertura colaboradores y contratistas	13.173	43%	745	100%

Verificación independiente

En forma continua se revisan las actividades y tareas que se realizan en la empresa, a través de herramientas formales, tales como: identificación de peligros, listas de verificación, levantamiento técnico legal, etc. Las revisiones son llevadas a cabo por los organismos administradores de la seguridad y salud en el trabajo en cada país y aportan una mirada objetiva y externa de cómo se están ejecutando las tareas y su nivel de cumplimiento técnico y legal.

Investigación de Incidentes

SMU cuenta con un procedimiento integral de investigación de accidentes, el cual se activa de forma inmediata con el objetivo de determinar las causas subyacentes de un evento. Esta iniciativa tiene como finalidad generar medidas de control pertinentes, las cuales se comunican a los responsables de la instalación para su pronta corrección, contribuyendo así a evitar la repetición de situaciones similares en el futuro.

La investigación de accidentes se lleva a cabo mediante la recopilación meticulosa de diversos antecedentes, tales como la declaración del colaborador afectado y/o testigos, análisis de videos y fotografías, revisión de procedimientos de trabajo, evaluación de capacitación, cumplimiento normativo, o cualquier otro medio de respaldo que facilite un análisis exhaustivo de los hechos acontecidos. Se consideran dos procesos investigativos formales autónomos e independientes: uno corresponde al del comité paritario y otro al de la empresa. Ambos casos son asesorados por el departamento de prevención de riesgos.

La implementación de las medidas de control después del accidente requiere un seguimiento activo, el cual se lleva a cabo con el respaldo del comité paritario, el equipo de prevención de riesgos y el responsable de la instalación.

Los accidentes laborales se investigan bajo la metodología del árbol de causal. Este enfoque permite identificar tanto los factores directos que desencadenaron el accidente como posibles causales de naturaleza organizativa, a menudo ubicadas en el origen del problema. Este análisis facilita la adopción de medidas preventivas más efectivas y contribuye a la mejora continua en materia de seguridad laboral.

6.6.1.2 CAPACITACIÓN

La capacitación en seguridad y salud ocupacional es un pilar fundamental dentro del enfoque preventivo de la gestión de SMU, permitiendo generar conciencia y contribuir a la reducción de los incidentes. Las áreas de capacitación se definen de acuerdo con las necesidades de cada cargo, y durante 2025 incluyeron:

Chile	Perú
<ul style="list-style-type: none"> • Prevención de Incendios y Uso de Extintores Portátiles 	<ul style="list-style-type: none"> • Notificación de accidentes e incidentes.
<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Emergencia, Evacuación y Puntos de Encuentro 	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia de la Ergonomía en el trabajo: Manipulación manual de cargas
<ul style="list-style-type: none"> • Riesgos en el Uso de Maquinaria y Equipos Críticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Prevención de Factores de riesgos psicosociales y manejo de estrés.
<ul style="list-style-type: none"> • Gestión Preventiva del Comité Paritario de Higiene y Seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Estilos de vida saludable
<ul style="list-style-type: none"> • Prevención de Riesgos en Trabajos en Altura 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de equipos críticos
<ul style="list-style-type: none"> • Riesgos Psicosociales y Manejo del Estrés Laboral 	<ul style="list-style-type: none"> • Brigadas de Emergencias: Contra incendio, Evacuación y rescate y Primeros Auxilios
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo Manual de Cargas, Control de Riesgos Ergonómicos y Trastornos Musculoesqueléticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de montacarga
<ul style="list-style-type: none"> • Ley Karin y Acoso Laboral Sexual 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos en altura
<ul style="list-style-type: none"> • Prevención de Riesgos por Exposición a Radiación UV 	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia del uso de los equipos de protección personal
<ul style="list-style-type: none"> • Primeros Auxilios/RCP, Uso de EPP y Respuesta Inicial ante Accidentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de escaleras

6.6.1.3 PROMOVRIENDO LA SALUD

Servicios de salud ocupacional

En el caso de SMU Chile, en cumplimiento con las disposiciones legales, la Compañía y las empresas contratistas trabajan con una mutualidad, la que es fiscalizada por la Superintendencia de Seguridad Social para garantizar la calidad y cumplimiento de la cobertura. Dentro de las prestaciones que brindan las mutualidades, se destaca la asistencia preventiva, médica y económica por accidentes del trabajo y enfermedades profesionales. Adicionalmente, con el propósito de evitar accidentes del trabajo o enfermedades profesionales, realizan la identificación de peligros y evaluación de riesgos durante sus visitas a instalaciones. Se facilita el acceso a los servicios de la mutualidad a través de su página web, donde se ponen a disposición cursos, fichas técnicas y preventivas, e información general de seguridad, además de información de horarios y ubicación de centros de atención.

En el caso de SMU Perú, por norma, las empresas deben contar con un médico ocupacional, que tiene como función fundamental trabajar en la prevención de enfermedades profesionales. Dicho profesional trabaja de manera conjunta con el área de salud y seguridad en el trabajo en la elaboración de la matriz de riesgos, diseño de controles y seguimiento de accidentes, entre otras labores. Para facilitar el acceso de los trabajadores a los servicios, en su proceso de inducción reciben una capacitación por parte del área médica sobre los procesos de notificación de estados prepatológicos, accidentes y situaciones similares.

Servicios médicos y de cuidado de la salud

Además de los servicios de salud ocupacional, SMU promueve la salud y bienestar de sus colaboradores a través de su programa BienEstar, el que tiene el objetivo de fomentar hábitos saludables y el autocuidado a través de tres ejes: prevención en salud física, dimensión de la salud mental y dimensión de los cuidados personales y hábitos saludables. La Compañía también ofrece un conjunto de beneficios relacionados con la salud. Para más información, ver sección 6.4 Beneficios y Bienestar.

Salud mental

La gestión de factores psicosociales y de la salud mental forma parte del cuidado de la seguridad y salud en el trabajo en SMU, incluyendo evaluaciones, herramientas de apoyo emocional y capacitaciones orientadas a desarrollar competencias comunicacionales, relacionales y de liderazgo que contribuyen a ambientes de descompresión emocional e instalan habilidades de cuidado mutuo. Durante 2025, en SMU Chile se evaluaron un total de 203 centros de trabajo de manera satisfactoria, y donde participaron 10.105 colaboradores. En Perú, se realizó el monitoreo de los factores de riesgo psicosocial en aquellas tareas de operación, teniendo una participación de 543 colaboradores.

Protección de datos personales

La protección de datos personales de salud forma parte del modelo de protección de datos de SMU. Resguardar la confidencialidad de estos datos es una obligación tanto en Chile como en Perú. Adicionalmente, la utilización de información relacionada con el uso de servicios de salud en el trabajo para dar un trato favorable o desfavorable a los colaboradores constituiría, por una parte, un uso ilegal de la información y, por otra, un acto

ilegal de discriminación. Si un colaborador considera que se ha hecho mal uso de sus datos personales, lo debe informar a través del Canal de Denuncias y Consultas de SMU.

6.6.1.4 PARTICIPACIÓN DE COLABORADORES

Comités Paritarios

Uno de los protagonistas relevantes en materia de prevención de riesgos son los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad (CPHS) en Chile, y el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, en Perú. En ambos casos están compuestos por tres representantes de la empresa y tres representantes de los trabajadores, siendo estos últimos elegidos mediante votación directa y secreta, donde participan todos los colaboradores. La función de cada comité es: asesorar e instruir sobre la correcta utilización de los instrumentos de protección, ya sean personales, equipos, maquinarias, etc.; vigilar el cumplimiento de las medidas de prevención, higiene y seguridad; investigar los accidentes del trabajo para obtener aprendizajes y evitar su repetición; levantar las condiciones de riesgos con seguimiento a las mejoras; y promover la realización de cursos orientados a seguridad y salud laboral. Los miembros de estos comités, en ambos países, son capacitados para poder cumplir con estas responsabilidades específicas.

Su programa de trabajo se enfoca en el desarrollo de inspecciones de las instalaciones, charlas de seguridad, investigación de accidentes y promoción de las buenas prácticas en el ámbito psicosocial y ergonómico. El trabajo realizado por los CPHS ha permitido mejorar procesos productivos e infraestructura, todo con la finalidad de prevenir accidentes y mitigar riesgos.

Resumen Sistema de Gestión de Seguridad y Salud

Sistema de Gestión de Seguridad y Salud	Chile	Perú
Evaluaciones de riesgos y peligros de salud y seguridad para identificar qué podría causar daño en el lugar de trabajo	SÍ	SÍ
Priorización e integración de planes de acción con metas cuantificadas para abordar estos riesgos	SÍ	SÍ
Integración de acciones de preparación y respuesta ante situaciones de emergencia	SÍ	SÍ
Evaluación del progreso en la reducción / prevención de problemas / riesgos de salud con respecto a los objetivos	SÍ	SÍ

6.6.2 INDICADORES DE INCIDENTES

Durante 2025, los indicadores de incidentes muestran una mejora respecto de 2024, cumpliéndose las metas de reducción de accidentes establecidas en el plan de trabajo. Este desempeño tuvo un impacto positivo en la seguridad y salud de los colaboradores, contribuyendo a un ambiente laboral más seguro y saludable, como también a la continuidad operativa del negocio.

El monitoreo de indicadores de seguridad laboral permite evaluar patrones de comportamiento, identificar factores de riesgo, medir el impacto de las iniciativas implementadas y así reducir la incidencia de accidentes laborales, beneficiando tanto a los trabajadores como al funcionamiento general de la Compañía.

Mediante el análisis continuo de indicadores de accidentabilidad, la matriz de riesgos y la generación o actualización de programas de trabajo, se lleva a cabo la planificación de medidas tomadas o proyectadas para la eliminación o minimización de riesgos laborales asociados al desarrollo del trabajo. Asimismo, se definen metas cuantitativas, de acuerdo con lo establecido en la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo, para medir la efectividad de las medidas implementadas.

Durante 2025, se tomaron las siguientes medidas de control preventivo:

- Eliminación/mitigación de condiciones de peligro, tales como: pisos resbaladizos, superficies en desnivel, equipos defectuosos.
- Ejecución de campañas comunicacionales preventivas de seguridad y salud laboral en terreno.
- Información oportuna de los riesgos asociados a las actividades del trabajo.
- Inspecciones y observaciones preventivas de seguridad.
- Evaluaciones preventivas y correctivas de puestos de trabajo (evaluaciones técnicas de condiciones físicas y de higiene).
- Entrega, disposición y recambio de equipos, herramientas y elementos de protección personal (zapatos de seguridad, cascos, guantes, arnés de seguridad, entre otros).
- Reforzamiento de canales de comunicación y tecnologías de difusión de información.
- Programas de contención emocional.

SMU monitorea los principales tipos de lesiones que se registran, identificando riesgos específicos para cada unidad de trabajo. En el caso de Chile, los principales tipos de accidentes que ocurren dentro de la empresa incluyen cortes, caídas, golpes y dolencias musculares, mientras que, en Perú, son cortes y caídas.

Con respecto a los accidentes del trabajo de colaboradores internos, en Chile se registraron 688 eventos, 11.480 días de reposo y 32.432.453 horas hombre trabajadas. Para contratistas, se registraron 260 accidentes, 3.230 días de reposo médico y 18.518.094 horas hombre trabajadas. En Perú se registraron dos eventos, con un total de 12 días de reposo y 148.800 horas hombre trabajadas.

Seguridad Laboral Colaboradores

CHILE		2025	Meta 2025	2024
Número de fatalidades	Hombre	0	0	0
	Mujer	0	0	0
	Total	0	0	0
Tasa de accidentabilidad (número de accidentes/promedio de trabajadores) *100	Hombre	2,8		3,4
	Mujer	3,2		3,4
	Total	3,1	3,3	3,4
Tasa de siniestralidad (días perdidos año/promedio de trabajadores) *100	Hombre	54,0		50,7
	Mujer	49,9		59,5
	Total	51,3	56,0	56,4
Promedio de días perdidos por accidentes (días perdidos año/ número de accidentes)	Total	16,7	17,1	16,6
Tasa de frecuencia (total accidentes/millón de horas trabajadas)	Total	21,2	21,6	22,7
Tasa de gravedad (total días perdidos año /millón de horas trabajadas)	Total	354,0	364,0	376,9
Tasa de días de ausencia por cada 200 000 horas trabajadas (días perdidos año/HH año) *200.000	Total	70,8	71,9	75,4

PERÚ		2025	Meta 2025	2024
Número de fatalidades	Hombre	0	0	0
	Mujer	0	0	0
	Total	0	0	0
Tasa de accidentabilidad (número de accidentes/promedio de trabajadores) *100	Hombre	0,6		0,0
	Mujer	0,0		0,9
	Total	0,3	0,4	0,4
Tasa de siniestralidad (días perdidos año/promedio de trabajadores) *100	Hombre	3,3		0,0
	Mujer	0,0		2,7
	Total	1,8	1,3	1,3
Promedio de días perdidos por accidentes (días perdidos año/ número de accidentes)	Total	6,0		3,0
Tasa de frecuencia (total accidentes/millón de horas trabajadas)	Total	13,4		1,7
Tasa de gravedad (total días perdidos año /millón de horas trabajadas)	Total	80,6		5,1
Tasa de días de ausencia por cada 200 000 horas trabajadas (días perdidos año/HH año) *200.000	Total	16,1		1,0

MEMORIA INTEGRADA 2025

CHILE Y PERÚ		2025	Meta 2025	2024
Número de fatalidades	Hombre	0		0
	Mujer	0		0
	Total	0	0	0
Tasa de accidentabilidad <i>(número de accidentes/promedio de trabajadores) *100</i>	Hombre	2,7		3,2
	Mujer	3,2		3,4
	Total	3,0	3,2	3,3
Tasa de siniestralidad <i>(días perdidos año/promedio de trabajadores) *100</i>	Hombre	51,8		48,3
	Mujer	48,8		58,2
	Total	49,9	54,4	54,8
Promedio de días perdidos por accidentes <i>(días perdidos año/ número de accidentes)</i>	Total	16,7	16,5	16,5
Tasa de frecuencia <i>(total accidentes/millón de horas trabajadas)</i>	Total	21,6	21,7	21,7
Tasa de gravedad <i>(total días perdidos año /millón de horas trabajadas)</i>	Total	352,7	355,0	358,7
Tasa de días de ausencia por cada 200 000 horas trabajadas <i>(días perdidos año/HH año) *200.000</i>	Total	70,5	71,0	71,7

Seguridad Laboral Contratistas

Contratistas	2025	2024
Número de fatalidades	0	1
Tasa de accidentabilidad <i>(número de accidentes/promedio de trabajadores) *100</i>	3,1	5,6
Tasa de siniestralidad <i>(días perdidos año/promedio de trabajadores) *100</i>	38,8	42,1
Tasa de frecuencia <i>(total accidentes/millón de horas trabajadas)</i>	14,0	20,8
Tasa de gravedad <i>(total días perdidos año /millón de horas trabajadas)</i>	174,4	155,5

Salud Ocupacional

Chile Enfermedades Profesionales		2025	2024
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (número de personas)	Hombre	3	2
	Mujer	6	15
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (total enfermedades profesionales /millón de horas trabajadas)	Total	0,3	0,50
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (número de enfermedades profesionales /promedio de trabajadores) *100	Total	0,04	0,11

Perú Enfermedades Profesionales		2025	2024
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (número de personas)	Hombre	0	0
	Mujer	0	0
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (total enfermedades profesionales /millón de horas trabajadas)	Total	0,00	0,00
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (número de enfermedades profesionales /promedio de trabajadores) *100	Total	0,00	0,00

Chile y Perú Enfermedades Profesionales		2025	2024
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (número de personas)	Hombre	3	2
	Mujer	6	15
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (total enfermedades profesionales /millón de horas trabajadas)	Total	0,3	0,47
Trabajadores con enfermedades ocupacionales (número de enfermedades profesionales /promedio de trabajadores) *100	Total	0,04	0,07

6.7 NUESTRA GENTE: INDICADORES

Dotación por país y cargo al 31.12.2025

	Supermercados Chile	Supermercados Perú	Total
Alta Gerencia	13	1	14
Gerencia	216	28	244
Jefatura	767	50	817
Operario	10.006	46	10.052
Fuerza de Venta	6.977	390	7.367
Administrativo	683	32	715
Otros Profesionales	704	70	774
Otros Técnicos	3.000	56	3.056
Dotación Total	22.366	673	23.039

Dotación por cargo y género

Cargo	2025			2024		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Alta Gerencia	5	9	14	5	9	14
Gerencia	87	157	244	79	168	247
Jefatura	301	516	817	304	525	829
Operario	6.552	3.500	10.052	6.936	3.860	10.796
Fuerza de Venta	5.326	2.041	7.367	5.670	2.040	7.710
Administrativo	486	229	715	501	250	751
Otros Profesionales	361	414	785	372	444	816
Otros Técnicos	1.762	1.293	3.045	1.772	1.312	3.084
Dotación Total	14.880	8.159	23.039	15.639	8.608	24.247

Dotación por nacionalidad, cargo y género al 31.12.2025

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Chilena	10	205	754	9.656	6.782	664	665	2.941	21.677
Mujeres	3	68	273	6.311	4.990	471	296	1.701	14.113
Hombres	7	137	481	3.345	1.792	193	369	1.240	7.564
Peruana	1	30	50	169	476	38	74	81	919
Mujeres	-	15	18	79	258	9	43	44	466
Hombres	1	15	32	90	218	29	31	37	453
Argentina	1	4	-	7	2	1	2	2	19
Mujeres	-	2	-	5	1	-	1	-	9
Hombres	1	2	-	2	1	1	1	2	10
Boliviana	-	-	-	87	40	1	11	-	139
Mujeres	-	-	-	74	38	1	10	-	123
Hombres	-	-	-	13	2	-	1	-	16
China	-	-	-	1	1	-	1	-	3
Mujeres	-	-	-	1	1	-	-	-	2
Hombres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Colombiana	-	1	3	50	21	2	2	6	85
Mujeres	-	-	3	40	18	-	2	4	67
Hombres	-	1	-	10	3	2	-	2	18
Costarricense	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	1	-	-	-	-	1

MEMORIA INTEGRADA 2025

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Cubana	-	-	-	1	1	-	-	-	2
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	1	1	-	-	-	2
Dominiqués	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dominicana	-	-	-	2	2	1	-	-	5
Mujeres	-	-	-	2	1	-	-	-	3
Hombres	-	-	-	-	1	1	-	-	2
Ecuatoriana	-	-	-	14	5	-	-	2	21
Mujeres	-	-	-	8	2	-	-	2	12
Hombres	-	-	-	6	3	-	-	-	9
Española	-	1	-	-	-	-	1	-	2
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	1	-	-	-	-	1	-	2
Estadounidense	1	1	-	-	-	-	-	-	2
Mujeres	1	1	-	-	-	-	-	-	2
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Haitiana	-	-	-	12	3	-	-	-	15
Mujeres	-	-	-	3	2	-	-	-	5
Hombres	-	-	-	9	1	-	-	-	10

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Húngara	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Italiana	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Mexicana	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Nicaragüense	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Norcoreana	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pakistani	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Palestina	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Paraguaya	-	-	-	1	1	-	-	-	2
Mujeres	-	-	-	1	1	-	-	-	2

MEMORIA INTEGRADA 2025

Nacionalidad	Alta Gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza Venta	Administrativo	Otros Profesionales	Otros Técnicos	Total
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rumana	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Hombres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rusa	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Mujeres	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hombres	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Uruguaya	-	1	-	2	-	-	-	-	3
Mujeres	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Hombres	-	-	-	2	-	-	-	-	2
Venezolana	1	-	9	46	32	8	14	24	134
Mujeres	1	-	6	26	14	5	8	11	71
Hombres	-	-	3	20	18	3	6	13	63

Dotación por rango etario, cargo y género

2025						
	Menos de 30 años	30 a 40 años	41 a 50 años	51 a 60 años	61 a 70 años	Más de 70 años
Alta Gerencia	-	-	7	6	1	-
Mujeres	-	-	2	3	-	-
Hombres	-	-	5	3	1	-
Gerencia	-	60	122	47	15	-
Mujeres	-	25	52	7	3	-
Hombres	-	35	70	40	12	-
Jefatura	21	268	346	160	21	1
Mujeres	10	99	124	61	6	1
Hombres	11	169	222	99	15	-
Operario	2.161	2.439	2.193	2.131	996	132
Mujeres	949	1.656	1.677	1.581	618	71
Hombres	1.212	783	516	550	378	61
Fuerza Venta	2.929	1.773	1.238	1.000	402	25
Mujeres	1.625	1.391	1.072	882	340	16
Hombres	1.304	382	166	118	62	9
Administrativo	95	294	211	90	24	1
Mujeres	49	180	168	67	21	1
Hombres	46	114	43	23	3	-
Otros Profesionales	159	381	167	51	14	2
Mujeres	77	191	71	16	5	1
Hombres	82	190	96	35	9	1
Otros Técnicos	245	1.044	1.023	591	146	7
Mujeres	124	581	647	357	52	1
Hombres	121	463	376	234	94	6
Total	5.610	6.259	5.307	4.076	1.619	168
Mujeres	2.834	4.123	3.813	2.974	1.045	91
Hombres	2.776	2.136	1.494	1.102	574	77

MEMORIA INTEGRADA 2025

2024						
	Menos de 30 años	30 a 40 años	41 a 50 años	51 a 60 años	61 a 70 años	Más de 70 años
Alta Gerencia	-	-	7	6	1	-
Mujeres	-	-	2	3	-	-
Hombres	-	-	5	3	1	-
Gerencia	1	54	132	48	12	-
Mujeres	-	22	46	8	3	-
Hombres	1	32	86	40	9	-
Jefatura	18	300	348	141	21	1
Mujeres	10	114	125	51	3	1
Hombres	8	186	223	90	18	-
Operario	2.276	2.713	2.413	2.282	981	131
Mujeres	1.007	1.834	1.813	1.639	580	63
Hombres	1.269	879	600	643	401	68
Fuerza Venta	3.114	1.893	1.316	982	384	21
Mujeres	1.785	1.517	1.153	880	322	13
Hombres	1.329	376	163	102	62	8
Administrativo	107	310	227	80	25	2
Mujeres	52	190	180	58	20	1
Hombres	55	120	47	22	5	1
Otros Profesionales	146	449	160	44	14	3
Mujeres	68	205	79	14	5	1
Hombres	78	244	81	30	9	2
Otros Técnicos	251	1.101	1.039	560	126	7
Mujeres	114	616	663	335	43	1
Hombres	137	485	376	225	83	6
Total	5.913	6.820	5.642	4.143	1.564	165
Mujeres	3.036	4.498	4.061	2.988	976	80
Hombres	2.877	2.322	1.581	1.155	588	85

Dotación por antigüedad, cargo y género

	2025				
	Menos de 3 años	3 a 6 años	6 a 9 años	9 a 12 años	Más de 12 años
Alta Gerencia	3	3	5	-	3
Mujeres	-	2	3	-	-
Hombres	3	1	2	-	3
Gerencia	74	47	45	24	54
Mujeres	28	20	11	10	18
Hombres	46	27	34	14	36
Jefatura	174	121	106	59	357
Mujeres	57	36	27	27	154
Hombres	117	85	79	32	203
Operario	2.888	1.348	1.278	1.332	3.206
Mujeres	1.598	847	858	952	2.297
Hombres	1.290	501	420	380	909
Fuerza Venta	3.722	907	787	726	1.225
Mujeres	2.186	692	679	659	1.110
Hombres	1.536	215	108	67	115
Administrativo	148	79	89	100	299
Mujeres	98	48	46	53	241
Hombres	50	31	43	47	58
Otros Profesionales	434	158	84	31	67
Mujeres	201	76	39	18	27
Hombres	233	82	45	13	40
Otros Técnicos	597	328	336	342	1.453
Mujeres	278	157	171	202	954
Hombres	319	171	165	140	499
Total	8.040	2.991	2.730	2.614	6.664
Mujeres	4.446	1.878	1.834	1.921	4.801
Hombres	3.594	1.113	896	693	1.863

MEMORIA INTEGRADA 2025

2024					
	Menos de 3 años	3 a 6 años	6 a 9 años	9 a 12 años	Más de 12 años
Alta Gerencia	4	4	3	1	2
Mujeres	1	2	2	-	-
Hombres	3	2	1	1	2
Gerencia	72	68	31	19	57
Mujeres	24	20	14	4	17
Hombres	48	48	17	15	40
Jefatura	175	148	95	65	346
Mujeres	57	43	41	22	141
Hombres	118	105	54	43	205
Operario	3.153	1.329	1.635	1.511	3.168
Mujeres	1.764	764	1.099	1.091	2.218
Hombres	1.389	565	536	420	950
Fuerza Venta	4.075	807	963	702	1.163
Mujeres	2.493	639	843	636	1.059
Hombres	1.582	168	120	66	104
Administrativo	132	90	100	125	304
Mujeres	88	49	49	69	246
Hombres	44	41	51	56	58
Otros Profesionales	456	196	63	30	71
Mujeres	204	89	31	16	32
Hombres	252	107	32	14	39
Otros Técnicos	573	324	316	409	1.462
Mujeres	254	152	161	245	960
Hombres	319	172	155	164	502
Total	8.640	2.966	3.206	2.862	6.573
Mujeres	4.885	1.758	2.240	2.083	4.673
Hombres	3.755	1.208	966	779	1.900

Dotación por tipo de contrato y género¹⁸

	Contrato Indefinido				Contrato a Plazo Fijo			
	2025		2024		2025		2024	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Mujeres	13.825	60%	14.479	60%	1.055	5%	1.160	5%
Hombres	7.210	31%	7.628	31%	949	4%	980	4%
Total	21.035	91%	22.107	91%	2.004	9%	2.140	9%

Rotación por rango etario y género

	2025			2024		
	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres
Menores de 30 años	77%	65%	90%	77%	67%	89%
31 a 50 años	23%	21%	29%	17%	15%	22%
Mayores a 50 años	16%	14%	21%	9%	9%	11%
Total	35%	28%	49%	29%	23%	41%
Rotación voluntaria	17%	14%	23%	17%	14%	23%
Rotación no voluntaria	18%	15%	26%	12%	9%	18%

Apertura mujeres/hombres en cargos "STEM" (Ciencia – tecnología – ingeniería – matemáticas)

Formato	2025		2024	
	% Femenino	% Masculino	% Femenino	% Masculino
Total general	48,1	51,9	46,5	53,5

¹⁸ Cabe señalar que SMU no cuenta con colaboradores con contrato por obra o faena, ni tampoco con contrato a honorarios.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Gerentes y ejecutivos en áreas que generan ingresos por género

2025				
	Mujeres		Hombres	
	Número	%	Número	%
Operaciones	13	22	45	78
Comercial	51	47	57	53
Clientes & Marketing	5	50	5	50
E-Commerce	6	46	7	54
Total	75	40	114	60

2024				
	Mujeres		Hombres	
	Número	%	Número	%
Operaciones	10	17,2	48	82,8
Comercial	13	35,1	24	64,9
Clientes & Marketing	2	100	0	0
E-Commerce	2	33,3	4	66,7
Total	27	26,2	76	73,8



Personas con discapacidad

	Mujeres	Hombres	Total
Alta Gerencia	-	-	-
Gerencia	1	-	1
Jefatura	-	1	1
Operario	59	147	206
Fuerza de Venta	49	46	95
Administrativo	5	5	10
Otros Profesionales	4	2	6
Otros Técnicos	5	6	11
Dotación Total	123	207	330



EL CLIENTE **AL CENTRO**

SMU ha establecido en su visión y propósito, **que el cliente y sus necesidades tienen que estar al centro del quehacer de toda la organización**, siendo un foco transversal para todas las áreas. Cada uno de los formatos de SMU busca conocer a sus clientes y establecer una relación cercana con cada uno de ellos para brindarles una atención de excelencia, que haga más grata su experiencia de compra. Asimismo, la Compañía se preocupa por mantener comunicaciones transparentes, resguardar la calidad e inocuidad de las mercaderías que vende y proteger los datos personales de sus clientes.

TEMAS	AVANCES 2025	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Mejor experiencia	Campañas promocionales que ayudan a optimizar el presupuesto familiar de los clientes.	 
Consumo responsable		
Marcas Propias	Desarrollo de marcas propias: 200 lanzamientos de productos y 42% del surtido permanente con packaging ecoamigable (31% en 2024).	Contribuye a metas: 2.1 12.5

El modelo de negocios de SMU busca poner al cliente en el centro de cada decisión y proyecto, lo que se ve reflejado tanto en sus planes estratégicos, así como también, en su Modelo Corporativo de Sostenibilidad. La estrategia multiformato de la Compañía le permite ofrecer diversas propuestas de valor, atendiendo las necesidades y preferencias de diferentes segmentos de clientes.

A través de sus diferentes formatos y amplia cobertura geográfica, incluyendo operaciones en Chile y Perú, SMU atiende a una base diversificada de clientes. Cabe señalar que, durante el año 2025, ningún cliente de SMU—tanto a nivel consolidado como a nivel de los segmentos Supermercados Chile y Supermercados Perú—representó, en forma individual, al menos el 10% de los ingresos de la Compañía o de los respectivos segmentos.

El compromiso con el cliente también contempla una cultura de protección a los derechos del consumidor, incluyendo una Política Corporativa de Cumplimiento de Protección al Consumidor, entre otras políticas, procedimientos y prácticas. Para más información, ver sección 5.2.3 Protección al Consumidor y sección 5.2.4 Privacidad de Datos.

7.1 EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Considerando que la experiencia de compra es un eje clave del quehacer de SMU, siempre se busca entender las necesidades y preferencias de sus clientes, y así mejorar la propuesta de valor que ofrece en cada uno de sus formatos. Durante el año 2025, se mantuvo un escenario macroeconómico adverso que se vio reflejado en las preferencias y conductas de los clientes. En particular, continuaron demostrando una alta sensibilidad a precios y un fuerte foco en la búsqueda de ahorros. SMU, por su parte, implementó diversas iniciativas en sus diferentes formatos para ayudar a sus clientes a maximizar su presupuesto familiar, incluyendo campañas promocionales con foco en categorías relevantes y la incorporación de nuevos productos de marcas propias, ofreciendo un surtido de productos atractivos, de alta calidad y a precios convenientes.

Durante el período, la Compañía fortaleció su enfoque de gestión de la experiencia incorporando nuevas metodologías de escucha y comprensión del cliente, que permitieron profundizar en sus expectativas, motivaciones y puntos de fricción a lo largo del viaje. Este avance amplió la capacidad de análisis más allá de los indicadores tradicionales, entregando una mirada más completa y accionable para el diseño de iniciativas orientadas a elevar la experiencia, reforzar la propuesta de valor y apoyar una toma de decisiones más informada y centrada en el cliente.

7.1.1 AHORRO, FIDELIZACIÓN Y BENEFICIOS

La conveniencia es un componente fundamental de la experiencia de compra, y durante 2025, el ahorro siguió siendo uno de los principales motores en las decisiones de compra de los consumidores, producto de la situación económica. Para ayudar a sus clientes a maximizar su presupuesto familiar, SMU implementó diversas iniciativas y campañas, donde se destacaron “A Luca y A Mil,” en Unimarc, “Ahorro en Grande”, en Alvi y “Súper Luka” en Super10.



Por otra parte, un habilitador importante para complementar la experiencia de los clientes son los programas de lealtad: Club Unimarc, Club Alvi y Club 10. Estos son una herramienta que facilita el ahorro y la entrega de beneficios que complementan los intereses de los clientes de cada formato. Durante 2025, se implementaron diversas iniciativas que buscaban fidelizar más a los clientes con foco en la entrega de beneficios inmediatos.

Club UNIMARC

Durante 2025 Club Unimarc, incorporó nuevos beneficios en las compras de nuestros clientes, tanto en locales de ventas como en ecommerce, nuevas alianzas con otros comercios y desarrollo de alianzas con medios de pago.



ENCUENTRO DE SOCIOS ALVI

En Alvi, continuaron los beneficios otorgados a través de los niveles de socios, fortaleciendo el vínculo con los socios comerciantes del formato. En 2025 se vivió otro Gran Encuentro de Socios Alvi, con convocatoria record, instancia que reúne a comerciantes provenientes de todo Chile, generando un espacio de conexión con las principales marcas que abastecen el canal tradicional, impulsando oportunidades de negocio, fomentando el intercambio de experiencias y entregando herramientas que contribuyen a su crecimiento.



Otra iniciativa altamente valorada por los clientes durante el año fue la alianza realizada con BancoEstado, de forma transversal en Unimarc, Alvi y Super 10, que ofreció descuentos exclusivos al utilizar sus medios de pago. Los clientes tuvieron acceso a descuentos en categorías especialmente relevantes, permitiéndoles tener un mayor ahorro.



Rutpay
de BancoEstado

Paga con Rutpay y obtén **30% dcto** para compras iguales o superiores a \$30.000
Con tope de \$15.000

Rutpay, una nueva aplicación de BancoEstado para pagar y obtener beneficios.

 **BancoEstado**
desde 1855

7.1.2 POTENCIANDO EL SURTIDO

El surtido es un elemento esencial de la experiencia del cliente. Para asegurar que los productos ofrecidos sean atractivos y relevantes para los diferentes segmentos de clientes, cada uno de los formatos de SMU revisa y ajusta el surtido en forma permanente. Este proceso dinámico es crucial, ya que el comportamiento y las preferencias del consumidor cambian constantemente.

En primer lugar, el equipo de Clientes y Marketing utiliza los programas de fidelización, estudios y encuestas para obtener un mayor entendimiento de las nuevas tendencias. Estos datos son fundamentales para personalizar la oferta y conectarse mejor con los hábitos de consumo de cada región. Asimismo, la Compañía contrata diversos servicios de inteligencia de mercado que aportan información valiosa acerca de tendencias de consumo y nuevos productos, permitiendo analizar a la competencia e identificar oportunidades. Por otro lado, el equipo de Marcas Propias y Exclusivas viaja a ferias internacionales para descubrir y evaluar nuevas ofertas de productos, manteniendo así la oferta actualizada y atractiva. Finalmente, la incorporación de un nuevo producto en el surtido requiere la aprobación de la Gerencia Comercial, que considera de forma integral las necesidades de los clientes, los espacios disponibles en las tiendas y los rigurosos aspectos de aseguramiento de calidad.

Marcas Propias y Exclusivas

El desarrollo de productos de marcas propias es una de las iniciativas estratégicas principales de SMU, contribuyendo a la diferenciación, la rentabilidad y la competitividad. Estos productos se comercializan transversalmente en todos los formatos de la Compañía, y son muy valorados por los clientes, quienes perciben la buena relación precio-calidad en su búsqueda de productos que facilitan el ahorro. El portafolio de marcas propias incluye productos de primer precio, segmento medio y calidad superior, permitiendo satisfacer las necesidades y preferencias de distintos grupos de clientes.

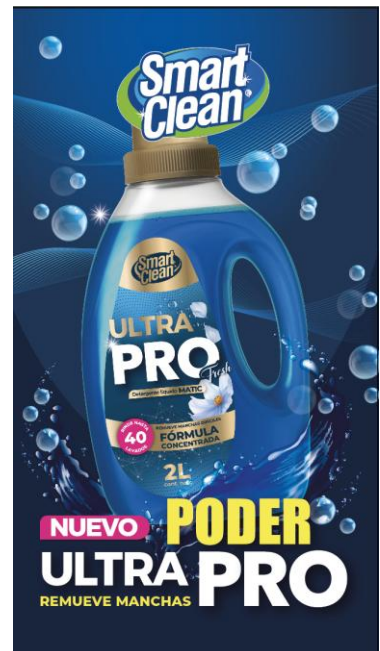


Los productos de primer precio ayudan a fortalecer la propuesta competitiva en cada formato, basada en calidad al mejor precio, mediante un portafolio de marcas atractivas y eficientes y asegurando la cobertura de todas las categorías básicas en cada formato. En este segmento, durante el año 2025, la Compañía lanzó *Super Capitán*, una nueva marca de productos alimenticios de alto consumo diseñada específicamente para comerciantes y canal Horeca, incluyendo congelados, abarrotos secos, conservas y aceites, entre otros.

En tanto, los productos de segmento medio contribuyen a la diferenciación de los formatos, enriqueciendo sus surtidos con gran calidad a precios atractivos. Durante 2025, la gran mayoría de los nuevos productos lanzados correspondieron al segmento medio, destacándose formulaciones de orígenes, como mayonesa americana, cerveza europea y chocolates suizos.

Con respecto a la rentabilidad, la Compañía busca acortar la cadena de suministro a través de su equipo de Global Sourcing, desarrollando productos en distintas partes del mundo para conseguir la mejor calidad al mejor costo, ampliando su matriz de proveedores y mejorando su capacidad de adaptarse a cambios en las condiciones de mercado.

Los productos de marcas propias y exclusivas alcanzaron una participación de 13% en el total de ventas de SMU Chile en 2025. La Compañía cerró el año con más de 20 marcas especializadas en diversas categorías y un surtido de más de 1.600 productos, con más de 500 nuevos lanzamientos entre 2023 y 2025.



Salud y Nutrición

Dado que el foco de la Compañía está puesto en la venta de alimentos, la salud y nutrición de los productos que comercializa son atributos relevantes en su propuesta de valor.

Los estudios que ha realizado SMU muestran que los consumidores valoran un surtido que se acople a las nuevas preferencias del consumidor, incorporando nuevos productos de forma dinámica. Asimismo, los estudios también muestran que, entre un cierto grupo de consumidores, existe una clara tendencia hacia un estilo de vida equilibrado, prefiriendo productos que contribuyen a una mejor salud y bienestar. Sin embargo, cada cliente tiene su propia interpretación de estos conceptos. Por ejemplo, en su búsqueda de una alimentación saludable, hay clientes que prefieren alimentos libres de azúcar, mientras que otros prefieren alimentos totalmente naturales, sin aditivos ni edulcorantes, aun cuando contengan algo de azúcar. También hay clientes que prefieren productos con menos grasas, orgánicos, *plant-based*, entre otros atributos. Algunos consumidores buscan productos “libres de”, no necesariamente por temas de alergias alimentarias, si no por un nuevo estilo de vida que están adoptando, más consciente del impacto que generan a lo largo de la cadena de valor. Por lo tanto, el surtido de productos de SMU debe satisfacer un rango amplio de preferencias relacionadas con la salud y nutrición, y cada formato aborda esta necesidad de la manera que mejor se adecua a sus clientes. Asimismo, y en forma transversal, dentro de su estrategia de marcas propias la Compañía ha desarrollado la marca MyWay que cubre una amplia selección de productos con atributos específicos.



En el caso de Unimarc, con su foco en productos perecibles, la definición del surtido se basa en cuatro pilares: experiencia, variedad, calidad y disponibilidad, buscando acercar y fidelizar a un segmento de clientes que, impulsado por una nueva consciencia alimentaria o por satisfacer sus necesidades particulares, busca encontrar de manera más fácil, en un solo lugar, una variedad de productos de alta calidad que den respuestas a sus restricciones alimenticias o que se adapten a su estilo de vida, teniendo así una experiencia más agradable a la hora de satisfacer sus necesidades.

Asimismo, el formato Super10 busca ofrecer un surtido completo, que cubre todas las unidades de necesidad de sus clientes, siempre con un enfoque en el ahorro, siendo *Super Barato*. En este sentido, las secciones de productos perecibles incluyen productos sin procesamientos, potenciando lo natural y saludable, además de productos sin sello o “libre de”. El desarrollo de nuevos productos de marcas propias con estas características permitirá seguir complementando el surtido de Super10, dada la importante presencia de estos productos en sus salas de venta.

Con respecto a Alvi y teniendo en cuenta que sus socios comerciantes tienen una relación muy directa con las familias de las comunidades donde se encuentran, el surtido incluye distintas opciones saludables de menor cantidad de sellos o mayor contenido proteico en categorías de mayor demanda y frecuencia de compra en los barrios como lácteos, confites, galletas, cereales y líquidos asociados a colaciones. Por otro lado, en los formatos de mayor tamaño que son utilizados por clientes del canal HORECA o instituciones para la preparación de alimentos, se han incorporado nuevos productos que satisfacen las distintas tendencias alimentarias.

7.1.3 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Al igual que en años anteriores, durante todo el 2025 SMU mantuvo la medición de NPS (*Net Promoter Score*), que busca sobre llevar el pulso de la experiencia de los clientes en las salas de los diferentes formatos. El NPS es un indicador que da cuenta de la lealtad de los clientes a cada formato, en base a su disposición a recomendarlo. Al entender las razones por las cuales un cliente recomienda o no recomienda a una marca, es posible detectar oportunidades que apunten a potenciar los atributos que aumentan la recomendación y mejorar aquellos que la afectan negativamente.

La plataforma que utiliza la Compañía para medir y reportar el NPS ofrece reportería online y on time, permitiendo a la operación—desde gerentes de formato hasta administradores de sala—monitorear en tiempo real la opinión de sus clientes. Adicionalmente, la plataforma permite contactarse con los clientes para profundizar en sus opiniones, solucionar problemas y/o atender los quiebres de experiencia que puedan haber reportado en la encuesta de NPS.

El NPS de SMU en 2025 alcanzó un 73,0%, superando la meta de 66,5% en 6,5 puntos porcentuales. Este sobrecumplimiento se debe principalmente a mejoras respecto al año anterior en las palancas Limpieza (+1,3 p.p.), Tiempo en Cajas (+1,2 p.p.) y Atención (+1,0 p.p.).

Net Promoter Score

	2025	2024
NPS SMU (*)	73,0%	69,2%









*Corresponde a las operaciones en Chile.

Para profundizar el compromiso con los clientes al interior de la organización, es importante generar consciencia y visibilidad de cómo ellos están evaluando su experiencia de compra en los formatos de la Compañía. De cara a ese objetivo, el NPS se incluye como componente en el cálculo de los incentivos de desempeño de los colaboradores. Al vincular los resultados del NPS a los incentivos, se busca poner la experiencia del cliente al centro de las decisiones de los colaboradores.

**7.1.4
COMUNICACIÓN RESPONSABLE**

Mantener una comunicación continua y fluida con los clientes es clave para conocer sus necesidades e ir mejorando su experiencia de compra en los diferentes formatos de SMU. Es así como cada formato ha habilitado canales para que los clientes puedan plantear sus preguntas, reclamos, sugerencias o felicitaciones.

Canales de Comunicación Dispuestos para los Clientes

	Unimarc	Alvi	Super10
Línea 600			
Redes sociales			
Canal de denuncias y consultas en sitio web			
Libro de sugerencias y reclamos (físicos y digitales)			
Códigos QR en salas de venta			
Correo electrónico			

Además de los canales de comunicación que permiten a los clientes tomar contacto con la Compañía, los diferentes formatos de SMU disponen de páginas web que sirven como herramienta para entregar información relevante, incluyendo ubicaciones de tiendas, horarios de funcionamiento y promociones vigentes, entre otros.

Gestión de Reclamos

La gestión de los requerimientos recibidos por los diferentes canales de comunicación está a cargo del área de Servicio al Cliente, y se realiza de acuerdo a un procedimiento formal predefinido. Cuando recibe un reclamo, el objetivo de la Compañía es contactar al cliente en el menor tiempo posible: en la mayoría de los casos se logra el primer contacto dentro de 24 horas hábiles. De cara a ese objetivo, existe una plataforma para la gestión de reclamos, facilitando el proceso de recepción, seguimiento y solución.

Además de los canales de comunicación habilitados por SMU, ésta puede recibir reclamos directamente desde el SERNAC, los cuales están sujetos a un plazo legal máximo de siete días para ser respondidos. Para contar con una mayor trazabilidad y agilidad en los procesos, el equipo de Servicio al Cliente también ingresa los reclamos recibidos de SERNAC en la plataforma de gestión de reclamos. En 2025 al igual que en 2024 el tiempo

MEMORIA INTEGRADA 2025

promedio de respuesta para los reclamos SERNAC fue de cinco días para los formatos Alvi y Super10 y Unimarc quedó en promedio cuatro días.

Gestión de Reclamos SERNAC

Reclamos SERNAC 2024	Unimarc	Alvi	Super10	Total
Tiempo promedio de respuesta (días)	4	5	5	5
% de respuesta de reclamos vía SERNAC	100%	100%	100%	100%

Reclamos SERNAC 2023	Unimarc	Alvi	Super10	Total
Tiempo promedio de respuesta (días)	5	5	5	5
% de respuesta de reclamos vía SERNAC	100%	100%	100%	100%

Para reforzar las buenas prácticas en gestión de reclamos y para agilizar los procesos, dando soluciones a los clientes de manera más ágil, existe un programa de capacitación dirigido a colaboradores responsables de responder presencialmente a los reclamos de clientes, entre ellos, administradores de locales y jefes de sección, así como también equipos de servicio al cliente en las tiendas que cuentan con esta función.

7.2 ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD E INOCUIDAD

La gestión de SMU se caracteriza por un firme compromiso con la calidad de sus productos y procesos, de acuerdo con lo establecido en su Política Corporativa de Calidad.

Este aspecto es parte esencial de la experiencia de compra que cada uno de los formatos quiere entregar a sus clientes, así como también del cumplimiento de las normativas en materia sanitaria. Para gestionarlo, la Compañía cuenta con un Sistema Integral de Aseguramiento de Calidad que contempla el ciclo del producto desde que ingresa al centro de distribución o a la tienda hasta que es exhibido en las góndolas. El sistema contempla además un riguroso proceso de selección y seguimiento de proveedores basado en una evaluación de riesgo, como también la validación de los procesos operativos en tienda.

Todos los años la Compañía define un Plan de Aseguramiento de Calidad. En 2025, al igual que 2024, este plan se enfocó en mejorar la adhesión a procesos de calidad y avanzar en el

proyecto de identificar a los proveedores que cuentan con alguna certificación externa de calidad. Además de asegurar la calidad de los productos en base al riesgo, la exitosa implementación de estas medidas ha permitido generar gradualmente una disminución en la incidencia de reclamos de calidad y de sumarios sanitarios. En 2024, el número de sumarios había disminuido en un 11% respecto al 2023, y en 2025 volvió a bajar otro 3,8%. En tanto, el 5,6% del total de fiscalizaciones del año 2025 resultó en un sumario sanitario, una tasa menor que el 7% registrado en 2024 y 2023. Ninguno de los sumarios sanitarios fue por motivos de la seguridad alimentaria.

El área de Aseguramiento de Calidad cuenta con un plan de capacitaciones anual para formar y reforzar las buenas prácticas operacionales según procedimientos y normativas vigentes y definido en base al riesgo. Además, se realizaron charlas internas a los equipos comerciales y de calidad con respecto a cumplimiento de certificaciones orgánicas, juguetes, artículos escolares, y SERNAPESCA, sumado a las actualizaciones legales que entrarán en vigencia durante el 2026. Entre otras actividades, este plan contempló capacitaciones focalizadas en temas de inocuidad y calidad; como resultado de este trabajo, se ha logrado mejorar en 1,1% la adhesión a los procesos de calidad.

7.2.1

INOCUIDAD DE LOS PRODUCTOS

Como parte de su modelo de aseguramiento de calidad, SMU cuenta con un Programa de Seguimiento Microbiológico para validar que los procesos de elaboración, producción y manipulación de alimentos se cumplan de acuerdo con los procedimientos internos de la Compañía y con las normativas vigentes, además de una detallada selección basada en el riesgo. Este programa consiste en realizar un muestreo periódico de productos, equipos y utensilios con el objetivo de validar la adhesión a los procesos internos.

En este ámbito, durante 2025, se realizaron muestreos en 187 establecimientos, y en el 100% de los muestreos, los productos resultaron dentro de la normativa legal vigente.

Con respecto a sus productos de marcas propias, la Compañía cuenta además con un plan de vigilancia de muestreo aleatorio, con muestras obtenidas desde salas de venta o centros de distribución, con el objetivo de dar seguimiento al cumplimiento legal y a los estándares de calidad definidos. Para el año 2025, en base a la matriz de riesgos y requerimientos internos, se muestrearon 120 formulaciones de productos. Dentro del proceso se controla, entre otros, el etiquetado, información nutricional, contenido neto y drenado, microbiología, metales pesados, plaguicidas, residuos veterinarios, fisicoquímicos, evaluación sensorial de acuerdo especificaciones técnicas, y/o autenticidad en los casos que aplique. La ejecución de este plan es realizada en una modalidad mixta, ejecutándose los análisis de laboratorio por una entidad externa y evaluaciones sensoriales o parámetros físicos contra especificación técnica de manera interna.

7.2.2

ETIQUETADO DE ALIMENTOS

Como parte de su compromiso con la Política de Calidad, SMU cautela que la información contenida en las etiquetas de los productos que componen su oferta, incluidas sus marcas propias, sea clara y cumpla con las exigencias del Reglamento sanitario de los alimentos artículo 107, Ley N° 20.606 de Etiquetado de Alimentos. Considerando el riesgo de autenticidad, la Compañía determinó verificar que los productos que declaren atributos o contenidos especiales o libre de alguna sustancia, deban demostrar dicha característica en el proceso de inclusión y así resguardar al consumidor.

Por otra parte, la Gerencia de Procesos Pérdidas y Calidad está permanentemente abordando las nuevas exigencias reglamentarias y preparando a la Compañía para satisfacer dichas exigencias legales. En este sentido, se está trabajando con las áreas comerciales desde fines del año 2024 en la preparación y coordinación para implementar la nueva regulación del Decreto Supremo N°29/2024, en relación con el fortalecimiento de vitamina D en leches y harinas, que entrará en vigencia el 19 de junio del año 2026. Así mismo, desde el año 2025, se está trabajando en la implementación y verificación de la Ley 21362 que regula el etiquetado, publicidad y venta de alimentos libre de gluten.

En el año 2025 SMU tuvo seis sumarios sanitarios por incumplimiento de ley de etiquetado, procesos en los cuales se presentaron los descargos correspondientes encontrándose pendientes de resolverse por la autoridad sanitaria al cierre del año.

7.2.3

PROVEEDORES Y CALIDAD

Para el aseguramiento de la calidad, SMU utiliza una metodología de evaluación y seguimiento de proveedores mediante la implementación de una matriz de riesgo alimentada por las condiciones iniciales de cada proveedor, (por ejemplo, las certificaciones con las que cuenta) y su comportamiento con respecto a reclamos de clientes, locales o los mismos centros de distribución.

También se incluye un input adicional para la evaluación que consiste en la revisión de productos ya almacenados, con el fin de analizar su comportamiento durante su vida útil propiamente tal. Esta revisión ha permitido orientar los focos de revisión de contramuestras y dar alertas preventivas a los formatos en ciertas categorías de productos. Durante el año 2025 se realizaron un total de 92 contra muestras de productos de categorías de frutas y verduras y 1 para productos cárnicos.




Con el fin de mitigar cualquier desviación de inocuidad en cuanto a la composición de los productos fabricados por los proveedores de la Compañía, y de acuerdo con la matriz de riesgo y el historial de comportamiento de productos y proveedores, se realizan evaluaciones de los productos de manera aleatoria con respecto a sus características microbiológicas mediante el análisis de laboratorios certificados o mediante el análisis de contra muestras de los proveedores.



8

ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

SMU busca fomentar el abastecimiento responsable a lo largo de su cadena de suministro, promoviendo el respeto, la confianza, la transparencia, el trato justo y las relaciones fluidas con sus más de 3 mil proveedores, actuando bajo la premisa de que una buena relación con ellos mejora la calidad de los productos y servicios finales, y promoviendo además el desarrollo de micro, pequeños y medianos proveedores locales. La Compañía hace un esfuerzo por conocer mejor las prácticas y políticas de sus proveedores, procurando que estén alineados con los valores CERCA.

TEMAS	AVANCES 2025	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Gestión de riesgos en cadena de abastecimiento	Programa de mentorías a 30 proveedores 100% Nuestro (en alianza con Simón de Cirene).	 
Desarrollo de proveedores locales	Renovación del Sello Mi Compromiso PYME de EY y Unión Emprendedora. Charlas en uso eficiente del agua y energía para pequeños proveedores de frutas y verduras (en alianza con INDAP). NPS proveedores 100% Nuestro: 72,6%.	  <p>Contribuye a metas: 2.3 8.3 2.4 17.17 6.4</p>

La cadena de abastecimiento es un elemento esencial en el desarrollo del negocio de SMU y el cumplimiento de su visión corporativa, de ser la red de supermercados más cercana para satisfacer las necesidades de sus clientes. Para ello, la Compañía debe contar con un surtido de productos de alta calidad y con precios atractivos, lo que requiere desarrollar relaciones de largo plazo con un gran número de proveedores.

Además de los proveedores de las mercaderías que comercializa, denominados “proveedores retail”, SMU trabaja con un gran número de empresas que prestan servicios y productos que la Compañía utiliza para su operación, por ejemplo, en materia de tecnología, marketing, seguridad y aseo, denominadas “proveedores no retail”.

Todos estos proveedores representan un grupo de interés clave para SMU, dada su relevancia para la calidad de los productos y servicios que brinda a sus clientes, por lo que la Compañía gestiona esta relación bajo una mirada de abastecimiento responsable, siendo este uno de los ejes centrales del Modelo Corporativo de Sostenibilidad de SMU. Para lo anterior, la Compañía promueve el respeto y la confianza con cada uno de sus proveedores, y espera que cumplan con los más altos estándares éticos y normativa vigente, procurando establecer relaciones sostenibles y de beneficio mutuo.

8.1 GESTIÓN DE PROVEEDORES

Las relaciones entre SMU y sus proveedores se gestionan de acuerdo a políticas y procedimientos que buscan promover el trato justo y las buenas prácticas. Incluyen el Código de Ética y Conducta de Negocios, la Política de Libre Competencia, la Política de Prevención de Delitos, la Política de Abastecimiento Responsable, el Decálogo del Proveedor, que contiene las 10 principales reglas que regulan el vínculo con sus proveedores, y un Defensor del Proveedor, cuyo rol es actuar como mediador imparcial y de buena fe para acercar a las partes con el fin de resolver de manera amistosa las diferencias que surjan y lograr una solución justa.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con políticas y procedimientos específicos, dependiendo del tipo de proveedor. Por ejemplo, en el caso de los proveedores retail, aplican las Normas Generales de Aprovisionamiento de Mercaderías (“NGAM”), mientras que para los proveedores no retail aplica el Manual de Proveedores No Retail.

A nivel consolidado, SMU trabajó con 3.355 proveedores en 2025, ninguno de los cuales representó, en forma individual, al menos el 10% del total de compras efectuadas por el suministro de bienes y servicios durante el año a nivel consolidado, ni tampoco a nivel de los segmentos Supermercados Chile y Supermercados Perú.

SMU busca mejorar permanentemente su gestión de proveedores a través de diversas iniciativas, como por ejemplo, la implementación de la herramienta SAP Ariba, la cual es utilizada para la negociación de las compras no retail (activos, informática, materiales operacionales y servicios), transformando el proceso de abastecimiento a través de la estandarización y automatización. Esta herramienta permite una mejor gestión de

MEMORIA INTEGRADA 2025

proveedores, con fácil acceso y trazabilidad de documentos; mayor confidencialidad y transparencia en los procesos de negociación; información centralizada y actualizada; y mayor eficiencia y ahorro de tiempo por parte de los compradores, entre otros beneficios.

Por otra parte, la Compañía busca promover y compartir buenas prácticas con sus proveedores, y entender y gestionar potenciales riesgos que puede enfrentar en su cadena de abastecimiento. Para ello, lleva a cabo diversas evaluaciones, por ejemplo, el levantamiento de zonas de escasez hídrica en Chile realizado por primera vez en el año 2022 y actualizado en 2024, mapeando los principales proveedores de frutas y verduras con producción en estas zonas, para entender cómo enfrentan la crisis. El levantamiento se realizó dentro de los esfuerzos de la Compañía por asegurar la disponibilidad de productos que son esenciales para satisfacer las necesidades de sus clientes, así como también, como parte de la mitigación de riesgos de cambio climático en la cadena de abastecimiento. El análisis consideró las regiones de mayor escasez, el tipo de producto y la superficie de producción, incluyendo proveedores grandes, medianos y pequeños.

Proveedores Críticos

La gestión de proveedores que realiza SMU incluye la identificación de proveedores críticos. En el caso de los proveedores retail, se definen como críticos aquellos proveedores de mayor venta durante el año, calificando 20 proveedores en este grupo en el año 2025. Para mantener altos niveles de seguridad en el proceso de abastecimiento de mercaderías, el departamento de logística de SMU cuenta con un programa enfocado en proveedores de alto volumen, incluyendo proveedores críticos. Este programa contempla seguimiento y visibilidad de la cadena de suministro; gestión de inventarios; anticipación de procesos que afecten la cadena de abastecimiento; diseño de planes de eficiencias; y seguimiento y gestión de indicadores, entre otros.

En el caso de los proveedores no retail, se define como proveedor crítico a todos aquellos proveedores que entregan productos o servicios necesarios para la operación de la empresa y sin los cuales se interrumpe la continuidad de algún proceso relevante para SMU, afectando locales, centros de distribución u oficina central. Existen varios requisitos en relación con estos proveedores, tales como contar con un plan de continuidad de servicio; incluir en los contratos cláusulas de confidencialidad, auditabilidad y niveles de servicio; y contar con documentación que sustente la evaluación de la solidez financiera del proveedor. En 2025, la Compañía clasificó a cinco proveedores no retail como críticos, los cuales representan un 1% del total de las compras.

8.1.1 EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Para definir si se inicia o mantiene una relación contractual o comercial, SMU evalúa a los proveedores actuales y potenciales en función de criterios que dependen de la naturaleza del producto o servicio a contratar. Adicionalmente, la Compañía considera ciertos criterios relacionado con el impacto ESG del sector específico del proveedor, por ejemplo en el caso de los contratistas.

Los criterios evaluados pueden incluir, entre otros, factores relacionados con el sistema de control interno del proveedor, eficiencia energética, cumplimiento de normativa laboral, anticorrupción, inclusión social y agricultura sostenible. A modo de ejemplo, SMU trabaja con una empresa externa que realiza evaluaciones documentales de ciertos proveedores no retail. Asimismo, todos los proveedores nacionales deben pasar un filtro externo de anti-corrupción para ser incorporados. En el caso de que un proveedor no cumple con los requisitos mínimos aplicables, incluyendo los requisitos de sostenibilidad, se puede poner término a la relación contractual.

Asimismo, se revisa si existen conflictos de interés con potenciales proveedores antes de iniciar la relación contractual o comercial, información que debe ser actualizada por los proveedores cada dos años y/o cuando sobrevengán situaciones nuevas que deban ser declaradas para mantener la relación.

Proveedores evaluados bajo criterios de sostenibilidad

	Evaluación último año ¹⁹			Evaluado últimos tres años ²⁰	
	Nº Proveedores	% Compras 2025 ²¹	% Proveedores Nuevos Incorporados ²²	Nº Proveedores	% Compras 2025
Proveedores Nacionales	869	80%	43%	1.402	82%
Proveedores Internacionales	100	5%	16%	106	5%
Total	969	85%	59%	1.508	87%

¹⁹ Considera proveedores con compras en el año 2025 que fueron evaluados durante el último año.

²⁰ Considera proveedores con compras en el año 2025 que fueron evaluados por lo menos una vez entre 2023-2025.

²¹ Cabe señalar que existen proveedores a quienes la Compañía compra múltiples tipos de producto o servicio, algunos de los cuales pueden contar con una evaluación bajo criterios de sostenibilidad pero no necesariamente todos (por ejemplo, la certificación orgánica es específica al nivel de producto, no al nivel del proveedor). No es factible realizar el análisis a nivel de proveedor-producto, por lo que al identificar que el proveedor se evaluó por al menos un criterio de sostenibilidad, se incluyen todas las compras, aunque correspondan a otras categorías de productos o servicios sin evaluación bajo criterios de sostenibilidad.

²² Considera el monto de compras de proveedores nuevos evaluados bajo criterios de sostenibilidad como porcentaje del monto de compras de todos los proveedores nuevos incorporados en 2025.

8.1.1.1

PROVEEDORES RETAIL

Con respecto a los proveedores retail, SMU cuenta con una metodología de evaluación que considera tanto a proveedores existentes como a proveedores nuevos. La Compañía clasifica a sus proveedores retail según el riesgo de los productos elaborados y determina si cuentan con certificaciones (por ejemplo, de IFS Food, HACCP, SQF, entre otras). A partir de esta información, genera una matriz que define las acciones a seguir en cada caso: por ejemplo, solicitar respaldo de la certificación, auditar, controlar, etc. También aplican criterios específicos a nivel de determinados productos. Por ejemplo, proveedores de productos orgánicos deben contar con la certificación correspondiente. SMU también puede realizar auditorías a las instalaciones de los proveedores, con el objeto de verificar el cumplimiento de estándares de calidad exigidos por la regulación vigente y la normativa interna. A su vez, la Compañía puede exigir a sus proveedores realizar auditorías externas con el objeto de verificar el cumplimiento de la normativa y estándares de calidad, en aquellos casos en que existan deficiencias relevantes denunciadas por terceros o por personal de la Compañía, o algún motivo fundado para ello.

SMU exige que sus proveedores de marcas propias y marcas controladas cuenten con certificaciones bajo los estándares de la Iniciativa Global de Inocuidad Alimentaria, en el caso de proveedores de alimentos, o bajo estándares de gestión de calidad ISO 9000 o equivalentes para proveedores de productos non-food. De no contar con estas certificaciones, se deben someter a auditorías de inclusión de calidad e inocuidad alimentaria para planta de alimentos, que establecen niveles de cumplimiento asociados a la implementación de NCh2861, que solicita el DS977/96 Reglamento Sanitario de los alimentos. Adicionalmente, dentro de los parámetros de desarrollo se considera la evaluación de la reciclabilidad de los materiales de envase. Los criterios para productos específicos también aplican para productos de marcas propias. Por ejemplo, en el caso de los proveedores de huevos de gallina libre marca propia, deben contar con certificación de bienestar animal (Certified Humane).

El área técnica de marcas propias también cuenta con proveedores de servicios para su proceso de desarrollo y control de calidad, dentro de los cuales se cuenta con laboratorios certificados que acompañan en el plan de vigilancia continuo que mantiene la Compañía, asesores especialistas en Reglamento Sanitario de los Alimentos y en materias de ISP, casas certificadoras y especialistas para la realización de auditorías, paneles sensoriales e inspecciones pre-embarque.

Para promover la sostenibilidad de los productos que ofrece en sus diferentes formatos, SMU se encuentra llevando a cabo un levantamiento con sus proveedores para aumentar la visibilidad acerca de buenas prácticas, por ejemplo, relacionadas con auditorías sociales o bienestar animal, entre otras, para que esta información pueda ser considerada en los procesos de compra en el futuro. La Compañía ha recopilado certificaciones en diversas materias de sostenibilidad. Esta información puede ser incorporada en los procesos de evaluación y selección en el futuro.

8.1.1.2

PROVEEDORES NO RETAIL

De acuerdo al Procedimiento de Evaluación y Adjudicación de Proveedores No Retail, los proveedores que participan en procesos de licitación, proveedores afectos a la ley 20.123 (que regula trabajo en régimen de subcontratación, el funcionamiento de las empresas de servicios transitorios y el contrato de trabajo de servicios transitorios), y otros proveedores que a solicitud de la Compañía requieran ser evaluados previa adjudicación, deben ser evaluados anualmente por una empresa externa que revise antecedentes legales, financieros, laborales y de cumplimiento de la ley de inclusión en Chile. Asimismo, en el caso de proveedores nacionales, antes de su adjudicación, se debe verificar que el proveedor no se encuentre vinculado de alguna manera con los delitos sancionados por la Ley 20.393 (cohecho a funcionario público nacional y extranjero, lavado de activos, financiamiento del terrorismo, receptación, corrupción entre particulares, administración desleal, negociación incompatible, apropiación indebida, contaminación de las aguas, entre otros) u otros delitos.

Con respecto a los proveedores no retail definidos como críticos, de acuerdo a la Política Corporativa de Compras No Retail, una vez al año se debe evaluar el control interno del proveedor a través de un reporte emitido por una empresa auditora independiente.

Contratistas

Con respecto a las empresas contratistas, empresas subcontratistas y empresas de servicios transitorios, de acuerdo al Procedimiento de Certificación Laboral y Previsional, para iniciar y mantener su relación contractual con SMU, se realiza, a través de una empresa certificadora autorizada por el Instituto Nacional de Normalización, un proceso de certificación de cumplimiento de las obligaciones laborales y previsionales, en forma mensual. Este proceso se aplica al 100% de las empresas contratistas recurrentes con personal en las dependencias de la Compañía. Estos proveedores facultan a SMU para, en caso de incumplimiento, poder ejercer las acciones destinadas a dar cumplimiento a dichas obligaciones de cara a las personas que se desempeñan en calidad de trabajador(a) contratista o de Servicios Transitorios.

Durante 2025, SMU Chile trabajó con 235 empresas contratistas, subcontratistas y EST, de las cuales un 97,4% cumplieron con el 100% de sus certificaciones mensuales. Con respecto a los restantes 2,6%, esto se debe a retrasos frente a observaciones realizadas en virtud de las exigencias establecidas en materia de certificación. Respecto a estas empresas que están con observaciones, la Compañía generó las retenciones y planes de acción para regularizar la situación detectada. Sin embargo, dos empresas presentaron incumplimientos reiterados que llevaron al término de sus servicios.

8.1.1.3**MONITOREO DE PROVEEDORES SIGNIFICATIVOS**

A continuación se detallan las evaluaciones realizadas a proveedores significativos, definidos como aquellos identificados como críticos o que tengan alto riesgo ESG por no cumplir algún estándar.

Proveedores significativos

	2025
Número total proveedores Tier-1 ²³	3.355
Número total proveedores significativos Tier-1	32
Número total proveedores significativos no Tier-1	0
Número total proveedores significativos (Tier-1 y no Tier-1)	32

Evaluación de proveedores significativos

	2025	Meta 2025
Número total proveedores significativos evaluados documentalmente o en terreno	30	
% proveedores significativos evaluados	94%	
Número proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales o reales	7	
% proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales o reales con un plan de acción acordado	100%	100%
Número proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales cuyo contrato fue terminado en el año	2	

Planes de acción correctivos

SMU apoya a sus proveedores a través de la implementación de planes de acción correctivos. En 2025, la Compañía identificó a siete proveedores contratistas como de alto riesgo ESG, dado que no contaban con su certificación laboral al día. SMU apoyó a estos proveedores para que consiguieran la certificación laboral, a través de planes de acción correctivos.

²³ Proveedores Tier-1 son aquellos que venden productos o servicios directamente a la Compañía. Proveedores no Tier-1 son aquellos que venden productos o servicios a los proveedores Tier-1 de la Compañía.

Planes de acción correctivos para proveedores significativos

	2025	Meta 2025
Número total proveedores significativos apoyados con implementación de plan de acción correctivo	7	100%
% proveedores significativos evaluados con impactos negativos potenciales o reales con un plan de acción acordado	100%	100%

8.1.1.4

DESARROLLO DE CAPACIDADES DE PROVEEDORES

SMU busca apoyar a sus proveedores en el desarrollo de capacidades que permitan mejorar sus prácticas y desempeño en materia ambiental, social y de gobernanza. Durante 2025, la Compañía realizó capacitaciones a contratistas en materias como prevención de riesgos laborales; sistemas de gestión de energía; y conciliación con corresponsabilidad, en las cuales participaron 82 proveedores, incluyendo tres proveedores significativos (un 9% de los proveedores significativos). Adicionalmente, como parte de su foco en el desarrollo de pequeños y medianos proveedores, la Compañía realizó capacitaciones en materias como buenas prácticas agrícolas y sostenibilidad empresarial, tal como se detalla en la sección 8.2.2.1.

8.2 DESARROLLO DE PROVEEDORES LOCALES

8.2.1

PROVEEDORES LOCALES

Como empresa con un fuerte sentido regional, SMU busca enriquecer su oferta con productos de origen local, que den cuenta de las zonas en las que opera, y que por sobre todo permitan el desarrollo de proveedores pequeños y medianos.

Con respecto a las operaciones de SMU en Chile, el 94% de sus compras corresponden a proveedores nacionales. Cabe señalar además que el 81% de las compras a proveedores nacionales corresponden a proveedores de Santiago, mientras que el 19% corresponde a proveedores de otras regiones del país.

8.2.2

PROGRAMA 100% NUESTRO

El programa 100% Nuestro de Unimarc busca incorporar productos de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) al surtido de la cadena, ofreciendo así una compra con sentido local a los clientes. Esta iniciativa de valor compartido, pionera en la industria del retail, nace en 2012 con un profundo sentido social y desarrollo de la economía local, siendo la región de Aysén la primera en participar de este programa. Al cierre de 2025, los productos 100% Nuestro vienen de 170 proveedores, representando cada una de las 16 regiones de Chile, y se venden en las más de 300 tiendas de Unimarc, enriqueciendo el surtido del formato y mejorando la experiencia de sus clientes.

Este programa integra a nuevos proveedores que en muchas ocasiones no tienen acceso al retail, comercializando por primera vez con alguna supermercadista. Además de este acceso a un canal de venta masivo, los proveedores cuentan con otros beneficios que buscan fomentar su desarrollo, tales como atención de ejecutivos especializados exclusivos, condiciones comerciales preferentes, capacitaciones, mentorías especializadas y espacio destacado en las góndolas de la cadena, con 193 espacios de exhibición exclusiva para productos 100% Nuestro al cierre de 2025.

Para potenciar la formación y desarrollo de estos emprendedores, en 2025 se realizaron encuentros con proveedores para compartir experiencias de aprendizaje y traspasar buenas prácticas a nuevos proveedores del programa. Asimismo, la Compañía busca permanentemente dar a conocer esta iniciativa a través de promoción en redes sociales y prensa, contribuyendo así al crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en las distintas regiones del país y atrayendo a potenciales proveedores nuevos.

Evaluación de Clientes y Proveedores

La Compañía lleva a cabo encuestas y estudios de sus clientes y de los proveedores del programa para conocer su efectividad y el aporte que tiene a los diferentes emprendedores y emprendedoras, y además para identificar oportunidades de mejora. La Encuesta de Conocimiento del Programa por parte de Clientes (NPS) realizada en abril de 2025 alcanzó un 83,6% de recomendación entre los clientes que conocen el programa, destacando como elementos favorables el apoyo a las pymes locales, precios económicos y su calidad.

Por otra parte, el NPS de proveedores alcanzó un 72,6%, siendo los atributos más valorados por los proveedores el aumento en la visibilidad de sus productos en el mercado y el acompañamiento, dedicación e interés por parte de la Compañía en el crecimiento de las empresas, y la cercanía que sienten en los distintos puntos de contacto con colaboradores. Otro punto a destacar es el aumento de ventas que han logrado gracias a la exposición en salas de Unimarc y su mejor posicionamiento.

**El programa 100%
Nuestro busca
enriquecer el surtido de
Unimarc y potenciar el
desarrollo de pequeños
proveedores locales**



170 **PROVEEDORES**

+600 **PRODUCTOS**

+300
TIENDAS DE UNIMARC
OFRECEN PRODUCTOS
100% NUESTRO

90% **DE LAS COMPRAS DEL PROGRAMA**
SON A PROVEEDORES DE REGIONES DISTINTAS A LA RM

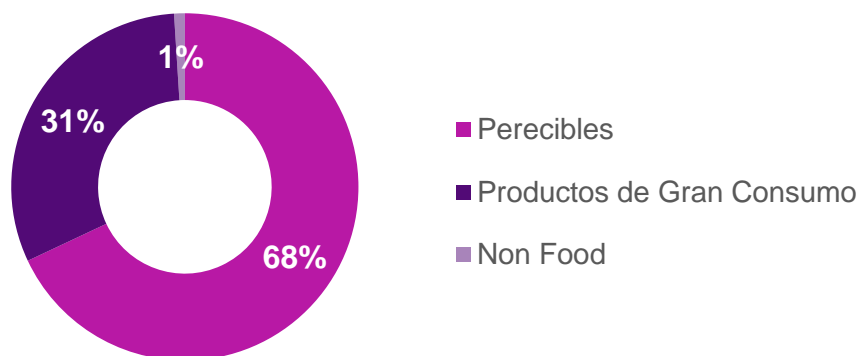
+190 **ESPACIOS DE EXHIBICIÓN**
EXCLUSIVA EN SALAS DE UNIMARC



Surtido Diferenciador

El programa 100% Nuestro se ha desarrollado a tal punto de estar en todas las principales categorías de Unimarc, con un surtido transversal, diferenciador y sustentable. La propuesta de valor de Unimarc incluye un foco importante en productos perecibles dentro de su surtido, y como el programa 100% Nuestro busca enriquecer ese surtido, también cuenta con una alta participación de productos perecibles. Del total de compras realizadas a los proveedores del programa, casi el 70% corresponde a perecibles, donde se destacan productos de agricultura campesina familiar que abastece directamente los locales en diferentes regiones del país tales como, papas, tomates, hortalizas, entre otros, y productos que rescatan sabores y tradiciones típicas de cada localidad, como son los alfajores de papaya, quesos y derivados lácteos, y embutidos y parrilleros.

Compras 100% Nuestro 2025



Proveedores 100% Nuestro por Línea de Negocio

Negocio	N° Proveedores	% Proveedores
Perecibles	101	60%
Productos de gran consumo	65	38%
Non-food	4	2%
Total	170	100%

8.2.2.1

Desarrollo de Proveedores

Alianza INDAP

El Programa 100% Nuestro comenzó como una oportunidad para incorporar a emprendedores de frutas y verduras de la XI Región, mediante un convenio estratégico de colaboración público privado con INDAP. De esta manera, se respondió a una necesidad de contar con productos locales, frescos y propios de la zona, incluyendo a proveedores a los que hubiera sido imposible acceder a un canal de ventas masivo.

Actualmente se mantiene vigente la alianza con INDAP a través del Programa de Encadenamiento Productivo Hortofrutícola, que busca promover el desarrollo de pequeños agricultores y optimizar sus procesos productivos, así como incorporarlos a canales de comercialización y condiciones especiales de la supermercadista. Al 31 de diciembre de

2025, un total de 20 proveedores de la agricultura campesina familiar son parte de esta iniciativa, algunos de los cuales corresponden a cooperativas que agrupan a más de un agricultor, amplificando el impacto del programa a 47 agricultores.

Por su parte, SMU se compromete con programas de auditorías, con los cuales se busca el desarrollo y mejora continua de los agricultores, así como resguardar la calidad e inocuidad alimentaria de los clientes finales. Los puntos evaluados son: infraestructura física, equipos y utensilios, higiene personal, almacenamiento, limpieza y sanitización, manejo integrado de plagas, trazabilidad, aseguramiento de calidad e inocuidad. A partir de los resultados de la evaluación, se generan planes continuos de trabajo junto a INDAP para abordar las brechas detectadas.

Sello Mi Compromiso PYME

En 2025, SMU nuevamente recibió el Sello Mi Compromiso PYME, en el marco del programa liderado por la ONG Unión Emprendedora y EY. Este programa busca potenciar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas del país, y SMU fue convocada a participar por los más de 12 años impulsando el desarrollo de las MIPYMES locales a través del programa 100% Nuestro.



Capacitación a proveedores

Como parte de la mirada de desarrollo de un proveedor 100% Nuestro, la entrega de conocimientos y herramientas es pieza fundamental para impactar de forma positiva en el crecimiento de su negocio. En 2025 se ejecutaron diferentes instancias de formación, considerando charlas, talleres y mentorías, que son reflejo del compromiso de la Compañía en esta materia.

Programas de Capacitación a Proveedores 100% Nuestro en 2025

Iniciativa	Materias Abordadas	N° de proveedores asistentes
En el marco del Convenio con INDAP, se realizaron 4 charlas en uso energético y agua aplicados.	<ul style="list-style-type: none"> Introducción a los sistemas de riego Riego en invernaderos Sistemas de energías renovables aplicados al riego 	101 agricultores ²⁴

²⁴ Esta cifra considera agricultores de INDAP, además de otros proveedores de frutas y verduras a los cuales se les hizo extensiva la invitación a la charla.

Iniciativa	Materias Abordadas	N° de proveedores asistentes
	<ul style="list-style-type: none"> Mantenimiento y operación de sistemas de energía renovable 	
Programa de mentorías, en alianza con la Corporación Simón de Cirene	<ul style="list-style-type: none"> Diagnóstico Definición de objetivos y plan de acción Seguimiento Herramientas como canvas, FODA Reuniones con expertos y asesorías 	30 emprendedores

8.3 PAGOS A PROVEEDORES

SMU lleva a cabo sus procesos de pago en base a las Normas Generales de Aprovisionamiento de Mercaderías, el Manual de Proveedores No Retail, el Procedimiento de Proveedores Pequeños, el Procedimiento de Gestión de Pagos y el Procedimiento de Registro de Excepción, normas ancladas en la relación contractual y en la normativa legal vigente. No se distingue entre proveedores críticos y no críticos, sino entre proveedores pequeños y grandes.

Todos los proveedores pequeños se pagan en un plazo máximo de 30 días. En el caso de proveedores de mayor tamaño que no tengan un contrato con SMU que establezca un plazo distinto, el plazo de pago también es de 30 días. Los otros proveedores de mayor tamaño se pagan en el plazo acordado contractualmente entre las partes.

Para asegurar el cumplimiento de estas normas, la Compañía cuenta con un equipo de programación que vela por el correcto tratamiento. Este equipo realiza revisiones periódicas en las que se detecta la clasificación de los proveedores, resguardando que aquellos pequeños estén clasificados como tal. La Compañía no define metas de plazos de pago a proveedores distintos a los plazos establecidos en las políticas mencionadas anteriormente. Durante los años 2025 y 2024, la Compañía no pagó intereses por mora en el pago de facturas.

Al 31 de diciembre de 2025, SMU cuenta con 15 acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía de Chile. En este registro se inscriben acuerdos que establezcan un plazo de pago mayor al que señala la ley, respecto a proveedores nacionales de mayor tamaño.²⁵

²⁵ El Registro no permite la inscripción de acuerdos firmados hace más de cinco días, y la mayoría de los contratos entre SMU y sus proveedores fueron firmados antes de la entrada en vigencia del registro. La Compañía se encuentra en proceso de firmar anexos de contrato que permitan inscribir los acuerdos en el Registro, pero cabe señalar que el pago a proveedores se realiza de conformidad con las condiciones definidas de común acuerdo en los respectivos contratos comerciales.

Pagos a Proveedores Año 2025

	Hasta 30 días calendario*	31-60 días calendario	Más de 60 días calendario	Total
N° Facturas (Proveedores Nacionales)	540.737	2.111.382	714.385	3.366.504
SMU Chile	495.816	2.048.772	702.980	3.247.568
SMU Perú	44.921	62.610	11.405	118.936
N° Facturas (Proveedores Internacionales)	2.187	513	183	2.883
SMU Chile	2.152	464	148	2.764
SMU Perú	35	49	35	119
Monto Facturas (Proveedores Nacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	487.998	1.727.210	546.790	2.761.998
SMU Chile	459.840	1.682.739	538.947	2.681.526
SMU Perú	28.158	44.471	7.843	80.472
Monto Facturas (Proveedores Internacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	139.620	31.075	6.187	176.882
SMU Chile	139.192	30.812	5.823	175.827
SMU Perú	428	263	364	1.054
N° Proveedores Nacionales	2.727	1.055	348	3.191
SMU Chile	2.434	785	275	2.555
SMU Perú	293	270	73	636
N° Proveedores Internacionales	142	44	46	164
SMU Chile	136	40	43	151
SMU Perú	6	4	3	13

Pagos a Proveedores Año 2024

	Hasta 30 días calendario*	31-60 días calendario	Más de 60 días calendario	Total
N° Facturas (Proveedores Nacionales)	458.208	2.096.376	688.991	3.243.575
SMU Chile	417.685	2.039.206	679.390	3.136.281
SMU Perú	40.523	57.170	9.601	107.294
N° Facturas (Proveedores Internacionales)	1.010	1.261	803	3.074
SMU Chile	990	1.197	765	2.952
SMU Perú	20	64	38	122
Monto Facturas (Proveedores Nacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	632.496	1.724.369	576.516	2.933.381
SMU Chile	609.050	1.681.300	565.863	2.856.214
SMU Perú	23.446	43.069	10.652	77.167
Monto Facturas (Proveedores Internacionales) (MM CLP; montos incluyen IVA)	71.571	79.215	36.681	187.467
SMU Chile	71.411	79.001	36.244	186.656
SMU Perú	160	213	438	811
N° Proveedores Nacionales	2.557	1.148	380	3.038
SMU Chile	2.162	847	330	2.292
SMU Perú	395	301	50	746
N° Proveedores Internacionales	103	99	124	183
SMU Chile	100	93	122	172
SMU Perú	3	6	2	11

* En cumplimiento de las disposiciones legales en Chile, todos los proveedores pequeños se pagan en un plazo máximo de 30 días.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Compras a Proveedores²⁶

	N° Proveedores		Proporción Compra (%)		Monto Compra (CLP MMM; sin IVA)	
	2025	2024	2025	2024	2025	2024
Proveedores Nacionales	2.309	2.405	94%	93%	2.570	2.517
Proveedores Internacionales	146	169	6%	7%	177	186
Total	2.455	2.574	100%	100%	2.747	2.703

Compras a Proveedores Nacionales

	N° Proveedores		Proporción Compra (%)		Monto Compra (CLP MMM; sin IVA)	
	2025	2024	2025	2024	2025	2024
Proveedores de Santiago	1.651	1.714	81%	80%	2.080	2.025
Proveedores de Regiones	658	691	19%	20%	490	492
Total	2.309	2.405	100%	100%	2.570	2.517

²⁶ Corresponde a operaciones en Chile. Existen diferencias en el número de proveedores con compra y el número de proveedores pagados debido a diferencias en fechas de órdenes de compra y fechas de facturación.




9

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

SMU ha buscado ser un socio estratégico en las comunidades en las cuales se encuentra presente, **enfocando sus esfuerzos en generar valor compartido, desarrollando una gestión comunitaria cercana y que forma parte del quehacer de cada**

local. A través de la gestión diaria, así como de las iniciativas y proyectos que impulsa, busca generar un impacto social positivo y contribuir al desarrollo de las localidades de las cuales forma parte. Asimismo, aprovechando su amplia presencia en el territorio chileno, y su origen regional, la gestión sostenible de su proyecto de negocios le ha permitido seguir promoviendo la inclusión de personas con discapacidad dentro y fuera de la empresa.

Avances: Compromiso con la Sociedad

TEMAS	AVANCES 2025	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Desarrollo regional	Campaña Unidos 2025: apoyo a Fundación Las Rosas y Club de Leones Cruz del Sur con \$13 millones para cada una.	 
Ser buen vecino		
RSE y aportes sociales	Campaña Teletón 2025: aporte de \$1.440 millones.	
	Fondo Descúbreme 2025: recaudación en caja financia 11 proyectos sociales para desarrollo de personas con discapacidad cognitiva (272 beneficiarios directos).	Contribuye a metas: 2.1 10.2 17.17

9.1 RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

La gestión sostenible del negocio requiere conocer y establecer un vínculo permanente con las comunidades, que permita comprender sus necesidades, preocupaciones y expectativas, promoviendo así una relación de beneficio mutuo entre SMU y su entorno. Gracias a su origen regional, el compromiso de la Compañía con las más de 180 comunas en las que opera forma parte esencial de su ADN.

En este contexto, SMU busca consolidarse como un Buen Vecino, en coherencia con su Código de Ética y Conducta de Negocios, su Política Corporativa de Sostenibilidad y su Declaración de Buen Vecino. Este trabajo se articula en torno a ejes estratégicos como el fortalecimiento del vínculo comunitario, la generación de empleos y el impulso a oportunidades de desarrollo para proveedores locales.

En línea con el propósito de la Compañía, “Con cercanía hacemos la vida más fácil a nuestros clientes”, durante 2025 se inauguraron 20 nuevos locales Unimarc, Alvi, Super10 y Maxiahorro. Estas aperturas permitieron ampliar la presencia de SMU en distintas localidades, acercando la oferta de abastecimiento a las comunidades y contribuyendo al desarrollo local.

9.1.1 PROGRAMA BUEN VECINO

SMU ha fortalecido su gestión comunitaria a través del programa Buen Vecino, orientado a construir relaciones de confianza y colaboración con los vecinos de las comunidades donde opera.

La Compañía cuenta con un enfoque metodológico para identificar actores clave, caracterizar el entorno y diseñar planes de relacionamiento acordes a la realidad de cada local. Por el lado del desarrollo de nuevos proyectos y remodelaciones de locales, se continuaron realizando diagnósticos del entorno y levantamiento de sus grupos de interés, de tal forma de desplegar un relacionamiento temprano en cada lugar.

La gestión comunitaria forma parte de la operación diaria de los locales, integrándose a la gestión habitual de las tiendas.

Todo lo anterior ha contribuido a fortalecer una cultura organizacional donde el ser Buen Vecino es reflejo del sello CERCA.

9.2 TRABAJO COLABORATIVO CON ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

La colaboración forma parte del sello cultural CERCA, y desde ahí SMU actúa con la convicción de que se obtienen mejores resultados al complementar sus esfuerzos y experticia con la generación de alianzas con instituciones que le permitan llegar a más personas y grupos de interés. De esta manera, a lo largo de su historia ha suscrito y fortalecido su vínculo con varias organizaciones que son referentes a nivel nacional.

Las acciones que impulsa y desarrolla a través de estas alianzas con organizaciones especializadas están estrechamente vinculadas al compromiso de SMU con la diversidad e inclusión, así como también con el objetivo hambre cero en la población. Las modalidades de colaboración incluyen voluntariados, auspicios sociales, recaudación de aportes de clientes en caja, y donaciones de mercaderías, GiftCards y/o dinero, entre otras.

9.2.1 INICIATIVAS CON FOCO EN ENTREGAR ALIMENTACIÓN A POBLACIÓN VULNERABLE

Donación de Alimentos

La donación de alimentos forma parte del compromiso de SMU con el hambre cero y con el no desperdicio de alimentos, siendo una iniciativa que permite ayudar a personas vulnerables y a la vez cuidar el medio ambiente, reduciendo emisiones generadas por la sobreproducción de alimentos que no se consumirán. Durante 2025, la Compañía trabajó en colaboración con 316 organizaciones sociales, disponibilizando productos para ser retirados y entregados a más de 146 mil beneficiarios. Para más información, ver sección 10.1.1 No Desperdicio de Alimentos.

9.2.2 INICIATIVAS VINCULADAS A LA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Campaña Unidos

La campaña Unidos es una iniciativa que SMU desarrolla desde el año 2020, con el objetivo de articular una red tripartita de ayuda entre clientes, comunidad y empresa para apoyar a diversas organizaciones sociales. La Compañía contribuye con el equivalente al 10% del total de la venta de GiftCards durante las fechas de la campaña. El monto donado en 2025 alcanzó \$26.270.176, beneficiando a dos organizaciones: Fundación Las Rosas y Corporación de Rehabilitación Club de Leones Cruz del Sur de Punta Arenas, ambas enmarcadas en el Modelo de Diversidad e Inclusión de la Compañía. Esta campaña permitió a Fundación Las Rosas entregar un día de alimentación a 1.181 personas.



Teletón

Desde el año 2011 Unimarc es el supermercado oficial de la Teletón, fundación que tiene por objetivo la rehabilitación integral de niños, niñas y jóvenes con discapacidad motora y la promoción de la visibilidad y el respeto de los derechos de las personas en situación de discapacidad.

Durante 2025, Unimarc junto con todas las operaciones de SMU Chile participaron en actividades con clientes y colaboradores en apoyo a la Teletón, complementando el aporte directo de la Compañía. Estas iniciativas incluyeron la campaña GiftCard Teletón, a través de la cual por cada venta, SMU donó el equivalente al 10% a la Teletón.



Adicionalmente, se destacó el compromiso de los trabajadores de la Compañía, quienes al igual que en años anteriores, se movilizaron realizando múltiples actividades para poder contribuir con esta causa, alcanzando un aporte de \$584 millones.

La contribución total a la Teletón alcanzó los \$1.434²⁷ millones, incluyendo el aporte de la Compañía, la campaña GiftCard Teletón y el aporte de los colaboradores.

Jornada por la Rehabilitación de Magallanes

Durante los últimos 16 años, la Compañía ha participado en esta campaña benéfica a través de su filial Unimarc. Su foco es recaudar fondos para financiar anualmente las operaciones de los centros de rehabilitación para personas con discapacidad del Club de Leones Cruz del Sur, ubicados en zonas donde Fundación Teletón no cuenta con centros de rehabilitación. Es así como en 2025, SMU entregó un aporte de \$78,4 millones, adicionales a los \$2.795.220 provenientes de los aportes de clientes a través de la recaudación en caja en las tiendas Unimarc de la región.

²⁷ Considera montos entregados durante el año calendario 2025. Incluye montos aprobados en 2024 y entregados en 2025. No incluye montos aprobados en 2025 que serán entregados en 2026.

Coyhaique Rehabilita

SMU también brinda apoyo al centro de rehabilitación Coyhaique Rehabilita en la región de Aysén, mediante la recaudación de aportes realizados por los clientes en las tiendas Unimarc de la región. Este centro tiene como misión rehabilitar integralmente a niños y adultos con algún tipo de discapacidad, atendiendo a más de 400 personas de diversas localidades cercanas. El monto de las recaudaciones en caja entregado por SMU en 2025 alcanzó \$2.485.430.

Special Olympics

Special Olympics es una ONG que trabaja por la inclusión de personas con discapacidad intelectual en la sociedad a través de programas de deporte, salud, educación y liderazgo, y SMU se ha comprometido a apoyar a la delegación chilena en su camino a los próximos juegos mundiales Special Olympics con sede en Chile 2027.

En 2025, Chile participó en los Juegos Mundiales de invierno en Turín con una delegación que obtuvo 18 medallas, y SMU colaboró con un aporte de \$35 millones.

Feria mujeres emprendedoras SERNAMEG

Desde el año 2022, SMU cuenta con una alianza con el área Mujer y Trabajo del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género, a través de la cual se realizan varias acciones, entre ellas se ha impulsado ferias de emprendimiento femenino, con el fin de brindar espacios seguros para visibilizar y comercializar sus productos. Durante 2025, se concretaron siete ferias, en la oficina central y centro de distribución Lo Aguirre, con la participación de 48 emprendedoras.

Fundación Las Rosas

Durante 2025, continuó el trabajo conjunto de SMU con Fundación Las Rosas, la principal organización orientada al trabajo y protección de personas mayores en Chile. En esta línea se articularon cinco instancias de voluntariado corporativo, que consistieron en la celebración de Pascua, campaña de invierno, fiestas patrias, mes de las personas mayores y Navidad. En estas instancias participaron más de 200 colaboradores que se sumaron con entusiasmo a las diversas acciones.

Fondo Descúbreme

SMU cuenta con una alianza con la Fundación Descúbreme desde 2012, con la que desarrolló el Fondo Descúbreme, un fondo concursable financiado por aportes en caja de clientes de todos los formatos de SMU Chile. El Fondo Descúbreme está enfocado en proyectos que apunten a la inclusión de personas con discapacidad cognitiva, y a la fecha ha financiado 279 proyectos, beneficiando de manera directa a más de 6.700 personas. En 2025 el monto recaudado alcanzó \$126.458.740.



Proyectos adjudicados del Fondo Descúbreme 2025

Región	Institución	N° Beneficiarios	Proyecto
VII Región Maule	Lavandería Industrial 21	18	Promoviendo la formación sociolaboral de los colaboradores con síndrome de Down de la Fundación Lavandería Industrial 21
XIII Región Metropolitana	Corporación de Educación y Salud para el Síndrome de Down	18	Fortalecimiento Huerto Ecológico Inclusivo - Edudown
VI Región OHiggins	Organización de Padres, Apoderados y Amigos de la Escuela Paula Jaraquemada	14	Aprendiendo serigrafía y fomentando el trabajo colaborativo e inclusivo voy forjando mi futuro.
VII Región Maule	Corporacion Hogar Belen Talca	14	Alfabetización Digital para Personas en Situación de Discapacidad
V Región Valparaíso	Corporacion Altavida	69	Más acceso al aprendizaje: recursos interactivos en aula.
XIII Región Metropolitana	ASPAUT	72	Independientes y Autónomos: Siendo protagonistas en nuestro desarrollo

MEMORIA INTEGRADA 2025

Región	Institución	N° Beneficiarios	Proyecto
IX Región La Araucanía	Corporación Educacional Araucanía educa	13	Capacitación en encuadernación Corporación Araucanía Educa.
VIII Región Biobío	Escuela Especial Los Girasoles	12	Adictos a la belleza automotriz
VIII Región Biobío	Corporación de Educación Diferencial Per Se	15	RoboticsPerse
XIII Región Metropolitana	Asociación Nacional de Discapacitado Mental	13	Groomer: Peluquero Canino Inclusivo
V Región Valparaíso	Fundación Apoyo Austismo Chile EPAA	14	Carrito solidario del Programa Socio Laboral CEAsolidario



Tu donación de



Ayuda a financiar proyectos inclusivos de Fundación Descúbreme.









10

NOS PREOCUPAMOS POR EL MEDIO AMBIENTE

El cuidado del medio ambiente se aborda a partir de las políticas y modelos específicos que SMU ha establecido en esta materia y forma parte del Plan Estratégico de la Compañía, comprometiéndose desde aquí a identificar los posibles impactos de la operación y avanzar en planes y programas orientados a mitigarlos, con foco especial en la gestión de residuos, mitigación del cambio climático, reducción de emisiones, economía circular y medidas de eficiencia en recursos hídricos y energéticos.

TEMAS	AVANCES 2025	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Cuidado del medioambiente	SMU logró evitar que 6.074 toneladas de alimentos se transformaran en residuos.	   
Gestión de residuos	Consumo de energía de fuentes renovables alcanzó 20% en 2025 (vs. 14% en 2024).	
	Recertificación ISO 50001:2018 del Sistema de Gestión de Energía, para las operaciones en Chile.	
	Despachos de CDs a tiendas con camiones eléctricos: 9% (vs. 4% en 2024).	
	El Centro de Distribución Lo Aguirre obtuvo, de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, el Certificado Azul – Niveles 1 y 2 por cuantificar su huella del agua e implementar un proyecto de recirculación del agua en los procesos de refrigeración.	Contribuye a metas: 6.3 12.3 6.4 12.5 7.2 13.2 7.3 13.3 12.2

El cuidado del medioambiente es un elemento esencial para el desarrollo sostenible de SMU y se rige por los lineamientos definidos en la Política Corporativa de Gestión Ambiental, Política Corporativa de Eficiencia Energética y en la Declaración de Cuidado y Protección del Medio Ambiente, contenida en la Política Corporativa de Sostenibilidad.

En este marco, la Compañía busca gestionar y mitigar su impacto sobre el clima, los ecosistemas y los recursos naturales, con especial foco en las áreas más relevantes considerando su actividad como empresa supermercadista, incluyendo la eficiencia energética, la gestión de residuos y la cuantificación y reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Durante 2025, hubo varios logros en estos ámbitos, tales como la recertificación del Sistema de Gestión de Energía basado en la ISO 50.001:2018; la obtención del APL (Acuerdo de Producción Limpia) Certificado Azul por la cuantificación y reducción de la huella de agua en el centro de distribución Lo Aguirre; y el aumento del abastecimiento eléctrico proveniente de fuentes renovables; entre otros.

Generando conciencia

Como parte de sus esfuerzos continuos por integrar la sostenibilidad en sus operaciones y promover una cultura organizacional orientada al cuidado del medio ambiente, SMU implementa un programa de charlas operacionales para fortalecer los procedimientos de gestión ambiental. Durante 2025, se impartieron un total de 123 charlas en diversos formatos y áreas, abordando temáticas críticas como eficiencia energética e hídrica, gestión de residuos, cumplimiento de la legislación sobre plásticos de un solo uso y prevención del desperdicio de alimentos.

Estas acciones se complementaron con la difusión de comunicados internos para promover buenas prácticas energéticas en supermercados y centros de distribución. Asimismo, se realizaron capacitaciones especializadas vinculadas al Sistema de Gestión de Energía y a la gestión de residuos sólidos y líquidos.

Además de lo anterior, y en el marco de su preocupación por fortalecer la gestión ambiental en su cadena de proveedores, se impartieron charlas en uso eficiente de agua y energía, de las que participaron empresas proveedoras del programa 100% Nuestro.

Cumplimiento ambiental

Para garantizar el cumplimiento de las normativas ambientales vigentes, SMU lleva a cabo auditorías internas para verificar que los locales operen dentro del marco regulatorio establecido e implementa las prácticas necesarias para garantizar la integridad ambiental. Las auditorías se centran en revisar aspectos operativos críticos, como el estado de las áreas de almacenamiento de residuos peligrosos, el mantenimiento de los sistemas de drenaje del piso y el manejo de estos, y en 2025, se consideraron un total de 150 tiendas.

10.1 GESTIÓN DE RESIDUOS

SMU tiene un firme compromiso con la gestión responsable de sus residuos, aplicando criterios claves para minimizar el impacto ambiental de sus operaciones. Continuamente se están explorando soluciones innovadoras y priorizando la economía circular para minimizar los residuos no aprovechados o valorizados, implementando mejoras en los procesos de distribución y venta de productos, así como reduciendo el desperdicio de alimentos.

10.1.1 NO DESPERDICIO DE ALIMENTOS

La reducción del desperdicio de alimentos es un componente fundamental de la estrategia ambiental de SMU, dado que así la Compañía puede contribuir en la acción climática, ayudando a prevenir la generación de residuos desde su origen y reducir las emisiones asociadas a la sobreproducción de alimentos que no se consumirán.

La Compañía aborda este desafío a través de sus diferentes áreas, y además colabora con socios de la cadena de valor, como Red de Alimentos, fundaciones y organizaciones de rescate de animales. Internamente, la gestión comienza con la definición de un surtido de productos adecuado según las preferencias de sus clientes y una correcta planificación del abastecimiento, que asegure que los volúmenes de compra se mantengan alineados con la demanda real. El siguiente paso es la iniciativa “Pronto Consumo”, que incentiva la compra de productos próximos a su fecha de vencimiento, pero que se encuentran en óptimas condiciones para su consumo. Para lo anterior se ofrecen descuentos de hasta 50%, beneficiando a los clientes y contribuyendo simultáneamente a reducir el desperdicio de alimentos, generando valor compartido entre SMU, sus clientes y el medio ambiente. Gracias a esta iniciativa, en 2025 se logró rescatar 5.363 toneladas de alimentos.

Cuando los productos no alcanzan a ser vendidos, se activa el proceso para habilitarlos como donaciones, a través de la colaboración con diversas organizaciones sociales, lo que permitió entregar 555 toneladas de alimentos y otros productos en beneficio de personas vulnerables. Adicionalmente, se destinaron 92 toneladas de productos no aptos para el consumo humano a zoológicos y organizaciones de cuidado y rescate animal. De esta forma, la Compañía genera un impacto positivo en las comunidades en las que está presente, beneficiando a distintos tipos de organizaciones y cuidando el medio ambiente.

Adicionalmente, más de 63 toneladas de alimentos que no pudieron ser donados fueron vendidos a un tercero para ser aprovechados como materia prima en la elaboración de nuevos productos, evitando así su desperdicio.

A través de las iniciativas mencionadas, SMU logró evitar en Chile, que 6.074 toneladas de alimentos se transformaran en residuos, equivalente a 3.807,8 ton CO₂e en emisiones que se dejaron de generar.

NO DESPERDICIO DE ALIMENTOS

6.074

TONELADAS
RESCATADAS



5.363

TONELADAS

RESCATADAS DE ALIMENTOS POR VENTA
DE PRODUCTOS PRONTO CONSUMO.



DONACIÓN PARA
PERSONAS CHILE

555Ton

de alimentos y otros
productos donados para
consumo humano

BENEFICIARIOS

316 Fundaciones
146.196 Beneficiarios



DONACIÓN PARA
ANIMALES

92Ton

de alimentos y otros
productos donados para
consumo animal

BENEFICIARIOS

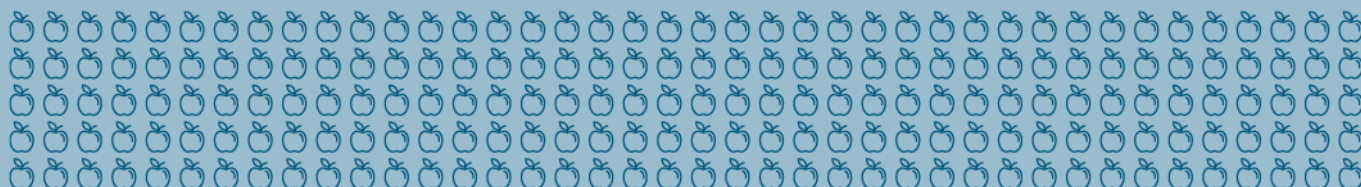
7 Organizaciones



VALORIZACIÓN

64 Ton

de alimentos utilizados
como materia prima
para la fabricación de
nuevos productos.



Considerando sólo los productos donados y transformados durante el año 2025, se logró evitar el desperdicio de 711 toneladas de productos, equivalentes a un 5,6% del volumen total de productos dispuestos a eliminar en Chile. La meta definida para el año 2025 fue 7,7%; en 2026 se continuará trabajando por fortalecer los distintos ejes del programa de no desperdicio de alimentos, desde la estimación de la demanda a la valorización de residuos.

Resumen Productos Donados y Transformados (Toneladas)

	2025	2024	2023
Total productos dispuestos a eliminar o mermar	12.692,4	11.503,9	11.313,9
Total productos donados y transformados	711,2	855,7	831,0
Productos donados a personas	555,5	677,3	641,4
Productos donados para consumo animal	92,0	97,3	95,0
Productos transformados	63,7	81,1	94,6
Total productos descartados	11.981,2	10.648,2	10.482,9
% de productos donados y transformados respecto de la merma total	5,6%	7,4%	7,3%
Cobertura (% de los ingresos):	98%	98%	98%

10.1.2 COMPROMETIDOS CON EL RECICLAJE

SMU impulsa una gestión responsable de los residuos generados en sus locales y centros de distribución, con el objetivo de reducir su impacto ambiental y avanzar hacia un modelo de economía circular. Para ello, identifica y promueve alternativas que evitan la disposición final de materiales valorizables —es decir, aquellos que pueden tener un uso alternativo— priorizando su reutilización o reciclaje. Asimismo, fomenta la adopción de estas prácticas sostenibles entre sus clientes, a través de espacios informativos en salas y otros canales de comunicación.

Los principales residuos que son reciclados por la Compañía son aquellos utilizados en el almacenamiento y transporte de productos, tales como plásticos flexibles y cartón. También se reciclan otros residuos como papelería, aceites y grasas generados en la elaboración de alimentos.

En los centros de distribución, SMU también valoriza residuos de madera provenientes del uso y desgaste de pallets, los cuales son retirados y utilizados como fuente de energía por un proveedor externo. Adicionalmente, la Compañía ha dispuesto espacios en algunos de sus establecimientos para la instalación de puntos de recolección de envases y embalajes de origen domiciliario, tales como campanas de vidrio y puntos verdes móviles, contribuyendo a facilitar la disposición adecuada de residuos por parte de la comunidad y su posterior valorización.

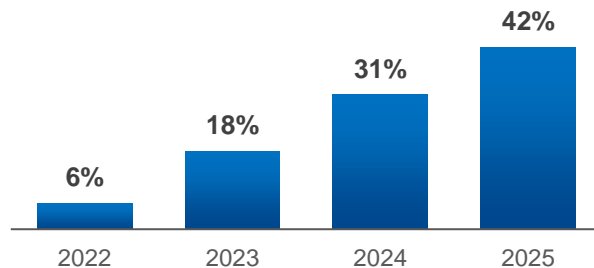
En Chile, SMU ha trabajado de manera sistemática para dar cumplimiento a la Ley N°20.920 que establece el Marco para la Gestión de residuos, la Responsabilidad Extendida del Productor y el Fomento al Reciclaje (Ley REP). De acuerdo con esta normativa, algunas filiales de SMU deben cumplir con las obligaciones relacionadas con la recolección y el reciclaje de productos prioritarios como envases y embalajes, residuos de aparatos eléctricos y electrónicos y pilas.

La normativa vigente, Decreto N° 12/2021, establece objetivos específicos para los residuos de envases y embalajes. Bajo este marco, las principales filiales operativas de la Compañía deben cumplir tanto como productores como consumidores industriales. La información asociada a envases y embalajes se consolida en el sistema informático de la Compañía, lo que permite asegurar la trazabilidad de los datos, realizar los cálculos mensuales correspondientes y efectuar las declaraciones exigidas por la normativa. Esta base de datos robusta respalda la información reportada y facilita eventuales procesos de auditoría y fiscalización.

Impulsando el packaging reciclable

Entendiendo que tiene un rol importante en promover y facilitar el reciclaje de los empaques de los productos que comercializa, SMU entrega información clara sobre la materialidad de los empaques de su productos de marcas propias y desarrolla procesos de certificación que acreditan el uso de packaging reciclable. Con ello, busca orientar a los clientes en la correcta disposición de sus residuos, fomentar prácticas responsables y contribuir al avance de la economía circular. Al cierre de 2025, el 42% del surtido permanente de productos de marcas propias cuenta con packaging ecoamigable, un avance con respecto al 31% en 2024, y acercándose a la meta establecida de 50%.

Productos de marcas propias con packaging ecoamigable (% surtido permanente)



Durante el período, la Compañía realizó una cuantificación detallada por componente de los sistemas de embalajes puestos en el mercado. Este avance permite sentar las bases para la implementación de criterios de ecodiseño, identificando los distintos elementos que conforman cada sistema de envase y evaluar su desempeño en términos de reciclabilidad y gestión. A partir de esta caracterización, se identifican oportunidades de mejora asociadas a componentes que presentan mayores desafíos de valorización o eficiencia operativa. Sobre esta base, se analizan alternativas de ecodiseño orientadas, en primer lugar, a la reducción de material utilizado, posteriormente, a la optimización de dimensiones y componentes y, cuando corresponde, a la incorporación de materiales compatibles con los sistemas de reciclaje y valorización disponibles.

Impulsando el packaging reutilizable

En línea con su compromiso de reducir la generación de residuos, SMU promueve activamente la reutilización de envases como parte de su estrategia de sostenibilidad. Para ello, asegura que las salas de sus supermercados cuenten con una amplia oferta de bebestibles en envases retornables, brindando a los clientes opciones más amigables con el medio ambiente. Asimismo, se han implementado gráfica e informativos destinados a concientizar a los clientes sobre el impacto ambiental del uso de envases desechables y a fomentar la preferencia por botellas reutilizables.

Adicionalmente, para fomentar el uso de envases retornables en otros productos, la Compañía vende productos de limpieza a través de los puntos de Ecocarga, donde los clientes pueden recargar sus envases con detergente, lavalozas y suavizantes, evitando de esta forma desechar botellas y bolsas que son parte del packaging de este tipo de productos. Las cargas de producto realizadas en 2025 sumaron un total de 19.318 litros, permitiendo ahorrar 4.830 envases, equivalente a 805 kilos de plásticos que no fueron desechados.

Eliminando los plásticos de un solo uso

En los últimos años, SMU ha realizado un cambio en la materialidad en productos de un solo uso que se utilizan en la comercialización de comidas preparadas, reemplazando los cubiertos y bombillas plásticas. Es así como, cuando un cliente solicita estos implementos, se le entregan cubiertos de madera y/o bombillas de papel, materiales que presentan un menor tiempo de degradación y pueden ser gestionados mediante procesos como el compostaje.

10.1.3

GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS Y LÍQUIDOS

Con el fin de garantizar una gestión integral y responsable de los residuos generados en sus operaciones, SMU cuenta con procedimientos estandarizados de recolección y tratamiento, cumpliendo con las normativas legales vigentes y promoviendo un enfoque de mejora continua, orientado a minimizar los impactos ambientales asociados a su actividad. Producto de la operación de las actividades de la Compañía durante el año 2025, se generaron un total de 77.528,8 toneladas de residuos.

Residuos sólidos no peligrosos

La Compañía gestiona sus residuos sólidos no peligrosos a través de empresas externas especializadas en su recolección, transporte y tratamiento abarcando los distintos tipos de residuos generados de papel, cartón, plásticos, aceites, madera, orgánicos y residuos asimilables a domiciliarios, asegurando que sean dispuestos y tratados de una forma adecuada, en establecimientos debidamente autorizados, reduciendo el envío de estos a rellenos sanitarios.

Residuos industriales líquidos

Los residuos industriales líquidos (RILes) son generados principalmente en las instalaciones de los formatos Unimarc, Super10 y Alvi, debido a los procesos como asaduría de pollo, laminado de fiambres, corte de carnes, horneado de pan y comedores de colaboradores. Estos RILes están compuestos principalmente por aguas grasas, materia orgánica y residuos de limpieza. Una adecuada gestión de los RILes permite evitar daños al medio ambiente y, al mismo tiempo, dar cumplimiento a la normativa vigente, incluyendo el D.S N°609/98 del MOP y Ley 20.393 por el delito de contaminación de aguas.

Para asegurar el cumplimiento a la normativa y mejorar la calidad de los RILes generados por cada instalación, la Compañía cuenta con las siguientes prácticas y controles:

- Visitas a terreno y capacitaciones a las áreas involucradas.
- Auditorías internas: durante 2025, se auditó el 15,5% de los locales que estuvieron operativos durante el año.
- Análisis de autocontrol de RILes para 31 establecimientos que cuentan con programas de monitoreo de la Superintendencia de Servicios Sanitarios y 8 establecimientos que se realizan monitoreos continuos para integrar políticas de mejora continua.
- Fiscalizaciones realizadas por empresas sanitarias a través de análisis de laboratorio.

Residuos peligrosos

Como parte de su operación en el sector supermercadista, los establecimientos de la Compañía generan una cantidad limitada de residuos peligrosos, derivados de las mermas y procesos de limpieza y mantenimiento. Para gestionar estos residuos de manera segura, SMU ha implementado procedimientos específicos, asegurando su correcta identificación, segregación, y almacenamiento. Posteriormente, estos residuos son entregados a transportistas autorizados y enviados a instalaciones de disposición final especializadas para su tratamiento adecuado.

10.2 GESTIÓN ENERGÉTICA

Dada la importancia de una correcta gestión del uso y consumo de energía, tanto para reducir su impacto ambiental, así como también para optimizar su eficiencia operacional, la estrategia de SMU contempla diversas iniciativas en materia de eficiencia energética:

Gestión de Consumo

Durante 2025, SMU siguió realizando seguimiento a través de la facturación, a los consumos de electricidad, agua y gas de todas las instalaciones en Chile, a través de una plataforma digital que se implementó en 2021, con lo que se permite detectar casos irregulares—como mal factor de potencia, consumos y cargos anómalos—y realizar gestiones administrativas, como cambios de tarifas, entre otros. Esta información habilita la toma de decisiones para mejorar el desempeño energético y la eficiencia en el uso de los recursos. En el 2025 esta iniciativa impactó los resultados en 52 locales, generando un beneficio de CLP 62 millones.

Tienda Sostenible

El proyecto Tienda Sostenible consiste en la mejora del desempeño de los consumos energéticos en los locales, a través de la implementación de instrumentación para el monitoreo constante y control en tiempo real de los principales sistemas energéticos, incluyendo iluminación y climatización. Con esta tecnología se busca evitar peaks de demanda, y adicionalmente se permite la automatización del apagado y encendido de los sistemas al inicio y término del horario de operación, contribuyendo además a la productividad de las tiendas. El proyecto considera 16 tiendas que representan el 7% del consumo energético de SMU en Chile, y en 2025 presentaron ahorros energéticos de un 2,0% con respecto al año 2024.

Adicionalmente, en el cuarto trimestre de 2025 se dio inicio a un piloto de sistemas de monitoreo de frío alimentario en dos tiendas, con el objetivo de optimizar el consumo energético mediante mediciones en tiempo real. El consumo de energía asociado al frío alimentario representa cerca del 50% del consumo de energía total de un local, y el monitoreo permite no solo identificar oportunidades de optimizar consumo, sino también de generar alertas tempranas a la operación en caso de detectar desviaciones o fallas, lo que puede ayudar a reducir mermas.

Suministro con Energías Renovables

La Compañía mantiene contratos de suministro eléctrico con generación de origen renovable, lo que ha permitido avanzar de manera sostenida en la incorporación de este tipo de energía en su matriz de consumo. Durante 2025, el 20,0% de la electricidad utilizada provino de fuentes renovables considerando las operaciones en Chile, y a un 19,6% al incluir las operaciones en Perú.

Sistema de Gestión de Energía ISO 50.001

Como parte del Programa de Energía de SMU Chile, en 2025 la Compañía recertificó su Sistema de Gestión de Energía bajo la Norma ISO 50.001:2018 por un período de cuatro años, ampliando además su alcance a 405 instalaciones, proceso que consideró una auditoría externa por parte de un tercero independiente.

En los 28 locales de uso más significativo de energía de SMU Chile donde se ha implementado el SGE, se ha alcanzado un ahorro de 3,6% durante 2025 con respecto al año 2024, a partir de cambios operacionales, iniciativas de buenas prácticas, charlas operacionales y otras instancias que fomentan un uso consciente de la energía.

Electromovilidad

Para reducir los impactos causados por las emisiones en el ámbito de la operación logística, y específicamente vehículos de transporte, como parte de su plan estratégico, SMU ha incrementado uso de camiones eléctricos de alto tonelaje para los despachos entre centros de distribución y tiendas, alcanzando en 2025 un 9% del total de viajes bajo esta modalidad, duplicando el total de viajes eléctricos del año anterior.

Programa Giro Limpio

En 2025, por tercer año consecutivo, SMU recibió la certificación Giro Limpio, programa desarrollado por el área de eficiencia energética del Ministerio de Energía y que busca mejorar la eficiencia de las operaciones logísticas. El programa considera dos grupos de empresas: empresas de transporte y empresas generadoras de carga, siendo la segunda categoría la que aplica para SMU.

El foco para las empresas de transporte está en ofrecer capacitaciones para sus conductores y mantenedores, acceso a innovaciones, desarrollo de programas de eficiencia energética y proyectos de reducción de emisiones en forma permanente. Por su parte, el foco para las empresas generadoras de carga está en maximizar el uso de empresas de transporte certificadas bajo Giro Limpio.

Metas Cuantitativas

Las iniciativas de eficiencia energética se enmarcan en metas cuantitativas por cumplir:

Meta	Descripción
Energías Renovables	Avanzar en la incorporación de energías renovables dentro de su matriz de abastecimiento eléctrico, alcanzando un 55% del consumo eléctrico total de SMU Chile en el año 2028.

10.3 HUELLA DE CARBONO

En el marco de su compromiso con la acción por el clima, SMU gestiona activamente su huella de carbono, cuantificando sus emisiones de gases de efecto invernadero (“GEI”), proceso que es verificado por un tercero independiente. Esta medición permite a la Compañía contar con información actualizada para orientar su gestión, priorizar acciones y avanzar de manera concreta en la reducción de emisiones, definiendo metas cuantitativas y acorde a los objetivos del Acuerdo de París. En esta misma línea, en 2022 la Compañía asumió el compromiso de avanzar hacia la carbono neutralidad al 2050, alineándose con los cinco criterios de sostenibilidad promovidos por el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD).

Desde 2018, SMU mide su huella de carbono con verificación independiente y cuenta con el Sello Huella Chile



A partir del año 2018, SMU inició la cuantificación de su Huella de Carbono, ampliando progresivamente la cobertura de su cuantificación año a año, hasta abarcar el 100% de sus locales, centros de distribución y oficina central en Chile.

Durante 2025, las emisiones generadas y cuantificadas de GEI suman 300.050 Ton CO₂e, menor en un 16,2% con respecto a 2024. El alcance 1 es el que genera mayor impacto, y la principal fuente de emisiones corresponde a la recarga de gases refrigerantes. El detalle de las emisiones se encuentra en la sección 10.5 Indicadores Ambientales.



A partir de los resultados de la medición, la Compañía puede seguir evaluando e implementando proyectos de reducción que ayuden a disminuir la huella de carbono, como por ejemplo la expansión de la electromovilidad en la cadena de abastecimiento, el programa de no desperdicio de alimentos, el suministro a través de energías renovables y el proyecto de cambio de iluminación a LED en sus tiendas y centros de distribución. Durante 2025, SMU recibió el Sello de Reducción del programa Huella Chile por quinto año consecutivo, en reconocimiento de proyectos de reducción de emisiones asociados al cambio de iluminación a tecnología LED en locales Unimarc. Estas iniciativas permitieron una disminución de 918 ton/CO₂e con respecto al año anterior, equivalente a una reducción del 1,85% dentro del alcance 2.²⁸

²⁸ El certificado Huella Chile de Reducción de 2025 se recibió por la postulación del año 2024, reflejando proyectos implementados en 2023. En 2025 la Compañía postuló nuevamente al Sello para el año 2026, por proyectos que generaron una reducción de aproximadamente 842,09 ton/CO₂e en 2025 con respecto a 2024.

10.4 GESTIÓN DE LA HUELLA DE AGUA

La escasez hídrica en los países donde SMU opera es un desafío que se ha intensificado en los últimos años. Como parte de su gestión ambiental, la Compañía está comprometida con el uso responsable del agua, midiendo su consumo, identificando oportunidades de optimización y fomentando la conciencia sobre este recurso entre sus colaboradores.

10.4.1 PROGRAMAS DE EFICIENCIA HÍDRICA

Gestión del Consumo

SMU utiliza una plataforma para registrar el consumo mensual de agua de todos los supermercados y centros de distribución. Esta información permite identificar las instalaciones con mayor y menor consumo de agua para evaluar iniciativas de eficiencia hídrica.

Certificado Azul

Durante 2025, el Centro de Distribución Lo Aguirre obtuvo el Certificado Azul – Nivel 1 Avanzado, otorgado por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, tras cuantificar su huella de agua y cumplir con el 100% de las acciones exigidas por esta certificación. Este reconocimiento se enmarca en el Acuerdo de Producción Limpia (APL), que promueve el uso responsable y sustentable del agua en los procesos productivos del país.

Asimismo, la instalación alcanzó el Certificado Azul – Nivel 2 gracias a la implementación de un proyecto de recirculación de agua en los procesos de refrigeración, iniciativa que permite reducir en 6.314 m³ el consumo de agua extraída y en 613 m³ el agua consumida anualmente y, con ello, la huella de agua asociada a estas operaciones.

Este hito posiciona a SMU como una de las tres empresas a nivel nacional en obtener esta distinción y como la única compañía del retail supermercadista en alcanzar el Nivel 2 del Certificado Azul, reafirmando su compromiso en la gestión sostenible del agua y su contribución a la seguridad hídrica del país.

Capacitación a Proveedores

Además de lo anterior, y en el marco de su preocupación por promover un uso responsable del agua en su cadena de proveedores, durante el año 2025 se impartieron 4 charlas en uso eficiente de agua y energía, de las que participaron 101 pequeños agricultores que forman parte de empresas proveedoras del programa 100% Nuestro-Unimarc.

10.4.2

ACCIONES PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LAS AGUAS RESIDUALES

Tratamiento de aguas residuales: Para mejorar la calidad de las aguas residuales generadas en las instalaciones de la Compañía, se han implementado productos que contribuyen a mejorar la calidad de los efluentes industriales. Estos productos se basan en microorganismos que descomponen la materia orgánica presente en las aguas residuales, convirtiéndola en oxígeno. Esto reduce la cantidad de contaminantes vertidos al alcantarillado.

Capacitación en buenas prácticas: Para promover las mejores prácticas entre los empleados de supermercados y centros de distribución, se realizan capacitaciones para fomentar el cuidado del medio ambiente mediante acciones que previenen la generación de contaminantes en las aguas residuales. Estas capacitaciones se realizan presencialmente y abordan el manejo adecuado de residuos y desperdicios que pueden contaminar el agua. En 2025, se capacitó a un total de 150 personas en todo el país.

Charlas operacionales: Las iniciativas de SMU para concienciar a los empleados incluyen charlas de cinco minutos antes de comenzar la jornada laboral, donde se brindan consejos clave sobre el manejo adecuado de efluentes y la gestión de residuos en las instalaciones. Esto busca establecer una cultura de sostenibilidad en la empresa.

Análisis de control de calidad de efluentes: Para monitorear la calidad de las aguas residuales vertidas al alcantarillado, se realizan controles periódicos de calidad de efluentes en las distintas instalaciones de la Compañía a través de un laboratorio externo certificado, lo que garantiza el cumplimiento normativo. Estos análisis se utilizan para identificar áreas problemáticas y evitar desviaciones de los parámetros acordados con las empresas de saneamiento.

Tratamiento de trampas de grasa: La Compañía ha instalado trampas de grasa que ayudan a retener el agua grasosa generada por las operaciones de supermercados y centros de distribución, evitando que se descargue al alcantarillado. Estas trampas se limpian periódicamente y una empresa externa autorizada se encarga de su tratamiento final.

10.5 INDICADORES AMBIENTALES

Residuos

(Toneladas métricas)

	2025	2024	2023
Residuos reciclados:			
<i>Papel y cartón (envases)</i>	15.893,68	16.561,82	15.726,77
<i>Papel y cartón (no envases)</i>	21,06	3,29	4,07
<i>Plásticos</i>	880,48	834,69	684,87
<i>Aceites</i>	275,97	306,42	356,69
<i>Textil</i>	0,00	0,00	10,03
<i>Metales</i>	0,05	0,00	0,00
<i>Compostaje</i>	0,00	15,26	1,99
<i>Residuos Orgánicos Transformados</i>	63,68	81,06	94,64
Total residuos reciclados	17.134,92	17.802,54	16.879,06
Valorización energética (toneladas)	121,32	93,11	83,42
Total residuos valorizados	17.256,24	17.895,65	16.962,48
Residuos asimilables a domésticos	60.245,28	63.390,56	65.272,66
Residuos peligrosos	27,28	21,89	41,76
Cobertura de datos (% m²) (*)	99%	97%	94%

*Cobertura considera las superficies que reportan residuos no peligrosos o peligrosos.

Residuos Peligrosos

(Toneladas métricas)

Peligrosidad	2025	2024	2023
Corrosivos	17,84	10,07	20,61
Infecciosos	0,00	0	0,01
Inflamables	4,20	2,04	15,27
Tóxicos	5,23	9,77	5,87
Total	27,28	21,89	41,76

MEMORIA INTEGRADA 2025

Packaging (*)

(Toneladas métricas)

Materialidad	2025	2024	2023
Papel/cartón/madera/pulpa moldeada	10.258	10.634	12.987
Cartón para líquidos	129	237	213
Metal	1.024	2.696	2.552
Vidrio	368	383	384
Plástico	2.592	4.571	3.999
Otros materiales complejos	4	20	23
<i>Cobertura (% ventas)</i>	13%	13%	13%

*Considera packaging de productos de marcas propias vendidos en Chile.

Packaging Plástico Reciclable (*)

(Toneladas métricas)

	2025	2024	2023
Total plástico	2.592	4.571	3.999
Plástico reciclable	2.114	3.133	3.131
Porcentaje de plástico reciclable	82%	69%	78%
<i>Cobertura (% ventas)</i>	13%	13%	13%

* Considera reciclables aquellos envases plásticos de marcas propias distintos a la categoría otros plásticos, vendidos en Chile.

Detalle de Emisiones Generadas de GEI por Alcance (*)

GEI Directos (Alcance 1)	Unidad de medida	2025	2024	2023
Total emisiones directas GEI (Alcance 1)	Ton met de CO2e	148.771	220.037	250.140
Cobertura de datos (% del denominador)	Porcentaje de superficie operacional (m2)	99%	97%	96%
GEI Indirectos (Alcance 2)	Unidad de medida	2025	2024	2023
Basado en la localización	Ton met de CO2e	63.252	50.954	59.839
Cobertura de datos (% del denominador)	Porcentaje de superficie operacional (m2)	99%	97%	96%
GEI Indirectos (Alcance 3)	Unidad de medida	2025	2024	2023
Emisiones indirectas totales de GEI (Alcance 3)	Ton met de CO2e	88.027	87.252	80.731
Total Emisiones (Alcance 1, 2 y 3)	Unidad de medida	2025	2024	2023
Total Emisiones directas e indirectas	Ton met de CO2e	300.050	358.243	390.710

*Datos y alcance de la cobertura consideran operación en Chile.

Tipos de Emisiones Cuantificados por SMU

ISO 14064-1	WRI/WBCSD GHG Protocol	Fuente
Emisiones Directas	Alcance 1	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes fijas • Gases de procesos • Emisiones fugitivas
Emisiones Indirectas	Alcance 2	<ul style="list-style-type: none"> • Electricidad (Kwh/MWh)
Emisiones Indirectas	Alcance 3	<ul style="list-style-type: none"> • Residuos y emisiones derivadas de la cadena de distribución • Viajes corporativos

MEMORIA INTEGRADA 2025

Detalle de Emisiones Generadas de GEI por Categoría (Ton/CO2e.) (*)

Categoría Emisiones indirectas (Alcance 3)	Emisiones 2025	Emisiones 2024	Emisiones 2023	Metodología de cálculo de las emisiones
1. Bienes y servicios adquiridos	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
2. Bienes de capital	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
3. Actividades relacionadas con el combustible y la energía (no incluidas en los alcances 1 o 2)	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
4. Transporte y distribución aguas arriba	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
5. Residuos generados en las operaciones	40.959	41.611	35.611	Se considera la generación de Residuos Peligrosos y No Peligrosos
6. Viajes de negocios	737	1.071	561	Se considera partir del 2023 los viajes de negocios
7. Desplazamientos de los empleados	12	10	25	Se considera a partir del 2023 el desplazamiento de empleados solo para SMU
8. Activos arrendados aguas arriba	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
9. Transporte y distribución aguas abajo	46.319	44.559	44.534	Se considera el transporte en los residuos peligrosos y no peligrosos, servicios de Motoboy, el transporte de distribución de productos desde CDs a Locales, y distribución de productos en e-commerce
10. Procesamiento de productos vendidos	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
11. Utilización de productos vendidos	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
12. Tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
13. Activos arrendados aguas abajo	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
14. Franquicias	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
15. Inversiones	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
Otros aguas arriba	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>
Otros aguas abajo	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>	<i>No medido</i>

*Datos consideran operación en Chile.

Consumo de Energía (*)

	2025	2024	2023
Gas (MWh)	29.837	34.091	35.611
Electricidad (MWh)	258.478	255.037	253.784
Total Consumo Energía (MWh)	288.315	289.104	289.395
Cobertura de datos (% m²)	99%	98%	100%

*Los datos de consumo de energía se obtienen a partir de las facturas emitidas por las empresas proveedoras de electricidad y gas. En aquellos casos en que no se dispone de la información, se utilizan locales comparables o “locales espejo” para estimar los consumos y costos asociados. Para los casos en que las facturas informan consumos en unidades distintas a MWh, se utilizan factores de conversión de acuerdo con el Sistema Internacional de Unidades y el Handbook 44 del National Institute of Standards and Technology <https://www.nist.gov/pml/owm/nist-handbook-44-current-edition>.

Consumo de Energía Eléctrica

Tipo de energía	2025	2025	2024	2023	2023 ³	2023
	MWh	% Consumo	MWh	% Consumo	MWh	% Consumo
Fuentes renovables	50.643	19,6%	36.421	14,3%	30.691	12,1%
Fuentes no renovables	207.835	80,4%	218.616	85,7%	223.093	87,9%
Cobertura de datos (% m²)	99%		98%		100%	

Costo de Energía (*)

	2025	2024	2023
Costo energía (millones de CLP)	44.367	39.029	29.573

* Datos 2023 consideran operación en Chile para consumo de gas y operaciones en Chile y Perú para consumo de electricidad. Datos 2024 y 2025 consideran Chile y Perú gas y electricidad.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Consumo de Agua (*)

Total consumo de agua	Unidad de medida	2025	2024	2023
A. Extracción: Total de abastecimiento de aguas municipal	Millón de metros cúbicos	1,30	1,21	1,16
B. Extracción: Agua fresca (lagos, ríos, etc.)	Millón de metros cúbicos	0	0	0
C. Extracción: Aguas subterráneas	Millón de metros cúbicos	0	0	0
D. Descarga: Agua devuelta a su fuente de extracción, a mayor o similar calidad a la extraída (sólo para A y B)	Millón de metros cúbicos	0	0	0
E. TOTAL CONSUMO DE AGUA FRESCA (A+B+C-D)	Millón de metros cúbicos	1,30	1,21	1,16
Consumo total de agua en zonas con estrés hídrico	Megalitros	128	140	150
Consumo total de agua en zonas sin estrés hídrico	Megalitros	1.174	1.065	991
Cobertura de datos (% m ²)	Porcentaje de metros cuadrados de operación	99%	98%	100%

*Los datos de consumo de energía se obtienen a partir de las facturas emitidas por las empresas sanitarias.

Reconocimientos Ambientales 2025

Tema	Reconocimiento
Acuerdo de Producción Limpia de Eco-etiquetado II	SMU recibe el certificado por haber completado en un 100% la auditoría del APL de Eco-etiquetado II.
Acuerdo de Producción Limpia de Transición hacia la Economía Circular	Logro del 100% de metas del APL según auditoría final para obtener certificación de instalaciones evaluadas, en donde se midió la circularidad de estas y se implementaron mejoras para aumentar este indicador.
Programa Giro Limpio	Certificación "Programa Giro Limpio" en la categoría como generadores de carga. El objetivo es implementar medidas de eficiencia en el almacenamiento, transporte y distribución de la carga.
Certificación de Cuantificación Huella Chile	Certificación del programa Huella Chile, liderado por el Ministerio del Medio Ambiente, y que reconoce a las empresas que cuantificaron sus emisiones de gases de efecto invernadero.
Certificación de Reducción Huella Chile	Certificación del programa Huella Chile, liderado por el Ministerio del Medio Ambiente, y que reconoce a las empresas que implementaron proyectos de reducción de gases de efecto invernadero.
Certificado ISO 50.001	Certificación ISO 50.001:2018 del Sistema de Gestión de Energía para las operaciones en Chile





DESEMPEÑO **FINANCIERO**

Una sólida posición financiera resulta imprescindible para **ejecutar los planes estratégicos y alcanzar los objetivos de crecimiento sostenible y rentable**

que SMU se ha planteado como parte de su visión de largo plazo. La Compañía cuenta con rigurosos procesos para monitorear los avances de su plan estratégico; sus resultados operacionales y no operacionales; y sus proyectos de inversión, buscando de esta forma asegurar una correcta implementación, siempre sobre la base de un desarrollo responsable de su actividad.

TEMAS	AVANCES 2025
Crecimiento con rentabilidad	Ejecución del Plan Estratégico 2023-2025, con importantes avances en los cuatro ejes del plan: Crecimiento Omnicanal; Experiencia del Cliente; Eficiencia & Productividad; y Organización Comprometida & Sostenible, posicionando a la Compañía para crecimiento con rentabilidad en el futuro.

ANÁLISIS RAZONADO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS AL 31.12.2025

RESULTADOS DEL AÑO 2025: RESUMEN EJECUTIVO

Los **ingresos** de actividades ordinarias de SMU del cuarto trimestre de 2025 (4T25) alcanzaron CLP 744.394 millones, una disminución de 0,7% respecto del cuarto trimestre de 2024 (4T24). Sin embargo, se destaca una importante mejora en el formato Unimarc. En el año 2025, los ingresos de SMU totalizaron CLP 2.819.055 millones, menores en 2,4% frente al año 2024.

La disminución en las ventas en el año 2025 se debe a dos **definiciones estratégicas** de la Compañía, las cuales buscan posicionarla para **crecer de forma rentable y sostenible en el futuro**. En primer lugar, la estrategia de **priorizar la rentabilidad** significó optimizar su estrategia promocional en el segmento minorista y eliminar ciertas ventas de volumen de bajo margen en el segmento mayorista. En consecuencia, la Compañía registró un incremento significativo en su margen bruto, de tal forma que su ganancia bruta aumentó, a pesar de una disminución en sus ingresos.

Por otra parte, durante 2025, para **fortalecer su estrategia multiformato**, SMU aceleró el proceso de convertir tiendas del formato Mayorista 10 a los formatos Super10 y Alvi. Inicialmente las ventas de las tiendas convertidas suelen disminuirse, porque el proceso implicó intervenciones y cambios de surtido que han afectado la experiencia del cliente. Sin embargo, la Compañía considera que estos formatos le permitirán competir mejor en el futuro, y que el nuevo formato elegido para cada ubicación—ya sea Alvi o Super10—ofrecerá una mejor propuesta de valor para los clientes, lo que conllevaría un mejor comportamiento de las ventas.

Cabe destacar que **los ingresos del formato Unimarc crecieron 1,9% en el cuarto trimestre**, con un aumento de 0,9% en las ventas de locales equivalentes, una importante mejora secuencial con respecto al tercer trimestre que ayuda a compensar el impacto transitorio de las conversiones en los formatos Super10 y Alvi. Las nuevas tiendas abiertas por la Compañía como parte de su plan estratégico 2023-2025 también contribuyeron a los ingresos: **SMU abrió un total de 54 tiendas en el trienio**, incluyendo 20 en el año 2025. Las nuevas aperturas en promedio han tenido un desempeño superior al esperado en términos de ventas y EBITDA.

La **ganancia bruta** del 4T25 alcanzó CLP 241.325 millones, un aumento de 2,2% con respecto al 4T24, mientras que en el año 2025, totalizó CLP 908.110 millones, superior en 2,5% al año 2024. En términos de **margen bruto**, este se expandió 90 puntos base (pb), hasta 32,4%, en el trimestre y 150 pb, hasta 32,2%, en el año. De esta forma, el margen bruto ha mostrado una mejora sostenida, manteniéndose en niveles sobre 31,5% a partir del cuarto trimestre de 2024, reflejando las optimizaciones comerciales mencionadas más arriba, contribuyendo a una mayor rentabilidad de la Compañía.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Los **gastos operacionales**²⁹ aumentaron en un 5,5% en el 4T25 y 5,6% en el año, explicado principalmente por alzas extraordinarias en costos laborales y tarifas eléctricas, afectando las cuentas de gastos de personal y gastos de servicios. En particular, el salario mínimo promedio del año 2025 fue mayor al del año 2024 en un 9%; la Compañía implementó anticipadamente la reducción de la jornada laboral a 40 horas; y los gastos de electricidad subieron un 17%. Como consecuencia de estas alzas extraordinarias, las cuales tuvieron un impacto de aproximadamente CLP 20 mil millones en el año, los gastos de la Compañía crecieron por sobre la inflación. Sin embargo, tanto el salario mínimo como los gastos de electricidad subieron menos en el cuarto trimestre, lo que junto con las **iniciativas de eficiencia operacional y productividad** que SMU ha implementado, permitirán un crecimiento más moderado de los gastos operacionales en los próximos períodos.

Las alzas extraordinarias en gastos operacionales afectaron el **EBITDA**³⁰, el que disminuyó 6,1% en el año, a pesar de la expansión en ganancia bruta. Así, en el año 2025, el EBITDA alcanzó CLP 217.721 millones (margen EBITDA 7,7%), menor en un 6,1% con respecto a los CLP 231.953 millones (margen EBITDA 8,0%) del año 2024. Asimismo, el EBITDA del cuarto trimestre alcanzó CLP 62.243 millones (margen EBITDA 8,4%), menor en 6,4% frente a los CLP 66.472 millones (margen EBITDA 8,9%) de 4T24.

El **resultado no operacional**³¹ de SMU en el cuarto trimestre de 2025 mejoró en CLP 1.568 millones con respecto al 4T24, principalmente explicado por una menor pérdida por unidades de reajuste, debido a la menor inflación en el período. Con respecto al año 2025, el resultado no operacional mejoró en CLP 48.916 millones, principalmente explicado por operaciones de venta y leaseback realizados en los primeros nueve meses del año, generando un impacto positivo de CLP 60.387 millones antes de impuestos, parcialmente compensado por el costo de planes de eficiencia implementados durante 2025 por CLP 12.819 millones.

La **utilidad neta** del cuarto trimestre de 2025 alcanzó CLP 11.347 millones, una disminución de 27,1% con respecto al 4T24, debido al menor resultado operacional. La utilidad neta del año 2025 alcanzó CLP 63.123 millones, un aumento de 29,5% con respecto al año 2024, principalmente explicado por el mejor resultado no operacional.

Con respecto a la **situación financiera** de SMU, cabe destacar que durante el primer semestre de 2025 se pagaron los vencimientos de los bonos serie T y serie AK por aproximadamente CLP 145 mil millones, lo que se ve reflejado en el menor saldo de efectivo y equivalentes al efectivo, y también en la menor deuda financiera. La Compañía no tiene vencimientos de bonos por montos relevantes durante el año 2026 (el monto total a pagar hasta diciembre 2026 alcanza aproximadamente CLP 11 mil millones, lo que se compara con pagos por aproximadamente CLP 242 mil millones entre los años 2024 y 2025), contribuyendo a la flexibilidad de su posición financiera.

²⁹ Gastos operacionales = gastos de distribución + gastos de administración y ventas – depreciación - amortización

³⁰ EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización

³¹ 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

ANÁLISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS

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 2025 y 2024. Todas las cifras están expresadas en pesos chilenos (CLP) y de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”).

Cuadro 1.1: Estado de Resultados Consolidados Trimestrales

(Millones CLP)	4T25	4T24	% Var.
Ingresos de Actividades Ordinarias	744.394	749.781	(0,7%)
Costo de Ventas	(503.068)	(513.577)	(2,0%)
Ganancia Bruta	241.325	236.204	2,2%
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>32,4%</i>	<i>31,5%</i>	
Gastos de Distribución	(12.501)	(11.642)	7,4%
Margen de Contribución	228.824	224.563	1,9%
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>30,7%</i>	<i>30,0%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(166.581)	(158.090)	5,4%
EBITDA	62.243	66.472	(6,4%)
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>8,4%</i>	<i>8,9%</i>	
Depreciación y Amortización	(29.923)	(28.328)	5,6%
Resultado Operacional	32.320	38.144	(15,3%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	(2.853)	155	n.a.
Ingresos Financieros	499	2.104	(76,3%)
Costos Financieros	(15.550)	(15.535)	0,1%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	981	(294)	n.a.
Diferencias de Cambio	(173)	(68)	153,4%
Resultados por Unidades de Reajuste	(3.005)	(8.032)	(62,6%)
Resultado No Operacional	(20.102)	(21.670)	(7,2%)
Utilidad Antes de Impuesto	12.218	16.474	(25,8%)
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	(871)	(915)	(4,8%)
Ganancia (Pérdida) del Período	11.347	15.560	(27,1%)
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	11.347	15.560	(27,1%)
Pérdida atribuible a participaciones no controladoras	-	-	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	11.347	15.560	(27,1%)

Cuadro 1.2: Estado de Resultados Consolidados Anuales

(Millones CLP)	2025	2024	% Var.
Ingresos de Actividades Ordinarias	2.819.055	2.887.165	(2,4%)
Costo de Ventas	(1.910.946)	(2.001.463)	(4,5%)
Ganancia Bruta	908.110	885.703	2,5%
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>32,2%</i>	<i>30,7%</i>	
Gastos de Distribución	(47.018)	(45.367)	3,6%
Margen de Contribución	861.091	840.336	2,5%
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>30,5%</i>	<i>29,1%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(643.370)	(608.383)	5,8%
EBITDA	217.721	231.953	(6,1%)
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>7,7%</i>	<i>8,0%</i>	
Depreciación y Amortización	(119.507)	(108.615)	10,0%
Resultado Operacional	98.214	123.338	(20,4%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	47.807	(346)	n.a.
Ingresos Financieros	3.989	9.867	(59,6%)
Costos Financieros	(61.438)	(61.143)	0,5%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	845	(605)	n.a.
Diferencias de Cambio	(186)	76	n.a.
Resultados por Unidades de Reajuste	(18.411)	(24.161)	(23,8%)
Resultado No Operacional	(27.395)	(76.311)	(64,1%)
Utilidad Antes de Impuesto	70.819	47.027	50,6%
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	(7.697)	1.723	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	63.123	48.750	29,5%
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	63.123	48.750	29,5%
Pérdida atribuible a participaciones no controladoras	-	-	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	63.123	48.750	29,5%

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

RESULTADOS OPERACIONALES

Ingresos de Actividades Ordinarias

Los **ingresos de actividades ordinarias** del cuarto trimestre de 2025 alcanzaron los CLP 744.394 millones, una disminución de 0,7% con respecto a los CLP 749.781 generados en 4T24. Respecto al año 2025, los ingresos fueron CLP 2.819.055 millones, menores en 2,4% con respecto a los CLP 2.887.165 millones registrados en 2024.

Cuadro 2.1: Ingresos Trimestrales (CLP MMM)

Ingresos (CLP MMM)	4T25	4T24	% Variación
Unimarc	516	506	1,9%
Mayoristas	202	220	-8,3%
Otros (*)	8,5	5,9	44,5%
Supermercados Chile	726	732	-0,8%
Supermercados Perú	18,0	17,7	1,7%
TOTAL SMU	744	750	-0,7%

Cuadro 2.2: Ingresos Anuales (CLP MMM)

Ingresos (CLP MMM)	2025	2024	% Variación
Unimarc	1.936	1.945	-0,4%
Mayoristas	800	864	-7,3%
Otros (*)	21,6	17,3	25,1%
Supermercados Chile	2.758	2.826	-2,4%
Supermercados Perú	60,6	61,6	-1,7%
TOTAL SMU	2.819	2.887	-2,4%

(*) El ítem "Otros" considera todos los ingresos distintos a los generados por los formatos operacionales de la Compañía, incluyendo ingresos inmobiliarios y de servicios financieros.

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

SSS (Δ %)	4T25	4T24	2025	2024
Unimarc	0,9%	0,4%	-1,5%	-0,3%
Mayoristas	-9,1%	-4,5%	-9,3%	-4,3%
Supermercados Chile	-1,3%	-1,1%	-3,6%	-1,5%
Supermercados Perú	-5,2%	-5,0%	-8,9%	-9,7%
TOTAL SMU	-1,3%	-1,0%	-3,6%	-1,5%

Los ingresos del segmento **Supermercados Chile** disminuyeron en 0,8% en 4T25 con respecto a 4T24 (-2,4% en 2025 vs. 2024). Sin embargo, el formato Unimarc registró un aumento de 1,9% en el trimestre (disminución de 0,4% en el año). Los ingresos del segmento mayoristas, que incluye los formatos de precio Alvi y Super10, disminuyeron -8,3% en 4T25 (-7,3% en el año). Asimismo, las ventas de locales equivalentes (SSS) de Unimarc aumentaron en 0,9% en 4T25 (disminución de 1,5% en el año 2025), mientras que en el segmento mayorista disminuyeron en 9,1% en el trimestre (-9,3% en 2025).

La disminución en las ventas en el año 2025 se debe a dos definiciones estratégicas de la Compañía, las cuales buscan posicionarla para crecer rentable y sosteniblemente en el futuro. En primer lugar, está la definición de **priorizar la rentabilidad**, optimizando la estrategia promocional para el segmento minorista, y también optando por eliminar ciertas ventas de volumen de bajo margen para el segmento mayorista. Por lo tanto, la base de comparación del año 2024 incluye ventas que se dejaron de hacer en 2025. Esta estrategia con foco en rentabilidad ha generado mejores resultados a pesar de las menores ventas, lo que se ve reflejado en el aumento en la ganancia bruta (+2,5% en 2025 y +2,2% en 4T25).

Cabe recordar que, a partir de mayo 2024, SMU modificó su estructura promocional, poniendo foco en productos básicos de alta sensibilidad en precio para los consumidores, y alargando la duración de las promociones. Este cambio generó un impulso en la venta en los meses siguientes, pero con un impacto negativo en el margen bruto en el segundo y tercer trimestre. A partir del cuarto trimestre de 2024, la Compañía mantuvo la nueva estructura promocional, con foco en productos de alta relevancia para los consumidores y de mayor duración, contribuyendo a una mayor recordación de la campaña para los clientes. Junto con esto, se racionalizó el portafolio de productos incluidos en la actividad promocional y se mejoró la eficiencia comercial, lo que permitió la recuperación del margen bruto, junto con una mayor eficiencia operacional, mejora de disponibilidad de productos y reducción de la merma. Cabe destacar que el cuarto trimestre de 2024 reflejó una recuperación significativa en el margen bruto, y en el 4T25 la Compañía logró una expansión adicional.

Por otra parte, durante 2025, SMU tomó la decisión de **fortalecer su estrategia multiformato**, acelerando el proceso de las conversiones del formato Mayorista 10, pasando esas tiendas a los formatos Super10 y Alvi. De esta forma, se potenció la escala y cobertura de estas cadenas para que puedan competir mejor en el futuro. Sin embargo, inicialmente

las ventas de las tiendas convertidas suelen disminuirse, porque el proceso implicó intervenciones y cambios de surtido que han afectado la experiencia del cliente. Este impacto fue más relevante en el cuarto trimestre, porque el 1 de noviembre se convirtieron 15 tiendas de Mayorista 10 a Alvi. La Compañía considera que el nuevo formato elegido para cada ubicación, ya sea Alvi o Super10, ofrecerá una mejor propuesta de valor para los clientes, lo que conllevaría un mejor comportamiento de las ventas.

Durante 2025, SMU abrió un total de 20 nuevas tiendas: 16 en Chile y 4 en Perú. De esta forma, la Compañía alcanzó **54 aperturas en el marco de su plan estratégico 2023-2025**, y tiene otras 60 aperturas planificadas para el próximo trienio. Estas tiendas contribuyen a los ingresos, superando el plan de ventas y EBITDA en promedio, pero además han mostrado un desempeño operacional muy superior al esperado, alcanzando indicadores de venta por metro cuadrado y venta por jornada equivalente superior al promedio de su formato en más del 60% de las tiendas, a pesar de que llevan menos de tres años operando.

Los ingresos de **Supermercados Perú** aumentaron en un 1,7% en el trimestre, medido en pesos chilenos (-5,0% en moneda local) y disminuyeron en un 1,7% en el año completo (-7,2% en moneda local). Las SSS disminuyeron en 5,2% en 4T25 y 8,9% en 2025. Las ventas reflejan, en parte, el complejo escenario económico que afecta al consumo, además de aperturas de la competencia, especialmente en la zona norte del país. La Compañía está llevando a cabo un plan de optimización de gastos e inversiones para compensar las menores ventas y así mantener la rentabilidad de las tiendas existentes y las que abrirán en los próximos años.

Cuadro 4: Evolución de Ventas por Metro Cuadrado (CLP M/M²)

VENTAS POR M ² (CLP M/M ²)	4T25	4T24	Δ %	2025	2024	Δ %
Supermercados Chile	476	494	-3,8%	460	484	-4,0%
Supermercados Perú	302	289	4,3%	263	251	-1,2%
TOTAL SUPERMERCADOS	470	487	-3,5%	453	475	-3,9%

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 453.001 en 2025, un 3,9% menor que en 2024, mientras que en el cuarto trimestre de 2025 alcanzaron CLP 469.551, una disminución de 3,5% respecto al 4T24. En Chile se registró una caída de 4,0% en 2025 (-3,8% en 4T25), explicada principalmente por la menor venta registrada en el período, además de la incorporación de nuevos locales que aún no alcanzan su madurez en materia de ventas. Con respecto a Perú, se registró un aumento de 4,3% en 4T25 y una disminución de 1,2% en 2025, en línea con el comportamiento de las ventas.

Cuadro 5: Número de Locales y Superficie de Ventas (Miles de M²)

SSS (Δ %)	N° LOCALES		SUPERFICIE DE VENTAS	
	4T25	4T24	4T25	4T24
Unimarc	301	296	356	353
Mayoristas	111	104	146	134
Supermercados Chile	412	400	505	486
Supermercados Perú	35	33	19	19
TOTAL SUPERMERCADOS	447	433	524	506

Cuadro 6: Evolución de Aperturas y Cierres de Locales

APERTURAS Y CIERRES	4T24		1T25		2T25		3T25		4T25	
	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.
Unimarc	1	1	-	1	-	-	5	1	3	1
Mayoristas	2	-	1	-	-	-	1	1	6	-
Supermercados Chile	3	1	1	1	-	-	6	2	9	1
Supermercados Perú	3	-	-	2	-	-	2	-	2	-
TOTAL SUPERMERCADOS	6	1	1	3	-	-	8	2	11	1

Al cierre del 2025, SMU cuenta con 412 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, 12 más que los 400 locales al cierre del 4T24, y un total de 504.888 metros cuadrados. En Perú, se totalizan 35 locales (18.756 metros cuadrados). En total, la Compañía cuenta con **447 tiendas** y **523.643 metros cuadrados** entre Chile y Perú.

El número de tiendas refleja la ejecución del plan de crecimiento orgánico durante 2025, abriendo un total de 20 nuevas tiendas, incluyendo 11 en el cuarto trimestre. Las aperturas corresponden a los formatos Unimarc (8), Alvi (6) y Super 10 (2), en Chile, y Maxiahorro (4) en Perú. Por otra parte, cerró tres locales del formato Unimarc, uno de Mayorista 10, uno de Mayorsa y uno de Maxiahorro, debido a que arrastraban un bajo desempeño durante los últimos años.

Gastos Operacionales

Los **gastos operacionales** (gastos de distribución más los gastos de administración y ventas, excluyendo depreciación y amortización) totalizaron CLP 179.082 millones en 4T25, un aumento de 5,5% con respecto a los CLP 169.732 millones registrados en 4T24. Como proporción de la venta, los gastos operacionales fueron un 24,1% en 4T25, un aumento de 150 pb con respecto al 22,6% registrado en 4T24. Con respecto al año 2025, los gastos operacionales fueron CLP 690.389 millones (24,5% de la venta), mayores en un 5,6% con respecto a los CLP 653.749 millones (22,6% de la venta) registrados en 2024.

Los **gastos de distribución** del cuarto trimestre de 2025 alcanzaron CLP 12.501 millones (1,7% de la venta), un aumento del 7,4% respecto a los CLP 11.642 millones (1,6% de la venta) del mismo período del año anterior. Asimismo, en el año 2025, los gastos de distribución alcanzaron CLP 47.018 millones (1,7% de la venta), un aumento de 3,6% con respecto a los CLP 45.367 millones (1,6% de la venta) de 2024. Los aumentos se deben a la mayor inflación y centralización, parcialmente compensado por el menor precio del petróleo. Cabe recordar que los gastos asociados a la mayor centralización tienen una contrapartida en el margen bruto, por el cobro que se hace a los proveedores por la prestación de este servicio y que se resta del costo del producto.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) del cuarto trimestre de 2025 totalizaron CLP 166.581 millones (22,4% de la venta), un aumento del 5,4% con respecto a los CLP 158.090 millones (21,1% de la venta) del 4T24. En tanto, los gastos de administración del año 2025 alcanzaron los CLP 643.370 millones (22,8% de la venta), un aumento de 5,8% respecto a los CLP 608.383 millones (21,1% de la venta) registrados en 2024.

El aumento en gastos de administración se explica principalmente por alzas extraordinarias en costos laborales y tarifas eléctricas, afectando las siguientes cuentas:

- a. **Gastos del personal:** aumento de CLP 5.144 millones (6,7%) en 4T25 y de CLP 18.551 millones (6,2%) en el año 2025, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (+5,8% en el trimestre y +9,0% en el año); la implementación acelerada de la reducción de la jornada laboral a 40 horas; mayores pagos previsionales asociados a la reforma de pensiones; ajustes de inflación; y aperturas de locales; parcialmente compensado por una menor dotación promedio; y
- b. **Gastos de servicios:** aumento de CLP 3.388 millones (9,9%) en 4T25 y de CLP 16.825 millones (13,4%) en el año 2025, principalmente explicado por alzas en las tarifas de servicios de electricidad—resultando en un aumento de 17% en el gasto de electricidad en el año—y también en las tarifas de seguridad y aseo, las cuales están fuertemente ligadas a alzas de inflación y salario mínimo.

Como consecuencia de estas alzas extraordinarias, las cuales tuvieron un impacto de aproximadamente CLP 20 mil millones en el año, los gastos de la Compañía crecieron por sobre la inflación. Sin embargo, tanto el salario mínimo como los gastos de electricidad subieron menos en el cuarto trimestre, lo que junto con las **iniciativas de eficiencia**

operacional y productividad que la Compañía ha implementado, permitirán un crecimiento más moderado de los gastos operacionales en los próximos períodos.

Cuadro 7: Dotación Promedio

DOTACIÓN PROMEDIO	4T25	4T24	Δ %	2025	2024	Δ %
Locales Chile	20.137	21.011	-4,2%	20.070	20.789	-3,5%
Corporativo Chile	2.059	2.082	-1,1%	2.077	2.066	0,5%
Supermercados Chile	22.196	23.093	-3,9%	22.147	22.855	-3,1%
Locales Perú	499	605	-17,6%	496	580	-14,4%
Corporativo Perú	144	137	5,1%	142	135	5,8%
Supermercados Perú	642	742	-13,4%	639	715	-10,6%
TOTAL SUPERMERCADOS	22.838	23.834	-4,2%	22.785	23.569	-3,3%

Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

El **margen bruto** ha mostrado una mejora sostenida, manteniéndose en niveles sobre 31,5% a partir del cuarto trimestre de 2024, reflejando la optimización de la estrategia promocional, manteniendo el foco en productos de alta relevancia para los consumidores pero con mayor eficiencia comercial, lo que contribuye a la rentabilidad de la Compañía. El margen bruto alcanzó 32,4% en 4T25, un aumento de 90 pb comparado con el 31,5% registrado en 4T24, mientras que en el año 2025 fue de 32,2%, una expansión de 150 puntos base con respecto al 30,7% del año 2024. En consecuencia, la **ganancia bruta** del cuarto trimestre de 2025 alcanzó los CLP 241.325 millones, un aumento de 2,2% con respecto a los CLP 236.204 millones totalizados en 4T24. En el año, la ganancia bruta fue de CLP 908.110 millones, un aumento de 2,5% con respecto a los CLP 885.703 millones generados en 2024.

El **margen de contribución** del cuarto trimestre de 2025 alcanzó CLP 228.824 millones (30,7% de los ingresos), un aumento de 1,9% con respecto a los 224.563 millones (30,0% de los ingresos) obtenidos en 4T24. En cuanto al año 2025, el margen de contribución alcanzó CLP 861.091 millones (30,5% de los ingresos), un aumento de 2,5% con respecto a los CLP 840.336 millones (29,1% de los ingresos) de 2024.

El **EBITDA** del cuarto trimestre de 2025 alcanzó CLP 62.243 millones (margen EBITDA 8,4%), menor en un 6,4% a los CLP 66.472 millones (margen EBITDA 8,9%) del 4T24. Respecto al año 2025, el EBITDA alcanzó CLP 217.721 millones (margen EBITDA 7,7%), menor en un 6,1% con respecto a los CLP 231.953 (margen EBITDA 8,0%) millones obtenidos en 2024.

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) del cuarto trimestre de 2025 alcanzó CLP 34.449 millones, menor en 18,6% a los CLP 42.344 millones del 4T24, reflejando el mayor pago de arriendos, producto de la inflación y de las nuevas aperturas. Asimismo, en el año 2025, el EBITDA ajustado por arriendo de locales alcanzó CLP 116.089 millones (CLP 138.576 millones en 2024).

El **resultado operacional** del cuarto trimestre de 2025 alcanzó CLP 32.320 millones, una disminución de un 15,3% con respecto a los CLP 38.144 millones del 4T24. Asimismo, en el 2025 alcanzó CLP 98.214 millones, una disminución de 20,4% respecto a los CLP 123.338 millones del 2024. Lo anterior se debió al menor EBITDA, además de un aumento en la depreciación y amortización (+5,6% en 4T25 y +10,0% en 2025), reflejando los mayores niveles de inversión de la Compañía en los últimos años como parte de sus planes estratégicos, que incluyen un aumento importante en el número de locales, los cuales, si bien han tenido un desempeño mejor al esperado, aún no alcanzan su EBITDA de régimen.

RESULTADO NO OPERACIONAL³²

El **resultado no operacional** de SMU para 2025 mejoró en CLP 48.916 millones, totalizando una pérdida de CLP -27.395 millones, lo que se compara con una pérdida de CLP -76.311 millones registrada en el 2024, principalmente explicado por la variación positiva de CLP 48.153 millones en **otras ganancias**, debido a:

- a. Una ganancia de CLP 60.387 millones por la **venta de locales propios, del centro de distribución Lo Aguirre y de opciones de compra de locales en leasing** (lo que corresponde a una utilidad después de impuestos de CLP 44.083 millones), reflejada en otras ganancias (pérdidas): Tal como ha sido informado por la Compañía, este impacto se produce por la cesión de los contratos de leasing y la venta de las opciones de compra de un grupo de 12 locales, así como por la venta de tres locales propios y un centro de distribución. Al mismo tiempo, la Compañía firmó contratos de arriendo a largo plazo con los compradores, permitiéndole seguir operando las instalaciones sin afectar el negocio, pero logrando una optimización financiera al liberar los activos que estaban en garantía bajo los contratos de leasing cedidos.
- b. Una pérdida de CLP 12.819 millones asociada a los **planes de optimización** de estructura organizacional implementados durante los meses de enero, febrero y noviembre de 2025. Los ahorros asociados a la reestructuración del primer trimestre han permitido recuperar el costo durante el año 2025, y además generarán ahorros en los períodos futuros. Asimismo, los ahorros asociados a la reestructuración de noviembre permitirán recuperar el costo durante los próximos meses.

Con respecto al cuarto trimestre, el resultado no operacional totalizó una pérdida de CLP -20.102 millones, lo que representa una mejora de CLP 1.568 millones frente a la pérdida de CLP -21.670 millones registrada en el 4T24. Las principales variaciones del período fueron:

³² 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

MEMORIA INTEGRADA 2025

- a. Una disminución de CLP 5.027 millones en la **pérdida por unidades de reajuste**, debido a la menor inflación en 4T25 con respecto a 4T24.
- b. Una variación negativa de CLP 3.008 millones en **otras ganancias (pérdidas)**, principalmente explicado por una pérdida de CLP 3.237 millones asociada al plan de optimización implementado en noviembre 2025, tal como se describe más arriba.

IMPUESTO A LAS GANANCIAS Y RESULTADO NETO

El **resultado antes de impuestos** del año 2025 alcanzó CLP 70.819 millones, un aumento de CLP 23.793 millones (50,6%) con respecto a los CLP 47.750 millones registrados en 2024, debido a la mejora de CLP 48.916 millones en el resultado no operacional. Con respecto al 4T25, el resultado antes de impuestos fue de CLP 12.218 millones, menor en CLP 4.256 millones (-25,8%) en comparación con el mismo período del año anterior, debido principalmente al menor resultado operacional.

El **gasto por impuesto a las ganancias** del 4T25 alcanzó CLP -871 millones, una variación positiva de CLP 44 millones con respecto a los CLP -915 millones del 4T24, explicado por el menor resultado antes de impuestos, parcialmente compensado por la menor corrección monetaria de las pérdidas tributarias, debido a la menor inflación del período. En el caso del año 2025, el gasto por impuesto a las ganancias alcanzó CLP -7.697 millones, una variación negativa de CLP 9.419 millones con respecto al ingreso de CLP 1.723 millones registrado en 2024. La variación se explica principalmente por el impuesto asociado a la venta de locales y opciones de compra en 2025 (CLP -16.304 millones).

En consecuencia, la **utilidad neta** del año 2025 alcanzó CLP 63.123 millones, un aumento de CLP 14.373 millones (29,5%) con respecto a los CLP 48.750 millones de 2024. En tanto, en el cuarto trimestre de 2025, la utilidad neta alcanzó CLP 11.347 millones, una disminución de CLP -4.212 millones (-27,1%) con respecto a los CLP 15.560 millones registrados en 4T24.

ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Cuadro 8.1: Estado de Situación Financiera al 31 de dic. de 2025 y 2024 – Activos

(Millones CLP)	Dic. 2025	Dic. 2024	Δ \$	Δ %
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	84.500	154.890	(70.389)	(45,4%)
Otros Activos Financieros Corrientes	3.415	3.168	247	7,8%
Otros Activos No Financieros Corrientes	29.699	43.167	(13.468)	(31,2%)
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	82.288	96.566	(14.278)	(14,8%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	1.238	1.656	(419)	(25,3%)
Inventarios	224.747	236.300	(11.552)	(4,9%)
Activos por Impuestos Corrientes	2.971	4.976	(2.004)	(40,3%)
Total Activos Corrientes	428.859	540.723	(111.863)	(20,7%)
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros No Corrientes	392	383	9	2,2%
Otros Activos No Financieros No Corrientes	3.554	3.120	433	13,9%
Cuentas por Cobrar No Corrientes	8.508	3.472	5.036	145,1%
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	10.002	7.148	2.854	39,9%
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	76.379	74.528	1.851	2,5%
Plusvalía	476.279	476.155	124	0,0%
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	1.050.162	931.196	118.966	12,8%
Activos por Impuestos Diferidos	466.419	469.199	(2.781)	(0,6%)
Total Activos No Corrientes	2.091.694	1.965.202	126.492	6,4%
TOTAL ACTIVOS	2.520.553	2.505.924	14.629	0,6%

Cuadro 8.2: Estado de Situación Financiera al 31 de dic. de 2025 y 2024 – Pasivos

(Millones CLP)	Dic. 2025	Dic. 2024	Δ \$	Δ %
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	116.628	233.701	(117.074)	(50,1%)
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	433.435	405.666	27.769	6,8%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	365	484	(119)	(24,6%)
Otras Provisiones Corrientes	3.447	4.042	(595)	(14,7%)
Pasivos por Impuestos Corrientes	1.241	1.251	(10)	(0,8%)
Beneficios a los Empleados	32.663	25.080	7.583	30,2%
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	2.399	13.234	(10.836)	(81,9%)
Total Pasivos Corrientes	590.177	683.459	(93.281)	(13,6%)
PASIVOS NO CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	1.094.064	996.226	97.839	9,8%
Cuentas por Pagar No Corrientes	9.028	9.725	(697)	(7,2%)
Beneficios a los Empleados	1.922	4.338	(2.416)	(55,7%)
Total Pasivos No Corrientes	1.105.014	1.010.289	94.726	9,4%
TOTAL PASIVOS	1.695.192	1.693.747	1.444	0,1%

Cuadro 8.3: Estado de Situación Financiera al 31 de dic. de 2025 y 2024 – Patrimonio

(Millones CLP)	Dic. 2025	Dic. 2024	Δ \$	Δ %
PATRIMONIO				
Capital Emitido	522.909	522.909	-	0,0%
Utilidad (Pérdida) Acumulada	149.818	137.197	12.622	9,2%
Otras Reservas	152.635	152.072	563	0,4%
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	825.362	812.177	13.185	1,6%
Total Patrimonio	825.362	812.177	13.185	1,6%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	2.520.553	2.505.924	14.629	0.6%

Activos

Al 31 de diciembre de 2025, los **activos totales** de SMU disminuyeron en CLP 14.629 millones (0,6%) con respecto al 31 de diciembre de 2024, totalizando CLP 2.520.553 millones.

Los **activos corrientes** al 31 de diciembre de 2025 disminuyeron en CLP 111.863 millones (-20,7%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 428.859 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- Disminución de CLP 70.389 millones en efectivo y equivalentes al efectivo, principalmente explicado por el pago de los bonos serie T y AK en marzo y abril, respectivamente, por CLP 145.218 millones, parcialmente compensado por los fondos netos recibidos por las ventas de locales y del centro de distribución durante el período (CLP 93.661 millones), además de otros movimientos explicados en la sección 3 del presente documento.
- Disminución de CLP 14.278 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, debido principalmente a menores cuentas por cobrar a Transbank asociadas a las fechas de corte de fin de año.
- Disminución de CLP 13.468 millones en otros activos financieros corrientes, debido principalmente a una disminución de CLP 13.850 millones en el IVA crédito fiscal.
- Disminución de CLP 11.552 millones en inventarios.

Los **activos no corrientes** al 31 de diciembre de 2025 aumentaron en CLP 126.492 millones (6,4%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 2.091.694 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

MEMORIA INTEGRADA 2025

- a. Aumento de CLP 118.966 millones en propiedades, plantas y equipos neto, explicado principalmente por las adiciones del período (CLP 342.620 millones), incluyendo tanto proyectos de capex, como la habilitación de nuevas tiendas, así como también contratos de arriendo de aperturas, leasebacks y renovados, reconocidos como derechos de uso. Lo anterior, parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 112.531 millones), ventas de activos (CLP 74.892 millones) y retiros y bajas de activos (CLP 36.787 millones).
- b. Aumento de CLP 5.036 millones en cuentas por cobrar no corrientes, debido principalmente a mayores cuentas por cobrar a clientes de servicios financieros, producto de un aumento en la cartera.
- c. Aumento de CLP 2.854 millones en inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación, debido al efecto neto de la venta de la participación en la sociedad Rentas Comerciales III SpA y el aporte a la nueva participación en el fondo de inversión público Rentas Comerciales II. Este fondo tiene como activo propiedades arrendadas a SMU.

Pasivos

Al 31 de diciembre de 2025, los **pasivos totales** de SMU aumentaron en CLP 1.444 millones (0,1%) con respecto al 31 de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.695.192 millones.

Los **pasivos corrientes** al 31 de diciembre de 2025 disminuyeron en CLP 93.281 millones (-13,6%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 590.177 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- a. Disminución de CLP 117.094 millones en otros pasivos financieros corrientes, principalmente explicado por una disminución en las obligaciones con el público por CLP 137.713 millones, asociada a los vencimientos pagados durante el primer semestre, parcialmente compensado por aumentos de CLP 10.458 millones en préstamos bancarios y de CLP 13.216 millones en las obligaciones por derechos de uso.
- b. Disminución de CLP 10.836 millones en otros pasivos no financieros corrientes, principalmente explicado por una disminución de CLP 11.032 millones en el IVA débito fiscal.
- c. Aumento de CLP 27.769 millones en pasivos cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes, principalmente debido a la fecha de corte para pagos.
- d. Aumento de CLP 7.583 millones en los beneficios corrientes a los empleados, principalmente explicado por un aumento de CLP 7.883 millones en las provisiones de beneficios y bonos al personal, asociado al devengo del incentivo de corto plazo y también al traspaso desde no corriente a corriente del incentivo de largo plazo trienal que se paga en 2026.

Los **pasivos no corrientes** al 31 de diciembre de 2025 aumentaron en CLP 94.726 millones (9,4%) respecto de diciembre de 2024, totalizando CLP 1.105.014 millones. La principal

variación en el período fue un aumento de CLP 97.839 millones en otros pasivos financieros no corrientes, explicado por (i) aumento de CLP 132.007 millones en obligaciones por derechos de uso, asociado a los nuevos contratos de arriendo firmados por los locales y centro de distribución vendidos durante el período, además de la adición de otros contratos de arriendo nuevos firmados durante el período y (ii) aumento de CLP 4.837 millones en obligaciones con el público, producto de la variación en la UF durante el período; parcialmente compensado por una disminución de CLP 39.005 millones en obligaciones por derechos de uso con opción de compra, principalmente asociada a la baja de los contratos de leasing de los locales y centro de distribución vendidos durante el período.

Patrimonio

El **patrimonio** presenta un aumento de CLP 13.185 millones (1,6%), explicado principalmente por las utilidades del período (CLP 63.123 millones), parcialmente compensado por dividendos pagados durante el período (CLP 50.501 millones).

ANÁLISIS DEL ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los Años Terminados al 31 de dic. de 2025 y 2024

(Millones CLP)	Dic. 2025	Dic. 2024	Δ \$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	265.973	225.119	40.853
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	17.010	(109.909)	126.919
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(353.372)	(65.539)	(287.833)
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo	(70.389)	49.672	(120.061)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	154.890	105.218	49.672
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	84.500	154.890	(70.389)

Durante 2025, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 265.973 millones, mayor en CLP 40.853 millones a los CLP 225.119 millones obtenidos en 2024. Sin embargo, el flujo operacional de 2024 incluye el impacto no recurrente del recupero de seguros relacionados a los actos vandálicos de octubre de 2019 (CLP 51.815 millones). Al excluir este impacto, el flujo mejora CLP 92.668 millones en 2025 con respecto a 2024, principalmente explicado por menores pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios (CLP 193.696 millones), además de menores otros pagos por actividades de operación (CLP 6.185 millones). Lo anterior, parcialmente compensado por menores cobros procedentes de ventas de bienes y prestación de servicios (CLP 84.023 millones), mayores

MEMORIA INTEGRADA 2025

pagos a y por cuenta de los empleados (CLP 17.685 millones) y menores intereses recibidos (CLP 5.633 millones).

El flujo de **actividades de inversión** alcanzó una entrada neta de CLP 17.010 millones en 2025, una variación positiva de CLP 126.919 millones con respecto a la salida neta de CLP -109.909 millones en 2024. Durante 2025, se registró un ingreso de efectivo por CLP 129.124 millones, correspondiente a la venta de locales propios y de un centro de distribución y a la venta de la opción de compra de locales con leasing financiero. El principal uso de efectivo correspondió al **CAPEX**, que incluye tanto la adquisición de propiedades, planta y equipo como de activos intangibles, totalizando CLP 112.936 millones en 2025 (CLP 107.148 millones en 2024).

El flujo utilizado en **actividades de financiación** alcanzó un monto neto de CLP -353.372 millones en 2025, una variación negativa de CLP 287.833 millones con respecto a 2024. Los principales desembolsos fueron: (i) reembolsos de préstamos (CLP 200.737 millones), correspondiente a los bonos serie T y AK y deuda bancaria; (ii) pagos de arrendamientos financieros (CLP 98.976 millones), incluyendo el prepago del leasing del centro de distribución Lo Aguirre por CLP 31.133 millones como parte de las operaciones de venta y leaseback descritas más arriba; (iii) pagos de intereses (CLP 62.916 millones); y (iv) pagos de dividendos (CLP 50.501 millones); parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos a corto plazo (CLP 59.758 millones). En tanto, en 2024, las actividades de financiación generaron un flujo neto de CLP -65.539 millones, explicado por (i) reembolsos de préstamos por CLP 126.223 millones, correspondiente a bonos y deuda bancaria; (ii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 63.059 millones; (iii) pagos de intereses por CLP 59.908 millones; (iv) pagos de dividendos por CLP 52.307 millones; parcialmente compensado por importes procedentes de (i) préstamos a largo plazo por CLP 206.758 millones, por la colocación de los bonos series AR, AQ, AS y AW (UF 5.500.000); y (ii) préstamos a corto plazo por CLP 29.200 millones, correspondiente a refinanciamiento de deuda bancaria.

INDICADORES FINANCIEROS

Cuadro 10: Indicadores Financieros

			Dic. 2025	Dic. 2024
LIQUIDEZ				
Índice de Liquidez	Veces	Activo corriente / Pasivo corriente	0,73	0,79
Razón Ácida	Veces	(Activo corriente menos inventario) / Pasivo corriente	0,35	0,45
ENDEUDAMIENTO				
Pasivo Exigible / Activos Totales	Veces	Total pasivos / Total activos	0,67	0,68
Pasivo Exigible / Patrimonio	Veces	Total pasivos / Patrimonio	2,05	2,09
Pasivos Financieros Neto / Patrimonio	Veces	(Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / Patrimonio	0,51	0,63
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	Total pasivos corrientes / Total pasivos	34,81	40,35
Pasivo Financiero Neto / EBITDA	Veces	(Otros pasivos financieros corrientes + Otros pasivos financieros no corrientes - Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA de los últimos 12 meses	5,17	4,63

MEMORIA INTEGRADA 2025

			Dic. 2025	Dic. 2024
ACTIVIDAD				
Rotación de Inventarios	Días	Inventario promedio del período / Costo de ventas diario del período	403,43	40,90
Rotación de Cuentas por Cobrar	Días	Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes promedio del período / (Ingreso por actividades ordinarias diario del período multiplicado *1,19)	9,60	12,49
Rotación de Cuentas por Pagar	Días	Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes promedio del período / (Costo de ventas diario del período * 1,19)	66,42	63,01
EFICIENCIA				
Cobertura de Gastos Financieros (Últimos 12 meses)	Veces	EBITDA de los últimos 12 meses / (gastos financieros de los últimos 12 meses -ingresos financieros de los últimos 12 meses)	3,79	4,52
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%		32,21	30,68
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM		217.721	231.953
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%		7,72	8,03

			Dic. 2025	Dic. 2024
RENTABILIDAD				
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	Utilidad últimos 12 meses / Activos totales	2,50	1,95
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	Utilidad últimos 12 meses / (Activos totales - plusvalía)	3,09	2,40
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	Utilidad últimos 12 meses / Patrimonio	7,65	6,00
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + plusvalía + propiedad, planta y equipos)	5,14	6,80
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	Resultado operacional últimos 12 meses / (Cuentas por cobrar + inventarios + intangibles + propiedad, planta y equipos)	6,85	9,21
EBITDA AJUSTADO POR ARRIENDO DE LOCALES				
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	CLP MMM	EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración	116.089	138.576
Cobertura de Gastos Financieros Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	Veces	EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses / (gastos financieros de los últimos 12 meses – intereses por obligaciones por derechos de uso de los últimos 12 meses – ingresos financieros de los últimos 12 meses)	6,01	8,85
Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales	Veces	(Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes – obligaciones por derechos de uso corrientes y no corrientes – Efectivo y equivalentes al efectivo) / EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses	3,60	3,70

MEMORIA INTEGRADA 2025

En cuanto a los indicadores de **liquidez**, la disminución se explica principalmente porque los activos corrientes se disminuyeron más de lo que se disminuyeron los pasivos corrientes, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, la disminución en el ratio de deuda financiera neta/patrimonio se explica principalmente por la disminución de la deuda financiera neta y por el aumento del patrimonio, como se detalla en la sección 2 del presente documento. La disminución en el ratio de deuda financiera neta/EBITDA ajustado por arriendo de locales se debe a la disminución de la deuda financiera neta, mientras que el aumento en el ratio de pasivo financiero neto/EBITDA se debe a la disminución del EBITDA, además del aumento en los pasivos financieros netos, principalmente por el aumento de las obligaciones de derechos de uso (CLP 145.222 millones)—asociado a nuevos contratos de arrendamiento—y disminución de caja (CLP 70.389 millones), parcialmente compensado por una menor deuda financiera (disminución de CLP 164.458 millones).

Con respecto a los indicadores de **eficiencia**, la menor cobertura de gastos financieros se debe principalmente al menor EBITDA anualizado y mayor gasto financiero neto anualizado producto de nuevos contratos de arrendamiento reconocidos como obligaciones por derechos de uso.

En cuanto a los indicadores de **actividad**, las principales variaciones se observan en la rotación de inventario, explicado por el aumento del inventario promedio, junto con el menor costo de venta diario; en la rotación de cuentas por cobrar, debido a una disminución en las cuentas por cobrar promedio; y en la rotación de cuentas por pagar, explicado principalmente por el menor costo de venta diario, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **rentabilidad**, los mayores ROA y ROE se explican principalmente por la mayor utilidad. En cambio, el menor ROIC se debe al menor resultado operacional, por las razones que se describen en la sección 1 del presente documento, además del efecto por las nuevas aperturas que aún no alcanzan su EBITDA de régimen.

GESTIÓN DE RIESGOS

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 31 de diciembre de 2025, se encuentra una descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía, así como de las medidas utilizadas para mitigar dichos riesgos.

HECHOS RELEVANTES DEL PERÍODO

1. El 3 de marzo de 2025 la sociedad informó en su página web que, 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 oficina central y en tiendas, la Compañía elaboró un plan de optimización de su estructura organizacional. Este plan se implementó durante los meses de enero y febrero del presente año 2025, y su costo fue de aproximadamente \$8.900 millones, cuya contabilización se verá reflejada en los estados financieros del primer trimestre del año 2025. Los ahorros asociados a la reestructuración permitirán recuperar el costo durante el año 2025, y además generarán ahorros en los períodos futuros. Las iniciativas estratégicas implementadas permiten incrementar la productividad, mitigando el alza de los gastos operacionales, y al mismo tiempo, contribuyendo a mejorar la experiencia de los clientes.
2. Con fecha 31 de marzo de 2025, mediante hecho esencial, se comunicó que el Directorio de SMU S.A. acordó:
 - a. Citar a Junta Ordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta Ordinaria”) de la Sociedad para el día 24 de abril de 2025, 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, con el fin de someter a consideración de la Junta Ordinaria todos los asuntos de su competencia, incluyendo las siguientes materias:
 - i. Pronunciamiento sobre la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2024;
 - ii. Pronunciamiento sobre el Informe de los Auditores Externos correspondiente al ejercicio 2024;
 - iii. Pronunciamiento sobre la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2025 e informar gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2024;
 - iv. Informar sobre las actividades y gastos del Comité de Directores del ejercicio 2024 y determinación de su remuneración y presupuesto para el ejercicio 2025;
 - v. Dar a conocer la información prevista en el Título XVI de la Ley 18.046;
 - vi. Designación de la Empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2025;
 - vii. Designación de los Clasificadores Privados de Riesgo para el ejercicio 2025;
 - viii. Pago de dividendo y distribución de utilidades del ejercicio 2024;
 - ix. Designación del periódico donde se realizarán las publicaciones de la Sociedad hasta la próxima junta ordinaria de accionistas; y
 - x. 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 2024, un dividendo de \$2,02487 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$2,48724 por acción; \$0,86011 por acción; y \$0,97184 por acción, pagados a partir del 5 de junio 2024, 5

MEMORIA INTEGRADA 2025

de septiembre 2024 y 4 de diciembre 2024, respectivamente. Todos ellos equivalente al 75% de las utilidades del año lo que representa un monto total de \$36.562.122.735. El saldo pendiente de distribuir asciende a \$2,02487 por acción, equivalente a un monto total de \$11.669.742.320. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 07 de mayo de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.

3. Con fecha 13 de abril de 2025, la Compañía anunció su plan de inversiones para el período 2025-2029, por un monto total aproximado de USD 600 millones. Este contempla iniciativas de crecimiento orgánico, eficiencia y continuidad operacional. Aproximadamente un 60% de la inversión se destinaría a crecimiento orgánico— incluyendo la apertura de 115 nuevas tiendas, 80 en Chile y 35 en Perú, y más de 200 remodelaciones y reconversiones—, entre un 15% y 20% a eficiencia y productividad, mediante herramientas tecnológicas que mejoren los procesos en tiendas, logística y back office, y entre un 20% y 25% a continuidad operacional, incluyendo renovación de equipos en tiendas y centros de distribución. El plan será financiado con recursos propios y no considera aumento de deuda.
4. Con fecha 24 de abril de 2025, mediante hecho esencial, se comunicó que en Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el mismo día, se acordó:
 - a. Aprobar la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2024.
 - b. Aprobar el Informe de los Auditores Externos correspondiente al ejercicio 2024.
 - c. Aprobar la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2025. Se informó además de los gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2024.
 - d. Aprobar las remuneraciones del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2025 junto con informar sobre las actividades y gasto de dicho Comité durante el ejercicio 2024.
 - e. Aprobar el informe sobre las operaciones del título XVI de la Ley 18.046.
 - f. Designar a EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías Limitada (EY) como empresa de auditoría externa para el ejercicio 2025; y a Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada e ICR Compañía Clasificadora de Riesgo Limitada, como clasificadoras de riesgo para el ejercicio 2025.
 - g. Designar al diario La Tercera 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 2024, un dividendo de \$2,02487 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$2,48724 por acción; \$0,86011 por acción; y \$0,97184 por acción, pagados a partir del 5 de junio 2024, 5 de septiembre 2024 y 4 de diciembre 2024, respectivamente. Todos ellos equivalente al 75% de las utilidades del año lo que representa un monto total de \$36.562.122.735. El saldo pendiente de distribuir asciende a \$2,02487 por acción, equivalente a un monto total de \$11.669.742.320, a ser pagado a contar del día 07 de mayo de 2025 a los accionistas inscritos en el

Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.

5. Con fecha 12 de mayo de 2025, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$3.157.372.241, lo que corresponde a un dividendo de \$0,54785 por acción. 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 4 de junio de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
6. Con fecha 30 de mayo de 2025, mediante hecho esencial, se informó que Southern Cross Group vendió su participación de 11,25% en las acciones de SMU S.A. De acuerdo con lo informado por la Bolsa de Comercio de Santiago, la subasta se adjudicó a un precio de CLP 180 por acción, registrando una demanda equivalente a 2,5 veces el número de acciones ofertado, con una relevante participación de inversionistas institucionales nacionales y extranjeros, incluyendo fondos de pensiones y fondos mutuos.

Como resultado de esta operación, la composición accionaria de la Compañía quedó distribuida de la siguiente forma: CorpGroup (accionista controlador) con un 44,8%; fondos de pensiones con un 22,5%; inversionistas extranjeros con un 12,0%; y otros accionistas con un 20,7%. Asimismo, presentó su renuncia el director señor Raúl Sotomayor Valenzuela, quien había sido nominado por Southern Cross Group.

7. Con fecha 12 de junio de 2025, la Compañía informó que concretó la cesión de siete contratos de leasing, junto con la venta de las respectivas opciones de compra asociadas a locales actualmente en operación. En paralelo, la Compañía suscribió con el comprador contratos de arrendamiento de largo plazo que le permitirán continuar operando en dichos establecimientos. Esta operación forma parte de una estrategia de optimización financiera y tendrá un impacto positivo estimado en la utilidad neta del segundo trimestre por aproximadamente CLP 9.500 millones.
8. Con fecha 10 de julio de 2025, SMU informó que ha concretado la cesión de seis contratos de leasing, junto con la venta de las respectivas opciones de compra asociadas a locales actualmente en operación. Adicionalmente, la Compañía suscribió con el comprador contratos de arrendamiento de largo plazo que le permitirán continuar operando en dichos establecimientos. Esta operación, al igual que las similares materializadas durante el primer semestre del año, forma parte de una estrategia de optimización financiera y tendrá un impacto positivo estimado en la utilidad neta del tercer trimestre por aproximadamente CLP 9.000 millones.
9. Con fecha 17 de julio de 2025, mediante hecho esencial, la sociedad informó que se ha concretado el prepago y ejecución de la opción de compra del contrato de leasing que la Compañía mantenía sobre su Centro de Distribución de Lo Aguirre, adquiriendo así la propiedad del mismo. Posteriormente, la Compañía materializó la venta del Centro y, junto con ello, suscribió con el comprador un contrato de arrendamiento de largo plazo que le permitirá seguir operando dichas instalaciones. Esta operación forma parte de una estrategia de optimización financiera y se estima que tendrá un impacto positivo en la utilidad neta del tercer trimestre por aproximadamente CLP 21.000 millones.

MEMORIA INTEGRADA 2025

10. Con fecha 11 de agosto de 2025, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$11.213.988.013, lo que corresponde a un dividendo de \$1,94579 por acción. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del segundo trimestre de 2025. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 4 de septiembre de 2025 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.
11. Con fecha 28 de octubre de 2025, mediante hecho esencial, se comunicó que en sesión ordinaria de Directorio celebrada el 27 de octubre de 2025, y previo pronunciamiento favorable del Comité de Directores, se acordó aprobar una nueva Política de Elección de Directores en Filiales, de conformidad con las disposiciones contenidas en la Norma de Carácter General 533 de la Comisión para el Mercado Financiero, la que quedó a disposición de los accionistas de SMU S.A. y demás interesados en las oficinas de la Sociedad, así como en su página web <https://www.smu.cl/politicas>.
12. Con fecha 10 de noviembre de 2025, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$24.460.024.723, lo que corresponde a un dividendo de \$4,24417 por acción. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del tercer trimestre de 2025. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 2 de diciembre de 2025 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 24 de noviembre de 2025, mediante hecho esencial, se informó que el Directorio acordó citar a Junta Extraordinaria de Accionistas Citar a Junta Extraordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta”) de la Sociedad para el día 18 de diciembre de 2025, a las 11:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, con el objeto de tratar y pronunciarse sobre la materia que a continuación se señala:
 - a. Modificar los estatutos sociales con el objeto de disolver el Comité de Cumplimiento establecido en el artículo vigésimo bis, y entregar las materias que son de conocimiento de este Comité al Comité de auditoría y riesgos de la Compañía.
 - b. Modificar los estatutos sociales para dar cumplimiento al artículo 31 de la ley N° 18.046 de sociedades anónimas, relativa a aumentar la participación de mujeres en los directorios.
14. Con fecha 1 de diciembre de 2025, SMU informó en su página web que, 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 sus operaciones, la Compañía elaboró un plan de optimización de su estructura organizacional. Este plan se implementó durante el mes de noviembre del presente año 2025, y su costo fue de aproximadamente \$3.500 millones, cuya contabilización se verá reflejada en los estados financieros del cuarto trimestre del año 2025. Los ahorros asociados a la reestructuración permitirán recuperar el costo durante los próximos meses, y además generarán ahorros en los períodos futuros. Las iniciativas estratégicas implementadas permiten incrementar la productividad, mitigando el alza de los gastos operacionales.

15. Con fecha 3 de diciembre de 2025, SMU lanzó su plan estratégico para el período 2026-2028, con foco en crecimiento, competitividad y eficiencia y basado en tres ejes: crecimiento con valor para el cliente, activo tecnológico y eficiencia y productividad. El plan contempla inversiones por aproximadamente CLP 370 mil millones en tres años, y sus principales iniciativas incluyen la apertura de 60 tiendas nuevas, el upgrade de 80 tiendas existentes, el desarrollo de marcas propias, la integración digital, la migración a una nueva nube, la expansión de la red logística y un incremento en el uso de energía de fuentes renovables, entre otras.
16. Con fecha 18 de diciembre de 2025, mediante hecho esencial, se informó que, en Junta Extraordinaria de Accionistas, se acordó:
 - a. Modificar los estatutos sociales con el objeto de disolver el Comité de Cumplimiento establecido en el artículo vigésimo bis, y entregar las materias que son de conocimiento de este Comité al Comité de auditoría y riesgos de la Compañía.
 - b. Modificar los estatutos sociales para dar cumplimiento al artículo 31 de la ley N° 18.046 de sociedades anónimas, relativa a aumentar la participación de mujeres en los directorios agregando el artículo trigésimo cuarto bis que establece que, en la citación para renovar el Directorio, se debe pedir a los accionistas una lista de candidatos, procurando que las nominaciones respeten los límites de representación por género establecidos en la Ley N°18.046 y la Ley N°21.757. Los listados deben enviarse al menos dos días antes de la Junta, aunque los accionistas pueden agregar candidatos en la misma sesión de conformidad con lo dispuesto en el artículo 73 del Reglamento de Sociedades Anónimas. Al inicio, el Presidente informará si hay suficientes candidatos de ambos géneros para cumplir las proporciones sugeridas; si no, suspenderá temporalmente la Junta para permitir ajustes y nuevas propuestas dentro del mismo día y lugar

HECHOS POSTERIORES

1. Con fecha 9 de enero de 2026, SMU informó en su página web que, 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 sus operaciones, se elaboró un plan de optimización de su estructura organizacional durante el mes de enero de 2026, el cual se implementó en enero de 2026, con un costo de aproximadamente \$12,5 mil millones, cuya contabilización se verá reflejada en los estados financieros del primer trimestre del año 2026. Los ahorros asociados a la reestructuración permitirán recuperar el costo durante el año, y además generarán ahorros en los períodos futuros. Las iniciativas estratégicas implementadas permiten incrementar la productividad, mitigando el alza de los gastos operacionales.
2. Con fecha 26 de febrero de 2026, mediante hecho esencial, se comunicó:
 - a. En relación al Programa de adquisición de acciones de su propia emisión (en adelante, el “Programa”) aprobado por la Junta Extraordinaria de Accionistas con fecha 21 de abril de 2022, y que se encuentra vigente hasta el 21 de abril

del 2027, con fecha 30 de mayo de 2022, el Directorio autorizó a la Administración para ejecutar el Programa por un periodo de seis meses, de acuerdo a lo informado mediante Hecho Esencial de la misma fecha, con posterioridad el Directorio autorizó la prórroga del Programa por doce meses en tres ocasiones, la primera hasta el 30 de noviembre de 2023, según fuera informado mediante Hecho Esencial de fecha 14 de noviembre de 2022, la segunda, hasta el 30 de noviembre de 2024, según fuera informado mediante hecho esencial de fecha 13 de noviembre de 2023, y la tercera, hasta el 30 de noviembre de 2025, según fuera informado mediante hecho esencial de fecha 25 de noviembre de 2024. En sesión de hoy, el Directorio evaluó y acordó nuevamente autorizar a la Administración para ejecutar el Programa por un período de doce meses a partir de la fecha de hoy, manteniendo las condiciones del Programa informadas en el Hecho Esencial de 30 de mayo de 2022.

- b. Igualmente en sesión de hoy, el Directorio de SMU S.A., ha decidido convocar a Junta Extraordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta Extraordinaria”) de la Sociedad para el día 23 de abril de 2026, a las 12:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, con el objeto de conocer, tratar y pronunciarse sobre un nuevo programa de adquisición de acciones de propia emisión, que de aprobarse por la Junta, pondrá término al actual programa de adquisición de acciones de su propia emisión aprobado por la Junta Extraordinaria de Accionistas con fecha 21 de abril de 2022. Las materias de la Junta Extraordinaria son:
- i. Aprobar un nuevo programa de adquisición de acciones de su propia emisión (el “Nuevo Programa”) conforme a los artículos 27A a 27C de la Ley de Sociedades Anónimas y las demás normas aplicables.
 - ii. Pronunciarse sobre las características particulares del Nuevo Programa, en especial sobre:
 1. el monto o porcentaje máximo a adquirir;
 2. el objetivo y la duración del Nuevo Programa, el que no podrá ser superior a cinco años;
 3. delegar en el Directorio la facultad de fijar el precio a pagar por las acciones respectivas;
 4. 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;
 5. 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
 6. demás condiciones que sean pertinentes.
 - iii. En general, adoptar todos los demás acuerdos necesarios para implementar el Nuevo Programa que se acuerde y las demás resoluciones que al efecto se adopten.



12

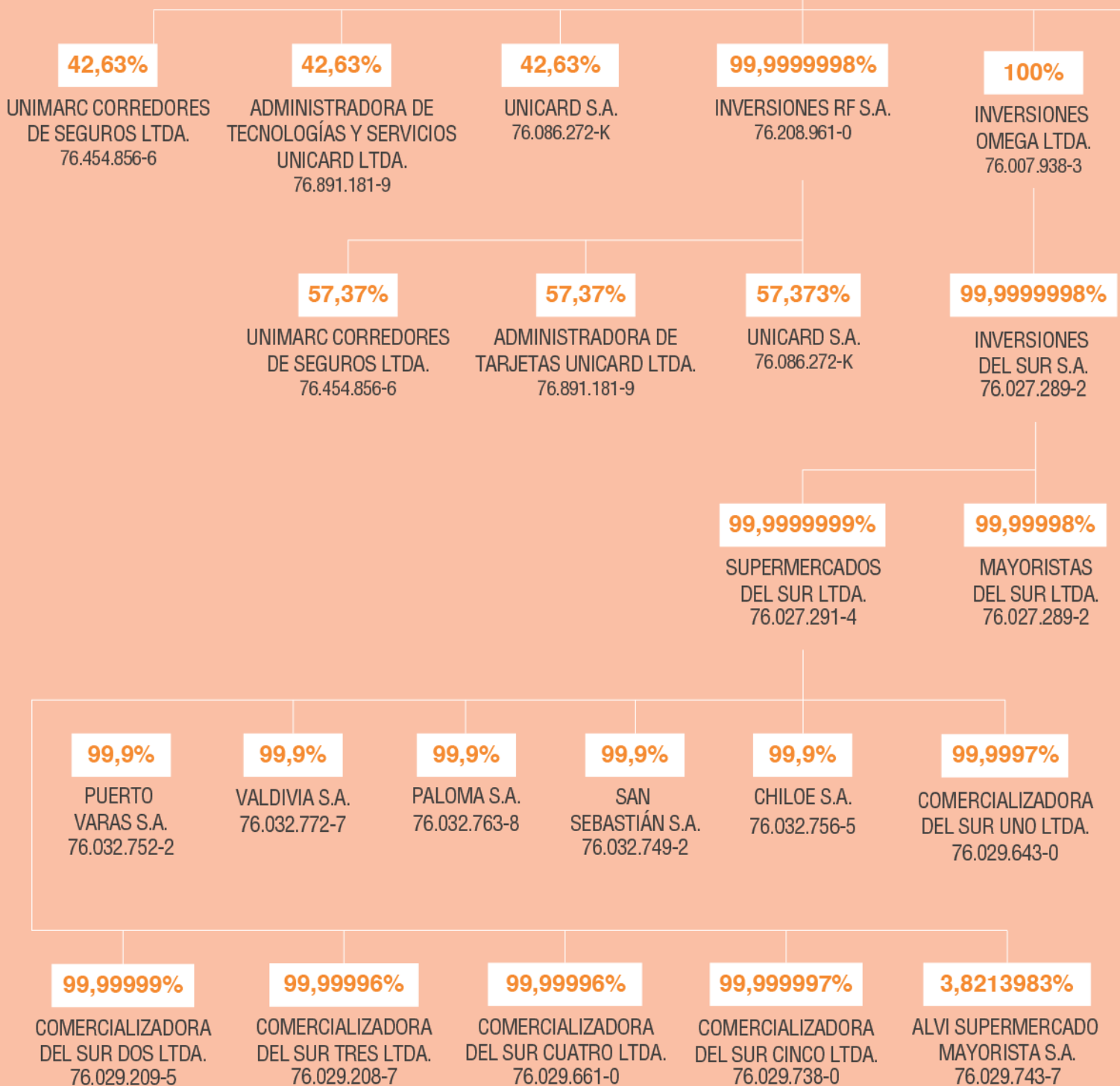


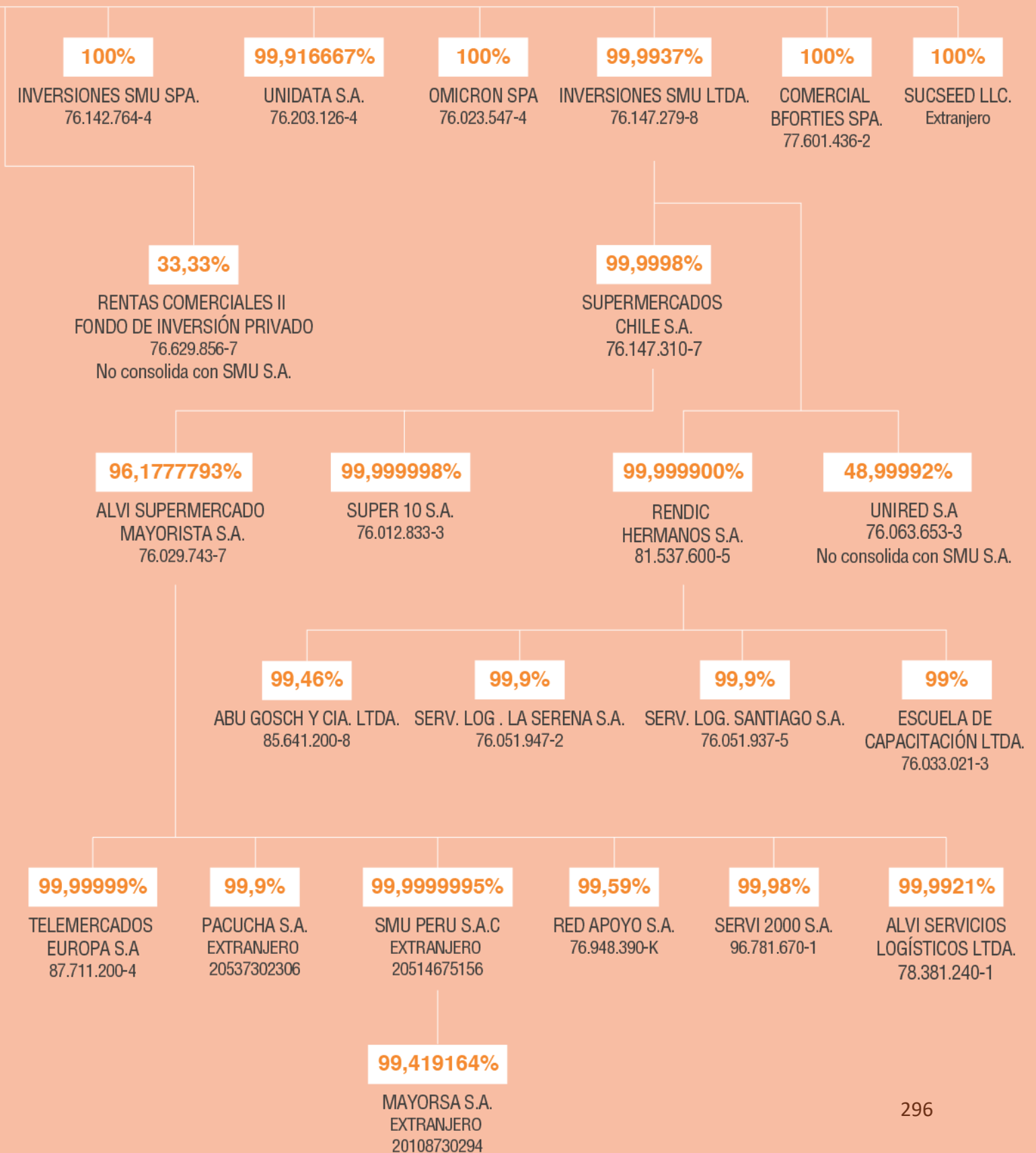
INFORMACIÓN **ADICIONAL**

MALLA SOCIETARIA 2025

SMU S.A.

76.012.676-4





12.1

INFORMACIÓN SOBRE FILIALES Y ASOCIADAS

12.1.1

SUBSIDIARIAS DIRECTAS

Inversiones SMU Limitada	
Razón social	Inversiones SMU Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.147.279-8
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	844.282.006
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	69,9162%
Objeto social	Inversión en distintos instrumentos tales como cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de créditos en general, incluyendo acciones para percibir sus dividendos, en moneda nacional o extranjera, o de bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos; y podrá participar como socio, accionista o comunero en empresas o sociedades de cualquier naturaleza si con ello se consigue aumentar los fondos invertidos, cosa que no será necesario acreditar a terceros; podrá administrar los activos adquirido con sus inversiones y obtener las rentas y frutos provenientes de ellos y, en general, realizar toda clase de negocios rentísticos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 99,9999001% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

Inversiones SMU SpA	
Razón social	Inversiones SMU SpA
Tipo de sociedad	Sociedad por Acciones
R.U.T.	76.142.764-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0001%
Objeto social	Inversión en distintos instrumentos, tales como: cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de créditos en general, incluyendo acciones para percibir sus dividendos, en moneda nacional o extranjera, o de bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos; y podrá participar como socio, accionista o comunero en empresas o sociedades de cualquier naturaleza si con ello se consigue aumentar los fondos invertidos, cosa que no será necesario acreditar a terceros; podrá administrar los activos adquirido con sus inversiones y obtener las rentas y frutos provenientes de ellos y, en general, realizar toda clase de negocios rentísticos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 100% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

OMICRÓN SpA	
Razón social	Omicrón SpA
Tipo de sociedad	Sociedad por Acciones
R.U.T.	76.023.547-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	100
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0000%)
Objeto social	Inversión en toda clase de bienes, sean muebles o inmuebles, corporales o incorporeales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio, y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estos valores y sus frutos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 100% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

INVERSIONES OMEGA LIMITADA	
Razón social	Inversiones Omega Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.007.938-3
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	518.282.583
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	7,0592%
Objeto social	Inversión en toda clase de bienes, sean muebles o inmuebles, corporales o incorporales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio, y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estos valores y sus frutos.
Actividad que desarrolla	Inversiones Inversiones
Administrador	SMU S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Marcelo Gálvez Saldías*
Participación	SMU S.A. 99,99999999% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

UNIDATA S.A.	
Razón social	UNIDATA S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.203.126-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.200
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,8791%)
Objeto social	Fidelización de clientes de empresas nacionales e internacionales, a través de la prestación, suministro y desarrollo de múltiples servicios y la participación de toda clase de negocios en Chile y en el extranjero cuyo objeto se relacione directa o indirectamente con la actividad antes señalada, para lo cual la sociedad podrá concurrir a formar, modificar y tomar parte en toda clase de sociedades o asociaciones con dicho propósito; y así también tendrá como objeto la realización de actividades de consultoría de informática y de gestión de instalaciones informáticas; como también otras actividades y desarrollos de tecnología de la información y de servicios informáticos, además, tendrá como objeto el desarrollo de actividades de publicidad y marketing u otras afines a estos conceptos.
Actividad que desarrolla	Fidelización
Directorio	Arturo Silva Ortiz*, Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa*, Claudia González Montt* y Fernando Faella Lopez*
Gerente general	Luisa Astorino Morales*
Participación	SMU S.A. 99,9166667% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, tecnológico y mercantil.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

INVERSIONES RF S.A.	
Razón social	Inversiones RF S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.208.961-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	43.659.654
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	1,4424%
Objeto social	Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Invertir en distintos instrumentos tales como cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de crédito en general, incluyendo acciones para percibir dividendos en moneda nacional o extranjera, o bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos. Y la participación e inversión en todo tipo de sociedades, sea con fines especulativos o de cualquier otro orden.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Arturo Silva Ortiz*, Marcelo Gálvez Saldías* y Jorge Saez Correa*
Gerente general	Jorge Saez Correa*
Participación	SMU S.A. 99,999999813%. Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIAL BFORTIES S.P.A.	
Razón social	Comercial Bforties SpA
Tipo de sociedad	Sociedad por Acciones
R.U.T.	77.601.436-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	322.165
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0399%)
Objeto social	a) Importación, exportación, comercialización, adquisición, intermediación, compra, venta e inversión en toda clase de bienes muebles de cualquier tipo, y b) asesoría y consultoría, charlas y entrenamientos comerciales relacionados con las actividades y giro de la sociedad, y c) cualquier otra actividad complementaria del giro de la sociedad.
Actividad que desarrolla	Trading
Directorio	Jorge Andrés Saieh Guzmán, Francisca Saieh Guzmán*, Arturo Silva Ortiz*, Gustavo Persson Donoso* y Marcelo Galvez Saldías*
Gerente general	Gustavo Zuñiga Chimenti
Participación	SMU S.A. 100%. Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Trading

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

SUCSEED LLC	
Razón social	SUCSEED LLC
Tipo de sociedad	Sociedad de responsabilidad limitada (limited liability company)
R.U.T.	Employer Identification Number (EIN) 32-0671942
Domicilio	1000 N. West St., Suite 1501, City of Wilmington, New Castle County 19801
Teléfono	-
Capital suscrito y pagado (Miles USD)	\$23
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0160%
Objeto social	Realizar cualquier acto o actividad que pueda ser realizada por sociedades de responsabilidad limitada bajo la normativa de Delaware (Delaware Act) y las actividades complementarias
Actividad que desarrolla	Servicios de sourcing estratégico, desarrollo de marcas y productos con foco en alimentos.
Directorio	-
Gerente general	SUCSEED LLC no cuenta con Gerente General, sino que es administrada por SMU S.A.
Participación	SMU S.A. 100%. Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Trading

12.1.2 SUBSIDIARIAS INDIRECTAS

SUPERMERCADOS CHILE S.A.	
Razón social	Supermercados Chile S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.147.310-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	201.000.619
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	5,8254%
Objeto social	Invertir en distintos instrumentos tales como cuotas de fondos mutuos, depósitos a plazo, créditos, derechos, efectos de comercio y títulos de créditos en general, incluyendo acciones, para percibir sus dividendos, en moneda nacional o extranjera, o bienes raíces o muebles, incluyendo cuotas de ellos; y podrá participar como socio, accionista o comunero en empresas o sociedades de cualquier naturaleza si con ello se consigue aumentar los fondos invertidos, cosa que no será necesario acreditar a terceros; podrá administrar los activos adquiridos con sus inversiones y obtener las rentas y frutos provenientes de ellos y, en general realizar toda clase de negocios rentísticos.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Inversiones SMU Limitada 99,9998306% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

RENDIC HERMANOS S.A.	
Razón social	Rendic Hermanos S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	81.537.600-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	642.085.432
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	66,3160%
Objeto social	La sociedad tendrá por objeto la realización de toda clase de actos de comercio, como la compra y/o permuta de cosas muebles para su posterior venta, permuta o arrendamiento en la misma forma original y/o en otra distinta, la explotación de supermercados, la compra de establecimientos de comercio, el arrendamiento de cosas muebles o inmuebles hecho con ánimo de arrendarlas, en la comisión o mandato comercial; empresas de almacenes, tiendas, bazares y otros establecimientos semejantes, empresa de transporte por tierra, mar y/o aéreo, empresas de construcción de bienes inmuebles por adherencia, como edificios, caminos, instalaciones industriales y otros similares; compra, venta y/o permuta de bienes inmuebles; la realización de actividades de promoción, distribución y comercialización de tarjetas de crédito, programas de concursos, campañas promocionales y en general toda clase de productos o servicios; la realización de actividades de marketing, de reportería y de estudios para proveedores o clientes nacionales o extranjeros, y de todo tipo de operaciones de recaudación, pago, entrega de dinero o transferencias de dinero por sí o por cuenta de terceros; y/o cualquier otro negocio u operación financiera que el Directorio por unanimidad decida ejecutar
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Lionel Gubler Cruz
Participación	Inversiones SMU Limitada 99,99989% - Sin variación durante el año 2025.
Actos o contratos	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, inmobiliario, tecnológicos, y mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

SUPER 10 S.A.	
Razón social	Super 10 S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.012.833-3
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	119.996
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	1,1724%
Objeto social	<p>Uno.- El comercio de toda clase de bienes por cuenta propia o ajena, en especial explotando el ramo de supermercados y farmacias, sea bajo la forma de compraventa, importación, exportación, distribución, comisiones para comprar y vender, y consignación de toda clase de bienes muebles, sea como mayorista o minorista. Dos.- Efectuar inversiones por si o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Tres.- Prestar servicios de gestión, organización y administración de empresas y asesorías en materias financieras, comerciales, económicas, organizacionales, tributarias, legales y de marketing. Cuatro.- La Participación e inversión en todo tipo de sociedades. Cinco.- La realización de actividades de promoción, distribución y comercialización de tarjetas de crédito, programas de concursos, campañas promocionales y en general de toda clase de productos o servicios; y de todo tipo de operaciones de recaudación, pago, entrega de dinero o transferencia de dineros por si o por cuenta de terceros.</p>
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Eduardo García Hidalgo
Participación	Supermercados Chile S.A. 99,999998% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, tecnológicos y mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

ALVI SUPERMERCADO MAYORISTA S.A.	
Razón social	Alvi Supermercado Mayorista S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.029.743-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	69.796.320
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	5,4213%
Objeto social	<p>El objeto de la Sociedad es: a) La explotación, en forma directa o indirecta, de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) La compra, envasado, transformación, producción, venta, comercialización, importación y exportación y la distribución al por mayor o al detalle, por cuenta propia o ajena, de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos, licores y bebidas alcohólicas, materiales de construcción y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) La representación de empresas nacionales o extranjeras y el otorgamiento o la aceptación de concesiones comerciales en los rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; d) La adquisición, enajenación, importación, exportación, comercialización y arrendamiento, con o sin promesa de venta, de equipos, maquinarias y elementos destinados a la instalación, operación y funcionamiento de supermercados, centros comerciales, almacenes, bodegas, hoteles, restaurantes, cocinas industriales, casinos y locales comerciales; e) El abastecimiento a comerciantes mayoristas o minoristas, supermercados, centros comerciales, almacenes, bodegas, hoteles, restaurantes, cocinas industriales, casinos u otros locales comerciales, de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos u otros bienes de consumo; f) La construcción, por cuenta propia o de terceros, de supermercados, centros comerciales, bodegas, edificios de oficinas, estacionamientos o viviendas, sea para renta o para su venta por pisos, locales o departamentos y el loteo y urbanización de inmuebles donde efectúe construcciones; g) La prestación de servicios y asesorías relacionadas con la instalación, operación y funcionamiento de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales y con la administración de créditos otorgados a los clientes; h) La participación en actividades de promoción, distribución y comercialización de tarjetas de crédito, programas de concursos,</p>

	<p>campañas promocionales y en general de toda clase de productos o servicios; y de todo tipo de operaciones de recaudación, pago, entrega de dinero o transferencia de dineros por si o por cuenta de terceros; e i) La adquisición, creación, formación o participación en sociedades de cualquier tipo tanto en Chile como en el extranjero.</p>
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Francisco Gaete Bascuñán
Participación	Durante el año 2025, se produjo la fusión entre las sociedades Alvi Supermercados Mayoristas S.A. y Comercializadora del Sur Seis Limitada (continuadora, cambiando su razón social a Alvi Supermercado Mayorista S.A.), bajando la participación de Supermercados Chile S.A. desde 99,999872% hasta 96,177793%.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración, tecnológicos, y mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

ABU GOSCH Y COMPAÑÍA LIMITADA	
Razón social	Abu Gosch y Compañía Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	85.641.200-8
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	466.150
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,2965%
Objeto social	Fabricación de tejidos de lana y algodón; la fabricación de ropa de trabajo y vestuario en general; importación, exportación, representación, distribución, comercialización, y el comercio en general y cualquier otro negocio que los socios acordaren de común acuerdo, digan relación directa o indirecta con lo señalado, o formar o participar, en sociedades de igual o distinto giro ya sea de carácter civil o comercial.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Rendic Hermanos S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Sáez Correa*
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99,46% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

SERVICIOS LOGÍSTICOS SANTIAGO S.A.	
Razón social	Servicios Logísticos Santiago S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.051.937-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,8043%)
Objeto social	Prestación de toda clase de servicios de bodegaje, custodia, almacenaje, control de inventario y logística en general. Distribución y Transporte de mercaderías por cuenta propia o ajena, prestación de toda clase de servicios de transporte de mercaderías y productos en vehículos propios o ajenos. Comercio de toda clase de bienes por cuenta propia o ajena, en especial explotando el ramo de supermercados y farmacias, sea bajo forma de compraventa, importación, exportación, distribución, comisiones para cobrar y vender y consignación de toda clase de bienes muebles, sea como mayorista o Minorista. Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Prestar servicios de gestión, organización, y administración de empresa y asesorías en materias financieras, comerciales, económicas, organizacionales, tributarias, legales y de marketing. La participación e inversión de todo tipo de sociedades.
Actividad que desarrolla	Logística
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Martin Celedón Yañez
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99,9% - Sin variación durante el año 2025.
Relación con la matriz	Servicios tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

SERVICIOS LOGÍSTICOS LA SERENA S.A.	
Razón social	Servicios Logísticos La Serena S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.051.947-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,1836%)
Objeto social	Prestación de toda clase de servicios de bodegaje, custodia, almacenaje, control de inventario y logística en general. Distribución y Transporte de mercaderías por cuenta propia o ajena, prestación de toda clase de servicios de transporte de mercaderías y productos en vehículos propios o ajenos. Comercio de toda clase de bienes por cuenta propia o ajena, en especial explotando el ramo de supermercados y farmacias, sea bajo forma de compraventa, importación, exportación, distribución, comisiones para cobrar y vender y consignación de toda clase de bienes muebles, sea como mayorista o Minorista. Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos. Prestar servicios de gestión, organización, y administración de empresa y asesorías en materias financieras, comerciales, económicas, organizacionales, tributarias, legales y de marketing. La participación e inversión de todo tipo de sociedades.
Actividad que desarrolla	Logística
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Martin Celedón Yañez
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99,9% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicios de administración y tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

ESCUELA DE CAPACITACIÓN Y OFICIOS SUPERMERCADISTAS LIMITADA	
Razón social	Escuela de Capacitación y Oficios Supermercadistas Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.033.021-3
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,1451%
Objeto social	Prestación de servicios de capacitación de acuerdo a la Ley N° 19.518, que fija el nuevo estatuto de capacitación y empleo, sus modificaciones y alcances, pudiendo prestar servicios de capacitación laboral u ocupacional y desarrollar actividades de capacitación dirigidas a vigilantes privados y guardias de seguridad en, materias inherentes a seguridad privada, a su especialidad y conforme sea autorizada por las autoridades e instituciones correspondientes.
Actividad que desarrolla	Capacitación
Administrador	Rendic Hermanos S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Sáez Correa*
Participación	Rendic Hermanos S.A. 99% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicios de administración

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

ALVI SERVICIOS LOGÍSTICOS LIMITADA	
Razón social	Alvi Servicios Logísticos Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	78.381.240-1
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	4.787.553
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0910%
Objeto social	Prestación de Servicios Logísticos a empresas nacionales y extranjeras, relacionado con el transporte terrestre de carga, en vehículos propios o de terceros, arrendamiento de todo tipo de vehículos motorizados, almacenaje en bodegas propias o ajenas, distribución de mercaderías, comercialización de productos alimenticios al por mayor y/o menor. En general, podrá dedicarse a cualquier otra actividad que socios acordaren estando o no comprendido en el giro social.
Actividad que desarrolla	Logística
Administrador	Alvi Supermercado Mayorista S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Francisco Gaete Bascuñán
Participación	Alvi Supermercado Mayorista S.A. 99,9921%. Producto de la fusión entre las sociedades Alvi Supermercados Mayoristas S.A. y Comercializadora del Sur Seis Limitada (continuadora, cambiando su razón social a Alvi Supermercado Mayorista S.A.), la participación aumentó desde 99,8677% durante 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

SERVI 2000 S.A.	
Razón social	Servi 2000 S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	96.781.670-1
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	262.944
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0007%)
Objeto social	Comprar, vender, arrendar, subarrendar, distribuir, comercializar, importar, exportar, toda clase de equipos y sistemas computacionales. Prestar servicios de mantención, reparación y soportes de equipos y sistemas computacionales. Prestar servicios de asesoría computacional y para la gestión, desarrollo, marcha y administración de empresas y servicios contables y tributarios.
Actividad que desarrolla	Servicios computacionales
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Alvi Supermercado Mayorista S.A. 99,98%. - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

RED APOYO S.A.	
Razón social	Red Apoyo S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.948.390-K
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	3.401.127
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0555%
Objeto social	<p>La operación como central de compras, comisionista e intermediador de toda clase de bienes y servicios; La compra y venta de todo tipo de mercadería; La distribución y logística de productos de consumo masivo y de equipamiento; El otorgamiento de créditos y servicios de asesoramiento financiero; La intermediación de servicios financieros, seguros y otros relacionados; El arriendo y subarriendo de equipos para negocios; La producción de eventos; La prestación de todo tipo de asesorías; La capacitación en el ámbito de los recursos humanos; La representación de marcas; y, La realización de inversiones en toda clase de bienes, sean muebles o inmuebles, corporales o incorporales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estas inversiones y sus frutos; la autorización y registro de las transacciones que efectúen los titulares o usuarios de tarjetas de provisiones de fondo (prepago), crédito y/o débito, tarjetas de alimentación, cupones o tickets, otros similares y cualquier medio que se desarrolle en el futuro, en adelante denominados en conjunto e indistintamente "los medios de pago"; las gestiones de afiliación de entidades al sistema, sin que las mismas comprendan la provisión de servicios normados como parte de la operación de los medios de pago, la provisión de terminales de punto de venta o de canales o aplicaciones de carácter electrónico o informático que permitan la autorización, captura, agregación y comunicación de operaciones de pago para que posteriormente sean procesadas por un operador de medios de pago para fines de su liquidación y/o pago; Otras actividades relacionadas con la operación de medios de pago, incluyendo la liquidación y/o pago de las sumas que correspondan a las entidades afiliadas conforme a la normativa vigente; y En general todo tipo de operaciones de recaudación, pago o transferencia de dinero a nombre de terceros; y la realización de actividades de promoción, distribución y comercialización de tarjetas de crédito, programas de concursos, campañas promocionales y en general de toda clase de productos o servicios; y de todo tipo de operaciones de recaudación, pago, entrega de dinero o transferencia de dineros por sí o por cuenta de terceros.</p>
Actividad que desarrolla	Administradora de servicios financieros para la red de almacenes de ALVI.
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

Participación	Alvi Supermercado Mayorista S.A. 99,59%. Producto de la fusión entre las sociedades Alvi Supermercados Mayoristas S.A. y Comercializadora del Sur Seis Limitada (continuadora, cambiando su razón social a Alvi Supermercado Mayorista S.A.), la participación aumentó desde 99% durante 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

TELEMERCADOS EUROPA S.A.

Razón social	Telemercados Europa S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	87.711.200-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	7.428.792
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0703%
Objeto social	Comercializar, comprar y vender, distribuir, representar importar y exportar toda clase de artículos para el hogar u otros, tales como abarrotos, ropa, artículos para deportes o recreación, muebles, productos de aseo del hogar o personal, de perfumería, línea blanca, vender y distribuir cigarros y tabaco al por mayor y por menor, distribución y comercialización de licores y bebidas alcohólicas, al por mayor y/o menor, u otros de similar naturaleza. Podrá participar en otras sociedades cuyo objeto se relacione con lo expuesto.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Javier Fernández Fernández*
Participación	Alvi Supermercado Mayorista S.A. 99,99999%. Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

INVERSIONES DEL SUR S.A.	
Razón social	Inversiones del Sur S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.027.259-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	515.807.199
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	17,1579%
Objeto social	El objeto de la sociedad es: i) La realización de inversiones en toda clase de bienes, sean muebles e inmuebles, corporales o incorporeales, incluyendo la adquisición de acciones, derechos en sociedades de personas, debentures, bonos, efectos de comercio y toda clase de valores mobiliarios e instrumentos de inversión y la administración de estas inversiones y sus frutos; ii) La prestación de servicios en materias económicas, financieras, de organización y/o administración de empresas, de análisis, de negociación y estructuración de financiamiento, de administración integral de tesorería y ejecución presupuestaria, la realización de todo tipo de mandatos mercantiles y en general la prestación de todo tipo de servicios en áreas de actividades relacionadas con el desarrollo y administración de negocios; y iii) El comercio de toda clase de bienes por cuenta propia o ajena, en especial explotando el ramo de supermercados y farmacias, sea bajo la forma de compraventa, importación, exportación, distribución, comisiones para comprar y vender, y consignación de toda clase de bienes muebles, sea como mayorista o minorista.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Inversiones Omega Limitada 99,999999%. - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

SUPERMERCADOS DEL SUR LIMITADA	
Razón social	Supermercados del Sur Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.027.291-4
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	312.456.166
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	7,4290%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Inversiones del Sur S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Inversiones del Sur S.A. 99,999999% - Sin variación durante el año 2025.
Relación comercial con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

MAYORISTAS DEL SUR LIMITADA	
Razón social	Mayoristas del Sur Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.027.289-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	2.657.387
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0283%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Inversiones del Sur S.A., a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Inversiones del Sur S.A. 99,99998% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

VALDIVIA S.A.	
Razón social	Valdivia S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.772-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	31.452
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0001%
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporeales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

PALOMA S.A.	
Razón social	Paloma S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.763-8
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	85.969
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0001%
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporeales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

SAN SEBASTIÁN S.A.	
Razón social	San Sebastián S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.749-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	82.284
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0001%
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporeales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

CHILOÉ S.A.	
Razón social	Chiloé S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.756-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	39.742
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0001%
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporeales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

PUERTO VARAS S.A.	
Razón social	Puerto Varas S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
R.U.T.	76.032.752-2
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	12.704
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0001%
Objeto social	La realización de todo tipo de inversiones en bienes corporales e incorporeales, muebles e inmuebles, explotarlos o comercializarlos en cualquier forma, por cuenta propia o ajena, administrarlos, percibir sus frutos y reinvertirlos sin restricción de ninguna especie; como también la realización de todos los actos y contratos necesarios y conducentes para el objeto antes señalado.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Marcelo Gálvez Saldías*, Jorge Saez Correa * y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9%. - Sin variación durante el año 2025.
Actos o contratos	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

COMERCIALIZADORA DEL SUR UNO LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Uno Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.0299.643-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	10.417.909
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0842%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,9997% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIALIZADORA DEL SUR DOS LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Dos Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.209-5
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	3.917.266
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0265%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,99999% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz.

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

COMERCIALIZADORA DEL SUR TRES LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Tres Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.208-7
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	700.858
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0294%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,99996% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

COMERCIALIZADORA DEL SUR CUATRO LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Cuatro Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.661-9
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.256.832
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0324%
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,99996% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

COMERCIALIZADORA DEL SUR CINCO LIMITADA	
Razón social	Comercializadora del Sur Cinco Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.029.738-0
Domicilio	Cerro El Plomo N° 5680, piso 10, Las Condes, Santiago
Teléfono	22 818 8000
Capital suscrito y pagado (M\$)	1.426.231
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,1768%)
Objeto social	a) Explotación directa o indirecta de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales destinados al comercio mayorista o minorista; b) Compra, envasado, transformación, producción, venta importación y exportación y distribución al por mayor o al detalle de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo que digan relación con la explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales; c) Representación de empresas nacionales o extranjeras, y otorgamiento o aceptación de concesiones comerciales en rubros de explotación de supermercados, centros comerciales, restaurantes, cocinas industriales y locales comerciales.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Administrador	Supermercados del Sur Limitada, a través de sus apoderados
Gerente general	Jorge Saez Correa *
Participación	Supermercados del Sur Ltda. 99,999997% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio mercantil

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

UNICARD S.A.	
Razón social	Unicard S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima Especial
R.U.T.	76.086.272-K
Domicilio	Cerro El Plomo 5680, piso 9, Las Condes, Santiago
Teléfono	No tiene
Capital suscrito y pagado (M\$)	79.600.000
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,3268%
Objeto social	El objeto social exclusivo de la Sociedad será la emisión de tarjetas de crédito y la realización de todas las actividades complementarias que autorice la Superintendencia de Banco e Instituciones Financieras o la institución o servicio público que la reemplace o suceda.
Actividad que desarrolla	Emisión tarjeta crédito Unipay (ex tarjeta Unimarc)
Directorio	Andrés Olivos Bambach, Horacio Salamanca Uboldi, Marcelo Galvez Saldías*, Arturo Silva Ortiz* y Andrés Winter Salgado
Gerente general	Inguer Pérez-Borroto*
Participación	SMU S.A. 42,63% directamente; Inversiones RF 57,373% indirectamente. Sin cambios durante 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio administración, inmobiliario, y tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

ADMINISTRADORA DE TECNOLOGÍAS Y SERVICIOS UNICARD LTDA.	
Razón social	Administradora de Tecnologías y Servicios Unicard Ltda.
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.891.181-9
Domicilio	Cerro El Plomo 5680, piso 9, Las Condes, Santiago
Teléfono	No tiene
Capital autorizado y pagado (M\$)	15.231.314
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,2651%
Objeto social	Efectuar por cuenta propia o de terceros, y pudiendo actuar a nombre propio, las siguientes actividades, actos jurídicos y operaciones vinculadas a la prestación de los siguientes servicios: la prestación a personas naturales o jurídicas, de todo tipo de servicios, materiales y/o inmateriales, y en especial, la prestación de servicios computacionales, operacionales, administrativos y de soporte a los negocios, así como cualesquiera otros destinados a ayudar a dichas personas en la puesta en marcha y/o administración y/o mantención de sistemas de financiamiento para la adquisición de todo tipo de bienes; el análisis y evaluación de riesgo; la obtención de créditos a corto y/o largo plazo; la evaluación, organización, estructuración, intermediación, agenciamiento y ejecución, por cuenta propia o ajena, de la comercialización de toda clase de instalaciones, mantención, asesorías y/o servicio de seguridad, reparaciones, vehículos de reemplazo, asistencia en ruta, grúas, y asistencias de cualquier naturaleza tales como viajes, robos, u otras, para personas y su hogar, y la ejecución de todas las operaciones, actos jurídicos e implementación de negocios conforme al giro social y en general la prestación de todo tipo de servicios, incluyendo el diseño y estructuración de éstos, junto a la celebración de todos los actos y contratos necesarios o conducentes a la realización del objeto social, o que se relacionen directa o indirectamente con el objeto social.
Actividad que desarrolla	Prestación de servicios
Gerente general	Raúl Leal Rozas
Participación	SMU 42,63% directamente; Inversiones RF 57,37% indirectamente. Sin cambios durante 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio administración

UNIMARC CORREDORES DE SEGUROS LIMITADA	
Razón social	Unimarc Corredores De Seguros Limitada
Tipo de sociedad	Sociedad de Responsabilidad Limitada
R.U.T.	76.454.856-6
Domicilio	Cerro El Plomo 5680, piso 9, Las Condes, Santiago
Teléfono	No tiene
Capital autorizado y pagado (M\$)	2.027.500
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,0393%
Objeto social	a) Actuar como corredor o intermediario en la contratación de toda clase de seguros de daños o de personas, excepto los seguros previsionales, con cualquier entidad aseguradora autorizada para operar en Chile, de conformidad con lo establecido en el artículo 57, del DFL 251, de 1931 b) Ofrecer, comercializar y/o producir todo tipo de servicios complementarios o conexos con el negocio asegurador, tales como servicios de asistencia, inspecciones, asesorías técnicas, etc. la sociedad no podrá dedicarse al giro de liquidador de siniestros ni a ningún otro giro prohibido por ley o restringido a sociedades anónimas especiales. En el desarrollo de su giro la sociedad podrá efectuar todo tipo de asesorías y prestaciones de servicios relacionados condichos objetos, en la forma más amplia que actualmente o en el futuro lo permita la legislación.
Actividad que desarrolla	Corredores de seguros
Representante legal	Raúl Leal Rozas
Participación	SMU 42,63% directamente; Inversiones RF 57,37% indirectamente. Sin cambios durante 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio administración, inmobiliario

MEMORIA INTEGRADA 2025

SMU PERÚ S.A.C.	
Razón social	SMU Perú S.A.C.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima Cerrada
RUC	20514675156
Domicilio	Avenida El Polo 670 interior 801, Centro Empresarial El Polo II, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, Perú.
Teléfono	+51-1-7006700
Capital suscrito y pagado (MPEN)	289.621
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	1,6477%
Objeto social	Adquirir y ser tenedora de acciones de MAYORSA S.A. Para realizar su objeto y practicar las actividades vinculadas a él, la Sociedad podrá realizar y celebrar actos, acuerdos, convenios y/o contratos relacionados con las acciones de su propiedad en MAYORSA S.A.
Actividad que desarrolla	Inversiones
Directorio	Pilar Dañobeitia Estades*, Marcelo Gálvez Saldías*, Arturo Silva Ortiz*, Gustavo Persson Donoso*, Claudia González Montt*, Carolina Andrea Selume Aguirre* y Paula Coronel Kurte*
Gerente general	Patricio Llosa Bellido*
Participación	Alvi Supermercado Mayorista S.A. 99,999999% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MAYORSA S.A.	
Razón social	Mayorsa S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
RUC	20108730294
Domicilio	Avenida El Polo 670 interior 801, Centro Empresarial El Polo II, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, Perú.
Teléfono	+51-1-7006700
Capital suscrito y pagado (MPEN)	203.438
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	1,3842%
Objeto social	Dedicarse a la industria, producción, manufacturación, distribución, compra venta de abarrotes, productos afines y dedicados al quehacer diario, importación y exportación de todo tipo de bienes y productos, artesanías, textiles, productos agrícolas, servicio en general, actividades conexas.
Actividad que desarrolla	Supermercadista
Directorio	Pilar Dañobeitia Estados*, Marcelo Gálvez Saldias*, Arturo Silva Ortiz*, Gustavo Persson Donoso*, Claudia González Montt*, Carolina Andrea Selume Aguirre* y Paula Coronel Kurte*
Gerente general	Patricio Llosa Bellido*
Participación	SMU Perú S.A.C. 99,999999%. Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicios tecnológicos

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

MEMORIA INTEGRADA 2025

INVERSIONES PACUCHA S.A.	
Razón social	Inversiones Pacucha S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima
RUC	20537302306
Domicilio	Avenida El Polo 670 interior 801, Centro Empresarial El Polo II, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, Perú.
Teléfono	+51-1-7006700
Capital suscrito y pagado (MPEN)	1
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	(0,0182%)
Objeto social	Otras actividades empresariales NCP.
Actividad que desarrolla	Otras actividades empresariales NCP.
Directorio	No tiene
Gerente general	Patricio Llosa Bellido*
Participación	Alvi Supermercado Mayorista S.A. 99,9% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	No existen actos y contratos que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

12.1.3 ASOCIADAS

UNIRED S.A.	
Razón social	Unired S.A.
Tipo de sociedad	Sociedad Anónima Cerrada
R.U.T.	76.063.653-3
Domicilio	Cerro el plomo 5680, piso 9, comuna de Las Condes.
Teléfono	No tiene
Capital suscrito y pagado (M\$)	5.986.838
Porcentaje que representa la inversión sobre el total de activos individuales de la matriz	0,3268%
Objeto social	Efectuar, por cuenta de bancos u otras empresas y pudiendo actuar a nombre propio, las siguientes actividades, actos jurídicos y operaciones vinculadas con la prestación de los siguientes servicios: Uno.- Recaudación y/o pagos de cuentas de agua, gas, electricidad, teléfono, televisión, autopistas, impuestos, otros servicios básicos, prestaciones previsionales, de seguros y mutuales; de prestaciones de salud; de créditos otorgados a personas naturales o jurídicas, tales como créditos de consumo, créditos automotriz, hipotecario, tarjeta y línea de crédito, leasing, entre otros; de cuotas de colegios, universidades, institutos, jardines, preuniversitarios y a cualquier otro establecimiento de carácter educativo; de cuotas, derechos, patentes, permisos, tasas, intereses, multas, partes, y otros similares correspondientes a instituciones privadas o públicas, a comunidades, condominios, institutos públicos y privados, de los pagos que les efectúen sus propios clientes o usuarios; de recargas telefónicas, de transporte, tarjetas de prepago, billetera electrónica y otras similares; y en general, todo tipo de operaciones de recaudación, de pagos de dinero o transferencia de dinero. Dos. - Pagos de remuneraciones, beneficios, premios, canjes, bonos y otros similares de instituciones privadas o públicas. Tres. - realizar depósitos y giros en cuenta corriente, de ahorro, vista, tarjeta de crédito, línea de crédito. Cuatro. - Efectuar inversiones por sí o por cuenta de terceros en bienes corporales e incorporeales muebles e inmuebles, administrar esas inversiones y percibir sus frutos; Cinco. - La participación e inversión en todo tipo de sociedades; Seis. - Servicios de difusión, promoción, marketing y arriendo de espacios a personas, naturales o jurídicas, de y/o para los productos o servicios comercializados por estas últimas; Siete. - Comercialización y venta de productos propios o de terceros. Ocho. - Desarrollar, gestionar y administrar portales y/o soluciones digitales propios o de terceros.
Actividad que desarrolla	Recaudaciones
Directorio	Andrés Winter Salgado, Horacio Salamanca Uboldi, Luisa Astorino Morales*, Cecilia Vergara Fisher y Arturo Silva Ortiz*
Gerente general	Marcela Sáez Villouta
Participación	Inversiones SMU Limitada 48,99992% - Sin variación durante el año 2025.
Relación contractual con la matriz	Servicio de administración e inmobiliario

*Desempeña cargos de director, gerente general o ejecutivo principal de SMU S.A.

12.1.4
INVERSIÓN EN OTRAS SOCIEDADES

RENTAS COMERCIALES II FONDO DE INVERSIÓN PRIVADO	
Razón social	Rentas Comerciales II Fondo de Inversión Privado
Tipo de entidad	Fondo de Inversión Privado
R.U.T.	76.629.856-7
Domicilio	Juan de Valiente N°3669, Vitacura, Santiago
Porcentaje del activo de la sociedad que representan estas inversiones	1,0076%
Actividad que desarrolla	Inversión en activos inmobiliarios y/o relacionados, conforme a su reglamento interno.
Participación	SMU S.A. 33,33%.

12.2

CERTIFICACIONES INDEPENDIENTES

A continuación se incluye copia de las siguientes certificaciones independientes:

- Informe de Aseguramiento sobre Contenidos ASG
- Certificación Indicadores de Seguridad Laboral
- Certificación ISO 50.001



Shape the future
with confidence

EY Chile
Gertrudis Echenique 152,
Piso 9, Las Condes,
Santiago

Tel: +56 (2) 2676 1000
www.eychile.cl

Informe de Aseguramiento del Profesional Independiente

Señores
Consejo de Administración
SMU S.A. y filiales

Alcance

Hemos sido contratados por SMU S.A. y filiales ("SMU" o la "Compañía") para realizar un encargo de aseguramiento limitado, según lo definido por las Normas Internacionales sobre Encargos de Aseguramiento, en adelante, el encargo, para reportar sobre los indicadores de desempeño seleccionados por SMU (el "Asunto Objeto") contenidos en su Memoria Integrada 2025 y mencionados en el Anexo 1, correspondientes al periodo entre el 1 de enero 2025 y 31 de diciembre de 2025 (el "Reporte").

Aparte de lo descrito en el párrafo anterior, que establece el alcance de nuestro encargo, no realizamos procedimientos de aseguramiento sobre el resto de la información incluida en el Reporte, y, por lo tanto, no expresamos una conclusión sobre esa información.

Criterios aplicados por SMU S.A. y filiales

En la preparación de indicadores de desempeño seleccionados, SMU aplicó indicadores definidos por los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI por sus siglas en inglés) y Norma de Carácter General (NCG por sus siglas en español). En adelante y de forma colectiva, "los Criterios".

Responsabilidades de SMU S.A. y filiales

La administración de SMU es responsable de seleccionar los Criterios, y de presentar los indicadores de desempeño seleccionados de acuerdo con esos Criterios, en todos los aspectos materiales. Esta responsabilidad incluye el establecimiento y mantención de controles internos, la mantención de registros adecuados y la realización de estimaciones que sean pertinentes para la preparación del asunto objeto, de modo que esté libre de incorrecciones materiales, ya sea debido a fraude o error.

Indicador / Contenido	Nombre del indicador	Alcance del cumplimiento del contenido
GRI 302-1	Consumo de energía dentro de la Organización	a, b, c. i, c. ii, c.iii, c. iv, d. i, d. ii, d. iii, d. iv, e, f, g
GRI 303-5	Consumo de agua	a, b, c, d
GRI 306-3	Residuos generados	a, b
GRI 403-9	Lesiones por accidente laboral	a. i, a. ii, a.iii, a. iv, a. v, b. i, b. ii, b.iii, b.iv,b. v, c. i, c.ii, c.iii, d, e, f, g
NCG 461 5.4.2	Brecha Salarial	Media y Mediana salariales



Shape the future
with confidence

Responsabilidades de EY

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión respecto de la presentación del Asunto Objeto en base a la evidencia que hemos obtenido.

Realizamos nuestro encargo de acuerdo con las *Normas Internacionales de Encargos de Aseguramiento Distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica* ('ISAE 3000 (Revisada)') y los términos de referencia para este encargo según lo acordado con SMU en nuestra carta compromiso fechada el 02 de marzo de 2026 y el adendum de esta con fecha 25 de marzo de 2026. Esas normas requieren que planifiquemos y realicemos nuestro encargo para expresar una conclusión sobre si tenemos conocimiento de cualquier modificación material que necesita ser realizada al Asunto Objeto para que esté de acuerdo con los Criterios, y para emitir un informe. La naturaleza, la oportunidad y el alcance de los procedimientos seleccionados dependen de nuestro juicio, incluyendo una evaluación del riesgo de incorrecciones materiales, sean debido a fraude o error.

Consideramos que la evidencia obtenida es suficiente y apropiada para proveer una base para nuestras conclusiones de aseguramiento limitado.

Nuestra independencia y gestión de calidad

Hemos mantenido nuestra independencia y confirmamos que hemos cumplido con los requisitos del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitidos por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores, y tenemos las competencias y la experiencia requerida para realizar este encargo de aseguramiento.

EY también aplica Norma Internacional de Gestión de Calidad 1, *Gestión de Calidad para Firms que Realizan Auditorías o Revisiones de Estados Financieros u Otros Encargos de Aseguramiento o de Servicios Relacionados*, lo que requiere que diseñemos, implementemos y operemos un sistema de gestión de calidad incluyendo políticas o procedimientos respecto del cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

Descripción de los procedimientos realizados

Los procedimientos realizados en un encargo de aseguramiento limitado varían en su naturaleza y oportunidad y son de menor alcance que para un encargo de aseguramiento razonable. Consecuentemente, el nivel de aseguramiento obtenido en un encargo de aseguramiento limitado es sustancialmente menor que el aseguramiento que hubiese sido logrado si se hubiese realizado un encargo de aseguramiento razonable. Nuestros procedimientos fueron diseñados para obtener un nivel limitado de aseguramiento en el cual basar nuestra conclusión y no proveen toda la evidencia que sería necesaria para proporcionar un nivel de aseguramiento razonable.

Aun cuando consideramos la efectividad de los controles internos de la administración al determinar la naturaleza y alcance de nuestros procedimientos, nuestro encargo de aseguramiento no fue diseñado para proporcionar aseguramiento sobre los controles internos. Nuestros procedimientos no



Shape the future
with confidence

incluyeron pruebas de controles o la realización de procedimientos relacionados con revisar la agregación o cálculo de datos dentro de los sistemas de TI.

Un encargo de aseguramiento limitado consiste en realizar indagaciones, principalmente a las personas responsables por la preparación del Asunto Objeto y la información relacionada, y aplicar procedimientos analíticos y otros procedimientos apropiados.

Nuestros procedimientos incluyeron:

1. Realizar entrevistas con el personal de la Compañía para comprender el negocio y el proceso de presentación del Reporte.
2. Realizar entrevistas con los responsables del Reporte para comprender el proceso para recopilar, cotejar y reportar la información del Asunto Objeto.
3. Revisar que los criterios de cálculo se han aplicado correctamente de acuerdo con las metodologías descritas en los Criterios.
4. Realizar procedimientos de revisión analítica para obtener evidencia sobre la razonabilidad de los datos.
5. Identificar y probar los supuestos que respaldan los cálculos.
6. Probar, con base en muestreo, la información fuente para corroborar la exactitud de los datos.

También realizamos otros procedimientos que consideramos necesarios dadas las circunstancias.

Conclusión

Sobre la base de nuestros procedimientos y la evidencia obtenida, no tenemos conocimiento de ninguna modificación material que se le debería realizar a los indicadores de desempeño seleccionados por SMU (el "Asunto Objeto") contenidos en su "Memoria Integrada 2025" y mencionados en el Anexo 1, correspondientes al período entre el 1 de enero 2025 y 31 de diciembre de 2025, para que estén de acuerdo con los Criterios.

Cristopher Reveco V.
EY Audit Ltda.

31 de marzo 2026
Santiago, Chile



Shape the future
with confidence

ANEXO 1

Asunto Objeto

La información de sostenibilidad identificada (el "Asunto Objeto") en el alcance de este Informe e incluida en el Reporte emitido por SMU S.A. y filiales en su página web se presenta en las siguientes tablas. Los datos se presentan basándose en el Global Reporting Initiative y la Norma de Carácter General 461 emitida por la CMF (los "Criterios"), en todos sus aspectos materiales.

Asunto Indicador	Indicador	Valor asegurado
GRI 302-1	<p>Consumo de energía dentro de la Organización</p> <p>a. El consumo total de combustibles procedentes de fuentes no renovables dentro de la organización, en julios o múltiplos, incluidos los tipos de combustible utilizados.</p> <p>b. El consumo total de combustibles procedentes de fuentes renovables dentro de la organización, en julios o múltiplos, incluidos los tipos de combustible utilizados.</p> <p>c. En julios, vatios-hora o múltiplos, el total de:</p> <p>i. consumo de electricidad</p> <p>ii. consumo de calefacción</p> <p>iii. consumo de refrigeración</p> <p>iv. consumo de vapor</p> <p>d. En julios, vatios-hora o múltiplos, el total de:</p> <p>i. la electricidad vendida</p> <p>ii. la calefacción vendida</p> <p>iii. la refrigeración vendida</p> <p>iv. el vapor vendido</p> <p>e. El consumo total de energía dentro de la organización, en julios o múltiplos.</p>	<p>a. Consumo total de combustibles procedentes de fuentes no renovables dentro de la organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gas: 29.837 MWh • Electricidad: 207.692 MWh <p>b. Consumo total de combustibles procedentes de fuentes renovables dentro de la organización: 50.643 MWh</p> <p>c. Consumo total de:</p> <p>i. Electricidad: 258.478 MWh</p> <p>ii. Calefacción: 0 MWh</p> <p>iii. Refrigeración: 0 MWh</p> <p>iv. Vapor: 0 MWh</p> <p>d. Combustible vendido:</p> <p>i. Electricidad vendida: 0 MWh</p> <p>ii. Calefacción vendida: 0 MWh</p> <p>iii. Refrigeración vendida: 0 MWh</p> <p>iv. Vapor vendido: 0 MWh</p> <p>e. Consumo total de energía dentro de la organización: 288.315 MWh</p>



Shape the future
with confidence

Asunto Indicador	Indicador	Valor asegurado
	<ul style="list-style-type: none"> f. Los Estándares, metodologías, suposiciones y herramientas de cálculo utilizados. g. La fuente de los factores de conversión. 	<ul style="list-style-type: none"> f. Los datos de consumo de energía se obtienen a partir de las facturas emitidas por las empresas proveedoras de electricidad y gas. En aquellos casos en que no se dispone de la información, se utilizan locales comparables o "locales espejo" para estimar los consumos y costos asociados. Para los casos en que las facturas informan consumos en unidades distintas a MWh, se utilizan factores de conversión de acuerdo con el Sistema Internacional de Unidades y el Handbook 44 del National Institute of Standards and Technology. g. NIST Handbook 44
<p>GRI 303-5</p>	<p>Consumo de agua</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Consumo total de agua (en megalitros) de todas las zonas. b. Consumo total de agua (en megalitros) de todas las zonas con estrés hídrico. c. Cambio en el almacenamiento de agua (en megalitros), siempre que se haya identificado que el almacenamiento de agua genera un impacto significativo relacionado con el agua. d. Cualquier información contextual necesaria para comprender cómo se han recopilado los datos (como estándares, metodologías y supuestos utilizados), así como si la información se calcula, se estima, se obtiene a partir de un modelo o procede de mediciones directas, y el método empleado para ello, tal como el uso de factores específicos para el sector. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Consumo total de agua de todas las zonas: 1300 ML b. Consumo total de agua de todas las zonas con estrés hídrico: 128 ML c. Cambio en el almacenamiento de agua: 0ML d. SMU utiliza una plataforma para registrar el consumo mensual de agua de todos los supermercados y centros de distribución. Esta información permite identificar las instalaciones con mayor y menor consumo de agua para evaluar iniciativas de eficiencia hídrica.



Shape the future
with confidence

Asunto Indicador	Indicador	Valor asegurado
GRI 306-3	<p>Residuos generados</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Peso total de los <u>residuos</u> generados en toneladas métricas y desglose de este total en función de la composición de los residuos. b. Información contextual necesaria para entender los datos y la manera en que se recopilaron. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Peso total de los residuos generados (Página 251) <ul style="list-style-type: none"> • Total residuos generados: 77.528,8 Toneladas b. SMU cuenta con procedimientos estandarizados de recolección y tratamiento, cumpliendo con las normativas legales vigentes y promoviendo un enfoque de mejora continua, orientado a minimizar los impactos ambientales asociados a su actividad. Producto de la operación de las actividades de la Compañía durante el año 2025, se generaron un total de 77.528.8 toneladas de residuos.
GRI 403-9	<p>Lesiones por accidente laboral</p> <p>La organización informante debe presentar la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Para todos los empleados: <ul style="list-style-type: none"> i. La cantidad y la tasa de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral; ii. La cantidad y la tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos); iii. La cantidad y la tasa de lesiones por accidente laboral registrables; iv. Los principales tipos de lesiones por accidente laboral; v. La cantidad de horas trabajadas. b. Para todos los trabajadores que no sean empleados, pero cuyos trabajos o lugares de trabajo estén controlados por la organización: <ul style="list-style-type: none"> i. La cantidad y la tasa de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral; 	<ul style="list-style-type: none"> a. Para todos los empleados: <ul style="list-style-type: none"> i. Fallecimientos <ul style="list-style-type: none"> • Total: 0 ii. Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos): 0 iii. Lesiones por accidente laboral registrables <ul style="list-style-type: none"> • Tasa: 3 • Cantidad 690 iv. En Chile, los principales tipos de lesiones por accidente laboral que ocurren dentro de la empresa incluyen: cortes, caídas, golpes, dolencias musculares, mientras que, en Perú, son: corte y caída. v. Cantidad de horas trabajadas empleados: 32.432.453 HH.



Shape the future
with confidence

Asunto Indicador	Indicador	Valor asegurado
	<ul style="list-style-type: none"> ii. La cantidad y la tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos); iii. La cantidad y la tasa de lesiones por accidente laboral registrables; iv. Los principales tipos de lesiones por accidente laboral; v. La cantidad de horas trabajadas <p>c. Los peligros laborales que presentan un riesgo de lesión con grandes consecuencias, incluido:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. de qué modo se han determinado estos peligros; ii. cuáles de estos peligros han ocasionado o contribuido a ocasionar lesiones con grandes consecuencias durante el periodo objeto del informe; iii. las medidas tomadas o proyectadas para eliminar estos peligros y minimizar riesgos mediante la jerarquía de control. <p>d. Las medidas tomadas o proyectadas para eliminar otros peligros laborales y minimizar riesgos mediante la jerarquía de control.</p> <p>e. Si las tasas se han calculado por cada 200 000 o por cada 1 000 000 horas trabajadas.</p> <p>f. Si hay trabajadores excluidos de este contenido, incluidos los tipos de trabajadores y el motivo para la exclusión.</p> <p>g. Cualquier tipo de información contextual necesaria para comprender cómo se han recopilado los datos, como estándares, metodologías o supuestos usados.</p>	<p>b. Para todos los trabajadores que no sean empleados:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Fallecimientos <ul style="list-style-type: none"> • Total: 0 ii. Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos): 0 iii. Lesiones por accidente laboral registrables <ul style="list-style-type: none"> • Tasa: 3,1 iv. Principales tipos de lesiones por accidente laboral: Cortes, caídas, golpes y dolencias musculares. v. Horas trabajadas (contratistas): 18,518,094 HH. <p>c. Los peligros laborales que presentan un riesgo de lesión con grandes consecuencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> i.- Mediante el análisis continuo de indicadores de accidentabilidad, la matriz de riesgos y la generación o actualización de programas de trabajo. ii.- No se encontró evidencia o registro de que alguno de estos peligros ocasionara o contribuyera a generar lesiones con graves consecuencias durante el periodo objetivo reportado. iii.- Durante 2025, se tomaron las siguientes medidas de control preventivo: Eliminación/ mitigación de condiciones de peligro, tales como: pisos resbaladizos,



Shape the future
with confidence

Asunto Indicador	Indicador	Valor asegurado
		<p>superficies en desnivel, equipos defectuosos. Ejecución de campañas comunicacionales preventivas de seguridad y salud laboral en terreno. Información oportuna de los riesgos asociados a las actividades del trabajo. Inspecciones y observaciones preventivas de seguridad. Evaluaciones preventivas y correctivas de puestos de trabajo (evaluaciones técnicas de condiciones físicas y de higiene) Entrega, disposición y recambio de equipos, herramientas y elementos de protección personal (zapatos de seguridad, cascos, guantes, arnés de seguridad, entre otros). Reforzamiento de canales de comunicación y tecnologías de difusión de información. Programas de contención emocional-</p> <p>d. Las medidas tomadas o proyectadas para eliminar otros peligros laborales y minimizar riesgos mediante la jerarquía de control: SMU monitorea los principales tipos de lesiones que se registran, identificando riesgos específicos para cada unidad de trabajo.</p> <p>e. Si las tasas se han calculado por cada 200 000 o por cada 1 000 000 horas trabajadas: 1 000 000 horas trabajadas: 200.000 horas trabajadas</p> <p>f. Si hay trabajadores excluidos de este contenido, incluidos los tipos de trabajadores</p>



Shape the future
with confidence

Asunto Indicador	Indicador	Valor asegurado
		y el motivo para la exclusión: No hay trabajadores excluidos. g. Cualquier tipo de información contextual necesaria para comprender cómo se han recopilado los datos, como estándares, metodologías o supuestos usados: No es requerida. Las tablas de datos presentan los métodos de cálculo utilizados junto con las variables correspondientes.
NCG 461 5.4.2	Brecha Salarial La organización informante debe presentar la siguiente información: Brecha Salarial: Deberá informar la brecha salarial anual por sexo y para cada categoría de funciones de aquellas definidas al inicio de la sección 5, medida como el porcentaje que el salario bruto de las mujeres representa respecto del salario bruto de los hombres.	Brecha Salarial (media / Mediana) <ul style="list-style-type: none">• Alta gerencia: 102% / 114%• Gerencia: 78% / 91%• Jefatura: 93% / 92%• Operario: 104% / 104%• Fuerza de venta: 115% / 112%• Administrativo: 115% / 108%• Otros profesionales: 90% / 86%• Otros Técnicos: 94% / 99%



Seguridad y Salud en el Trabajo – SMU S.A. Y FILIALES

1. Antecedentes generales

Con base en el requerimiento realizado por la Empresa SMU S.A. Y FILIALES, Rut: 76012676-4, se procede a informar los detalles estadísticos.

2. Información requerida

2.1 Seguridad y Salud en el Trabajo – Fatales.

Fatales	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022	FY 2023	FY 2024	FY 2025
SMU S.A. Y FILIALES	0	0	0	0	0	0	0	0	0

2.2 Salud y Seguridad Ocupacional - Índice de Frecuencia de Lesiones con Tiempo Perdido (LTIFR) Trabajadores:

LTIFR	Unidad	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022	FY 2023	FY 2024	FY 2025
Trabajadores	n/millón de horas trabajadas	34,0	29,7	26,5	19,1	22,6	31,2	22,4	22,7	21,2
Cobertura de datos (como % de trabajadores, operaciones o ingresos)	Porcentaje de: (trabajadores)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

2.3 Índice de Frecuencia de Enfermedades Profesionales (OIFR) – Trabajadores:

OIFR	Unidad	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020	FY 2021	FY 2022	FY 2023	FY 2024	FY 2025
Trabajadores	n/millón de horas Trabajado	0,37	0,19	0,15	0,12	0,00	0,07	0,17	0,5	0,3
Cobertura de datos (como % de contratistas, operaciones o ingresos)	Porcentaje de: (trabajadores)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

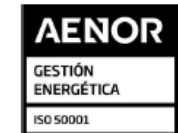
El total de horas trabajadas por los trabajadores, estimado por el Instituto de Seguridad del Trabajo, utilizado para elaborar este documento es de 138,5 horas por trabajador.

Raúl Rojas Romero
Gerente de Prevención

Vña del Mar, 09 de marzo de 2026 RRR/SCV
(* Información proporcionada por la empresa.)

AENOR

Certificado del Sistema de Gestión Energética



GE-2023/0004

AENOR certifica que la organización

SMU S.A.

dispone de un sistema de gestión energética conforme con la Norma UNE-ISO 50001:2018

para las actividades: Venta de productos alimenticios y no alimenticios, refrigerados y no refrigerados. Elaboración de panadería y comidas rápidas. Almacenamiento de productos refrigerados y no refrigerados.

que se realizan en: Direcciones indicadas en el Anexo

Primera emisión: 2023-01-10
Expiración: 2026-01-10

Modificación: 2024-02-05

Rafael GARCÍA MEIRO
CEO

Original Electrónico



AENOR Chile Edificio Nueva Torre Santa María 2. Av. Los Conquistadores 1730 Oficina 1802. Providencia, Santiago de Chile - www.aenorchile.com



13



METODOLOGÍA

13.1 SOBRE ESTE REPORTE

SMU presenta su séptima memoria integrada, correspondiente al período entre el 1 de enero y 31 de diciembre 2025 y abordando las operaciones de SMU y sus filiales en Chile y Perú.

Este reporte se realiza acorde a lo establecido por la Comisión para el Mercado Financiero en la Norma de Carácter General N°519, respondiendo además al estándar SASB (Sustainability Accounting Standards Board) para la industria de minoristas y distribuidores de alimentos, y haciendo referencia al estándar GRI (Global Reporting Initiative), año 2021.

El proceso de levantamiento de información para la elaboración de la memoria integrada consideró la participación de distintas áreas especializadas de la Compañía. Los contenidos abordados en este documento fueron validados con los responsables de las áreas especialistas, gerentes corporativos y el Directorio de SMU.

Para más información acerca del contenido de la presente memoria integrada, favor dirigirse al departamento de Relación con Inversionistas de SMU, correo electrónico investor_relations@smu.cl.

13.2 ASUNTOS MATERIALES

SMU busca que su memoria integrada satisfaga las necesidades de información de todos sus grupos de interés. Por lo tanto, para elaborar su memoria integrada, la Compañía realiza anualmente un proceso de materialidad, que incluye la obtención de información directamente de *stakeholders*, tales como empleados, clientes, vecinos, proveedores y autoridades, entre otros, con el fin de conocer sus preocupaciones y la información que más les interesa sobre SMU.

Siguiendo las mejores prácticas y tendencias actuales, SMU aplica un enfoque de **doble materialidad**, considerando tanto la *materialidad de impacto*—es decir, impactos significativos (reales o potenciales, positivos o negativos) de la empresa sobre las personas o el medio ambiente en el corto, mediano y largo plazo—como la *materialidad financiera*—asuntos que generan riesgos u oportunidades que afectan la posición o desempeño financiero, los flujos de efectivo, el acceso a financiamiento o el costo de capital de la empresa en el corto, mediano o largo plazo. De esta forma, un asunto de sostenibilidad⁶⁹ cumple el criterio de doble materialidad si es relevante desde la perspectiva del impacto, desde la perspectiva financiera o desde ambas perspectivas, pasando a ser un asunto material de la Compañía.

⁶⁹ Definición según ESRS European Sustainability Reporting Standard

PROCESO DE MATERIALIDAD

Los asuntos materiales que se reportan en esta memoria integrada surgen de cinco etapas que siguen el lineamiento del European Sustainability Reporting Standards (ESRS), las que contemplan un exhaustivo levantamiento de información primaria y secundaria, con la participación de los grupos de interés, permitiendo identificar los impactos positivos y negativos, potenciales y reales para las partes interesadas, así como los riesgos y oportunidades para SMU. A continuación, se describen las etapas del proceso:

Etapa 1: Diagnóstico

Revisión de las características de la organización y contexto de sostenibilidad, considerando los siguientes insumos y actividades:

- Revisión de documentos corporativos, considerando la memoria integrada 2024, Plan Estratégico, Informe Debida Diligencia de Derechos Humanos, entre otros.
- Análisis de la cobertura de prensa de la industria supermercadista y SMU, identificando los asuntos materiales más mencionados para las operaciones en Chile.
- Benchmark a los reportes de sostenibilidad y memorias integradas elaborados por actores relevantes de la industria supermercadista, a nivel local e internacional, con el objetivo de identificar sus asuntos materiales bajo un enfoque de doble materialidad, y levantar las mejores prácticas al reportarlos.
- Revisión de estándares y marcos de referencia, incluyendo SASB (industria minoristas y distribuidores de alimentos), la Guía de la OCDE de Debida Diligencia para una Conducta Empresarial Responsable, e informes de organismos internacionales y vinculados a la ONU, en los que abordan preocupaciones en materia de sostenibilidad en 2025.
- Revisión de requerimientos de información del cuestionario *S&P Corporate Sustainability Assessment* para el *Dow Jones Best-in-Class Index*.
- Desarrollo de 15 entrevistas, que incluyeron tanto a representantes de la Compañía como a actores externos clave.

Etapa 2: Identificación de riesgos, impactos y oportunidades significativas

A partir de los insumos levantados en la etapa 1, se identificaron un total de 104 riesgos, impactos y oportunidades, diferenciando entre impactos positivos y negativos, así como impactos reales y potenciales.

Etapa 3: Evaluación de la importancia de los riesgos, impactos y oportunidades

Se realizó un taller de evaluación de los 104 riesgos, impactos y oportunidades identificados, en base a la metodología de gestión de riesgos corporativa. En esta instancia participaron representantes de las Gerencias de Operaciones y Ventas, Personas y Sostenibilidad, Finanzas, Clientes, Marcas Propias, TI, y Compliance.

Para el caso de la materialidad de impacto, éstos fueron evaluados considerando los parámetros de severidad – escala, alcance e irremediabilidad (este último aplicable únicamente a los impactos negativos) – y probabilidad (aplicable sólo a los impactos potenciales).

Por su parte, para la materialidad financiera, los riesgos y oportunidades fueron evaluados según los criterios de magnitud potencial y probabilidad

Todos los parámetros evaluados fueron calificados de 1 a 5, según la leyenda construida a partir de la metodología de riesgos corporativa. Esto permitió obtener insumos para el cálculo de la importancia por cada riesgo, impacto y oportunidad, la cual luego fue ordenada de mayor a menor, logrando su priorización.

Etapa 4: Definición de asuntos materiales

A partir de los resultados del proceso de evaluación, se estableció un umbral de importancia para determinar cuáles riesgos, impactos y oportunidades resultan prioritarios. Con aquellos que superaron el umbral, se construyeron 12 asuntos materiales junto con sus respectivas definiciones específicas para la Compañía.

Además, se elaboró la matriz de doble materialidad, la cual permite integrar visualmente la perspectiva de materialidad de impacto y materialidad financiera.

Etapa 5: Validación de los resultados

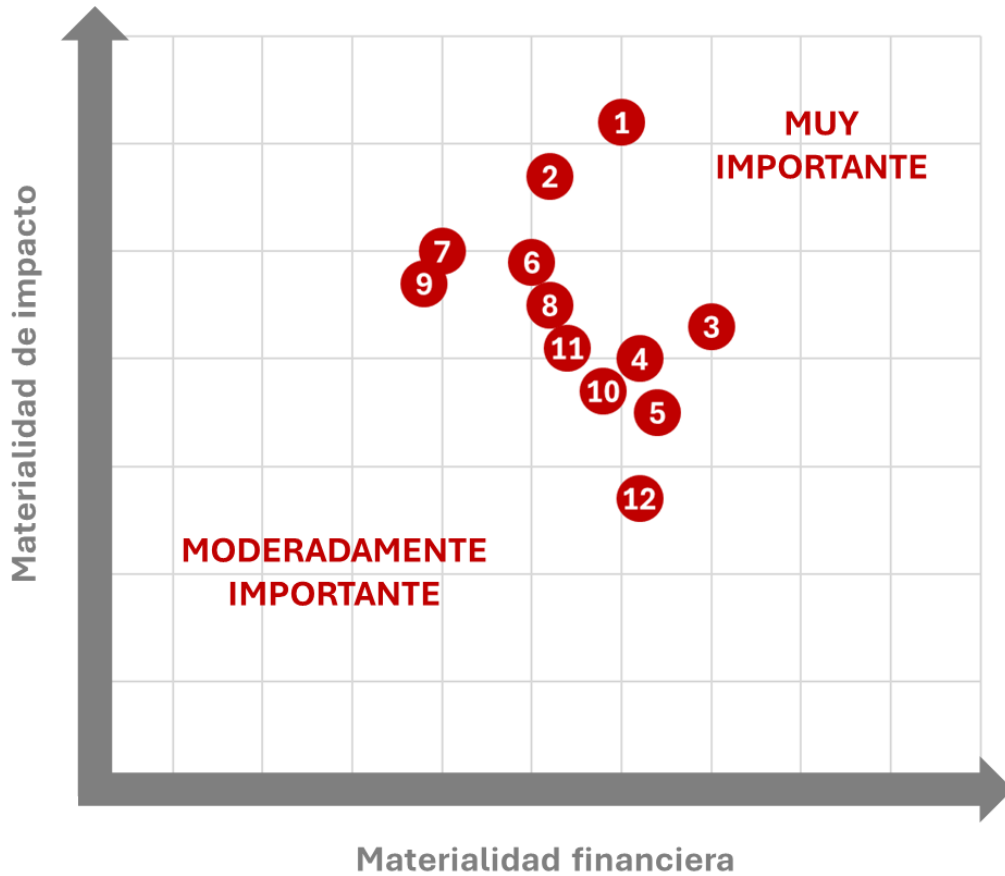
Los resultados del proceso fueron presentados al Directorio de SMU S.A., el cual validó los 12 asuntos materiales identificados, al ser considerados los más relevantes desde la perspectiva de impacto, desde la perspectiva financiera o desde ambas perspectivas.

Es importante mencionar además que los resultados del análisis de materialidad también se incorporan a los procesos de gestión de riesgos de la Compañía. Se realizó un análisis de si los asuntos materiales identificados y validados estaban cubiertos por los diferentes tipos de riesgos que la Compañía había identificado y estaba gestionando previamente, con el fin de detectar posibles brechas.

Priorización y Definición de Asuntos Materiales Identificados

N°	Asunto Material	Definición
1	Ética y transparencia	Velar por una conducta ética y transparente en toda la organización, asegurando una cultura de cumplimiento y una toma de decisiones responsables que protejan la confianza de colaboradores, clientes, proveedores e inversionistas.
2	No desperdicio de alimentos	Prevenir y reducir el desperdicio de alimentos mediante eficiencia operativa y rescate, disminuyendo emisiones, costos y el volumen de residuos.
3	Competitividad y eficiencia del negocio	Impulsar un crecimiento sostenible a través de una estrategia que permita adaptarse y enfrentar la alta competencia de la industria y aumentar la eficiencia operacional, generando un desempeño financiero sólido.
4	Gestión de la energía y emisiones	Reducir las emisiones y el consumo energético de las operaciones mediante mejoras en eficiencia, uso responsable de recursos, incorporación de energías limpias y una gestión adecuada de refrigerantes, combustibles y residuos, contribuyendo a la descarbonización y a la resiliencia del negocio frente a riesgos climáticos y regulatorios.
5	Protección al consumidor	Promover la protección y confianza del cliente y de sus datos personales, para que pueda realizar una compra informada, de productos seguros e inocuos y de la protección de sus datos.
6	Experiencia del cliente	Entregar una experiencia de compra accesible, inclusiva y coherente en todos los canales, asegurando que cada cliente pueda comprar con comodidad, cercanía y atención de calidad.
7	Desarrollo económico local	Impulsar el crecimiento de las economías locales apoyando a proveedores regionales y PYMEs, generando empleo, fortaleciendo las cadenas de valor territoriales y creando relaciones de cercanía que aumentan la reputación y preferencia por la marca.
8	Desarrollo del talento para el futuro	Potenciar las capacidades de los colaboradores mediante formación continua y competencias digitales, facilitando su adaptación a los cambios tecnológicos y fortaleciendo la productividad, la eficiencia y la competitividad del negocio.
9	Packaging y gestión de residuos	Impulsar envases más sostenibles y una gestión responsable de los residuos operacionales, favoreciendo la reciclabilidad, y el consumo responsable.
10	Cadena de suministro responsable	Promover relaciones comerciales justas, transparentes y de largo plazo con proveedores y contratistas, asegurando procesos de compra íntegros y condiciones laborales dignas que fortalezcan la estabilidad, fomentando prácticas sostenibles en la cadena de suministro.
11	Prácticas laborales	Promover un entorno laboral inclusivo, seguro y respetuoso, que asegure igualdad de oportunidades y fortalezca la cultura organizacional, protegiendo la salud física y mental de los colaboradores mediante una gestión preventiva, condiciones de trabajo seguras y programas de bienestar que apoyen su desarrollo y la continuidad operativa.
12	Compromiso con comunidades	Contribuir al bienestar y a la confianza de las comunidades donde SMU opera, mediante una relación cercana y el vínculo con organizaciones sociales, velando así por ser un Buen Vecino.

Matriz de Doble Materialidad



N°	Asunto Material	N°	Asunto Material
1	Ética y transparencia	7	Desarrollo económico local
2	No desperdicio de alimentos	8	Desarrollo del talento para el futuro
3	Competitividad y eficiencia del negocio	9	Packaging y gestión de residuos
4	Gestión de la energía y emisiones	10	Cadena de suministro responsable
5	Protección al consumidor	11	Prácticas laborales
6	Experiencia del cliente	12	Compromiso con comunidades

13.3 ÍNDICE GRI

DECLARACIÓN DE USO	SMU S.A ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el período comprendido entre 1 de enero y 31 de diciembre de 2025 utilizando como referencia los Estándares GRI.
GRI 1 Usado	GRI 1: Fundamentos
GRI 2 Usado	GRI 2: Contenidos generales
GRI 3 Usado	GRI 3: Temas materiales
GRI 4 Usado	GRI 202: Presencia en el mercado
GRI 5 Usado	GRI 204: Prácticas de adquisición
GRI 6 Usado	GRI 205: Anticorrupción
GRI 7 Usado	GRI 206: Libre competencia
GRI 8 Usado	GRI 302: Energía
GRI 9 Usado	GRI 305: Emisiones
GRI 10 Usado	GRI 306: Residuos
GRI 11 Usado	GRI 401: Empleo
GRI 12 Usado	GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo
GRI 13 Usado	GRI 404: Capacitación
GRI 14 Usado	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades
GRI 15 Usado	GRI 406: No Discriminación
GRI 16 Usado	GRI 413: Comunidades locales
GRI 17 Usado	GRI 414: Evaluación social de los proveedores
GRI 18 Usado	GRI 416: Salud y seguridad de los clientes
GRI 19 Usado	GRI 417: Marketing y etiquetado
GRI 20 Usado	GRI 418: Privacidad del cliente

MEMORIA INTEGRADA 2025

LA ORGANIZACIÓN Y SU PRESENTACIÓN DE INFORMES	PÁGINA
LA ORGANIZACIÓN Y SUS PRÁCTICAS DE PRESENTACIÓN DE INFORMES	
2-1 Detalles organizacionales	21, 97, 304
2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	353
2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	353
2-4 Actualización de la información	Las actualizaciones de información se explican a lo largo del texto
2-5 Verificación externa	339-349
2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	16, 19, 224-225
ACTIVIDADES Y TRABAJADORES	
2-7 Empleados	194-204
2-8 Trabajadores que no son empleados	180-181
GOBERNANZA	
2-9 Estructura de gobernanza y composición	54-66, 76-83
2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	72-73
2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	58
2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	68-69
2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	80-82, 98-101, 119-121
2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	354
2-15 Conflictos de interés	63-64, 85
2-16 Comunicación de inquietudes críticas	76-82
2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	73-74
2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	74
2-19 Políticas de remuneración	66-67, 90-91
2-20 Proceso para determinar la remuneración	66-67
2-21 Ratio de compensación total anual	Información confidencial

ESTRATEGIA, POLÍTICAS Y PRÁCTICAS

2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	8-10
2-23 Compromisos y políticas	37-41, 131-135
2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	37
2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	126-127, 135
2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	43-45, 128
2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	146-148
2-28 Afiliación a asociaciones	46-49

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	42-43
2-30 Convenios de negociación colectiva	180

MEMORIA INTEGRADA 2025

TEMAS MATERIALES	PÁGINA
3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	353-356
3-2 Lista de temas materiales	355-356
3-3 Gestión de los temas materiales	124, 246, 26-29, 254, 216-217, 140-141, 207, 227-228, 194, 236-237, 155-156, 246, 221, 151, 236
ÉTICA Y TRANSPARENCIA	
GRI 205: ANTICORRUPCIÓN	
205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	137-139
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	127
GRI 206: LIBRE COMPETENCIA	
206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	139
NO DESPERDICIO DE ALIMENTOS	
FB-FR-150a.1 Cantidad de residuos alimentarios generados, porcentaje desviado del flujo de residuos	248
COMPETITIVIDAD Y EFICIENCIA DEL DEL NEGOCIO	
PROPIO: Avances Plan Estratégico Trienal	26-29
GRI 202: PRESENCIA EN EL MERCADO	
202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	65, 195-198
GESTIÓN DE LA ENERGÍA Y EMISIONES	
GRI 302: ENERGÍA	
302-1 Consumo de energía dentro de la organización	261
GRI 305: EMISIONES	
305-1 Emisiones directas de GEI	259
305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía	259
305-3 Otras emisiones indirectas de GEI	260
305-5 Reducción de las emisiones de GEI	254
PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	
GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO	

417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	218
GRI 418: PRIVACIDAD DEL CLIENTE	
418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	142
GRI 416: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES	
416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad	216-218
EXPERIENCIA DEL CLIENTE	
PROPIO: Indicador NPS	214
DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL	
GRI 204: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN	
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	227, 233-234
PROPIO: DESARROLLO DE PROVEEDORES LOCALES	227-232
GRI 401: EMPLEO	
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal	154-155, 203
DESARROLLO DEL TALENTO PARA EL FUTURO	
GRI 404: CAPACITACIÓN	
404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	156-158
404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	159
PACKAGING Y GESTIÓN DE RESIDUOS	
PROPIO: Porcentaje de productos certificados	249
PROPIO: Gestión del packaging reciclable	249-250
GRI 306: RESIDUOS	
306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	246-251
306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	246-251
306-3 Residuos generados	246-251
306-4 Residuos no destinados a eliminación	248, 257
CADENA DE SUMINISTRO RESPONSABLE	
GRI 204: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN	
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	227, 233-234

MEMORIA INTEGRADA 2025

GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES	
414-1 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	221-227
PRÁCTICAS LABORALES	
INDICADOR 5.5 NORMA DE CARÁCTER GENERAL 519	
Capacitación para prevenir acoso laboral y sexual/ N° de personas capacitadas	144
N° de denuncias por acoso laboral	144
N° de denuncias por acoso sexual	144
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	
403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	181-189
403-9 Lesiones por accidentes laborales	191-192
403-10 Dolencia y enfermedades laborales	193
GRI 401: EMPLEO	
401-3 Permiso Parental	171-176
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	
405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	65, 194-204
INDICADOR 5.4 NORMA DE CARÁCTER GENERAL 519	
Brecha salarial	163
GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN	
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	129-130
COMPROMISO CON LAS COMUNIDADES	
GRI 413: COMUNIDADES LOCALES	
413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	237-242

13.4 ÍNDICE CMF

Código CMF	Concepto	Página
2.1	Misión, visión, propósito y valores.	15
2.2	Información histórica	17-18
2.3.1	Situación de control	93
2.3.2	Cambios importantes en la propiedad o control	92
2.3.3	Identificación de socios o accionistas mayoritarios	93
2.3.4	Acciones, sus características y derechos	92-95
2.3.5	Otros valores	95-97
3.1	Marco de gobernanza	31; 37-38; 42-51; 55-91; 125-145; 153-161
3.2	Directorio	58-75
3.3	Comités del Directorio	77-88
3.4	Ejecutivos principales	89-91
3.5	Adherencia a códigos nacionales o internacionales	57
3.6	Gestión de riesgos	26-30; 68-73; 98-122; 125-145
3.7	Relación con los grupos de interés y el público en general	42-45; 55; 72-73
4.1	Horizontes de tiempo (estrategia)	26-31
4.2	Objetivos estratégicos	26-31
4.3	Planes de inversión	31
5.1.1	Número de personas por sexo	194
5.1.2	Número de personas por nacionalidad	195-198
5.1.3	Número de personas por rango de edad	199-200
5.1.4	Antigüedad laboral	201-202
5.1.5	Número de personas con discapacidad	204
5.2	Formalidad laboral	203
5.3	Adaptabilidad laboral	171-173
5.4.1	Política de equidad	162

MEMORIA INTEGRADA 2025

Código CMF	Concepto	Página
5.4.2	Brecha salarial (equiparidad salarial)	163
5.5	Acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo	143-145
5.6	Seguridad laboral	181-193
5.7	Permiso postnatal	173-176
5.8	Capacitación y beneficios	155-158; 170-179
5.9	Política de subcontratación	180-181
6.1	Sector industrial	19-34; 42-51; 146-148
6.2	Negocios	19-34; 207; 221
6.3	Grupos de interés	42-51
6.4	Propiedades e instalaciones	25
6.5.1	Subsidiarias y asociadas	295-337
6.5.2	Inversión en otras sociedades	338
7.1	Pago a proveedores	232-234
7.2	Evaluación de proveedores	223-227
8.1	Cumplimiento legal y normativo: clientes	139-142
8.2	Cumplimiento legal y normativo: trabajadores	142-145
8.3	Cumplimiento legal y normativo: medio ambiente	145
8.4	Cumplimiento legal y normativo: libre competencia	139
8.5	Cumplimiento legal y normativo: otros	137-138
9.1	Métricas SASB	365-376
9.2	Verificación independiente	340-348
10	Hechos relevantes o esenciales	287-292
11	Comentarios de accionistas y del comité de directores	93
12	Informes financieros	Ver nota ⁷⁰

⁷⁰ Los estados financieros de SMU S.A. y filiales están disponibles en la página web de la CMF (<https://www.cmfchile.cl/institucional/mercados/entidad.php?mercado=V&rut=76012676&grupo=&tipoentidad=RVEMI&row=AAWy2ACTAAABzMAAB&vig=Vl&control=svs&pestanía=3>) y en la página web de la Compañía (https://assets.ctfassets.net/63tonbtz0lhl/193aN4vyb8X3Nsf3ml2y/7d36146023aa55dfcf0d48c514949ea5/Estados_financieros_2025-12.pdf).

13.5 TABLA DE CONTENIDOS SASB

Gestión del combustible de la flota		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-110a.1	(1) La cantidad total de combustible consumido por los vehículos de su flota como una cifra conjunta y en gigajulios (GJ), (2) el porcentaje de la cantidad total de combustible consumido por los vehículos de su flota que sea combustible renovable	No aplica. Los vehículos utilizados en las operaciones de SMU son de propiedad de y operados por terceros.

Emisiones atmosféricas por la refrigeración		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-110b.1	Total emisiones brutas de alcance 1 procedentes de gases refrigerantes (tCO2e)	138.932 Ton CO2e
FB-FR-110b.2	Porcentaje de refrigerantes consumidos con un potencial de agotamiento de la capa de ozono nulo	0%
FB-FR-110b.3	Tasa media de emisiones de refrigerantes	3.374,18%

MEMORIA INTEGRADA 2025

Gestión de la energía		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-130a.1	(1) Energía operativa consumida (GJ); (2) Porcentaje electricidad de la red; (3) Porcentaje de energía consumida que sea energía renovable	(1) 1.037.934 GJ (2) 72,1% (3) 17,6%

Gestión de residuos alimentarios		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-150a.1	(1) Cantidad total de residuos alimentarios y alimentos invendibles que genera en toneladas métricas; (2) Porcentaje de residuos alimentarios o alimentos invendibles que se ha desviado o rescatado; (3) La entidad describirá los métodos de cuantificación utilizados para calcular la cantidad de residuos alimentarios y partes incomedibles de conformidad con las Directrices sobre el Método de Cuantificación FLW.	(1) 12.692,4 toneladas (2) 5,6% (3) El cálculo de los residuos alimentarios y partes incomedibles se realiza a partir de registros diarios de productos vendidos y no vendidos, utilizando datos de unidades de productos, que han sido escritos o almacenados en bases de datos automatizadas, con información de peso de alimentos netos, con embalajes y otros, los cuales sistemáticamente se recolectan para llevar el registro de los residuos alimentarios generados diariamente en cada establecimiento. Los registros consideran los alimentos vendidos, invendibles, donados, etc. Es el método de cuantificación a través de balance de masa.

Seguridad de Los Datos		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-230a.1	(1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII), (3) número de clientes afectados	<p>(1) 32 reclamos.</p> <p>(2) El 100% de los reclamos corresponden a posibles pérdidas o filtraciones de datos personales.</p> <p>(3) 32 posibles clientes afectados.</p>
		<p>SMU establece el marco de referencia ISO 27000 y NIST como guías de buenas prácticas para la identificación de amenazas, vulnerabilidades y los riesgos de la seguridad de la información, así como la capacidad de respuesta ante ciber incidentes.</p> <p>Esto parte de la implicación, apoyo y seguimiento de la alta dirección, para que la seguridad sea inherente a la operación y la tecnología utilizada en los procesos de la Compañía.</p> <p>Así mismo y relacionado con lo anterior, hay controles establecidos para mitigar el riesgo desde diferentes ámbitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seguridad desde el diseño que se hace tangible en la revisión de todo proceso, producto y proyecto tecnológico por parte del área de Seguridad TI como requerimiento necesario para la adquisición a un tercero o desarrollo interno. - Capacitación permanente de colaboradores, tanto teórica con cursos y boletines periódicos sobre hábitos de seguridad en sus funciones, como práctica mediante la realización de ejercicios de simulación de ataques de ingeniería social. - Análisis continuo de las nuevas amenazas externas y contramedidas basadas en la implementación de tecnologías de protección adecuadas tanto a la infraestructura tecnológica como al modelo de relación con clientes. - Establecimiento de protocolos de respuesta ante incidentes y guías técnicas que permiten reaccionar con rapidez ante cualquier intento de vulneración de la infraestructura tecnológica, evitando así el éxito del ataque.
FB-FR-230a.2	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	

MEMORIA INTEGRADA 2025

Seguridad alimentaria		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-250a.1	Tasa de infracción de seguridad alimentaria de alto riesgo	SMU no recibió sumarios sanitarios relacionados con la seguridad alimentaria en 2025.
FB-FR-250a.2	(1) Número total de retiradas de productos relacionadas con la seguridad alimentaria; (2) Número de unidades retiradas; (3) Porcentaje de unidades retiradas que son productos de marca propia; (4) En caso de existir retiradas que afectaron a un número significativo de unidades de producto o relacionadas con una enfermedad grave o posible fallecimiento: describir 1. Descripción y causa de la retirada, 2. Cantidad total de productos alimenticios retirados, 3. Coste de reparación del problema, 4. Si la retirada fue voluntaria o involuntaria, 5. Medidas correctivas, 6. Cualquier otra consecuencia significativa (por ejemplo, procedimientos judiciales o fallecimientos de consumidores)	(1) Se realizaron 22 retiros relacionados a alertas sanitaria e inocuidad, 3 de los cuales fueron solicitados por la autoridad sanitaria, 4 de proveedor y el restante fueron articulados de manera preventiva por la Compañía. (2) 167.565 unidades retiradas aproximadamente (3) 24% de los retiros corresponden a marcas propias. (4) No hubo retiradas relacionadas a posible enfermedad o fallecimiento.

Salud y nutrición de los productos		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-260a.1	Total de ingresos procedentes de las ventas de aquellos de sus productos cuyo etiquetado o marketing esté enfocado a promover los atributos de salud y nutrición	SMU busca informar a sus clientes acerca de los productos que comercializa, promoviendo, por ejemplo, los atributos nutricionales de las frutas y verduras en sus salas de ventas. Los esfuerzos de la Compañía se complementan con la legislación vigente en Chile, donde, para promover que los consumidores tomen decisiones informadas y prefieran alimentos saludables, existe la Ley de Etiquetado, la que obliga a los productores a poner un sello con forma de disco pare cuando un producto es alto en sodio, grasa, azúcar y/o calorías. Asimismo, existen campañas comunicacionales, recomendando a los consumidores a preferir alimentos sin sellos. Las ventas de productos sin sellos en 2025 ascendieron a \$788.209 millones, equivalente al 28% de las ventas de mercaderías en el año.
FB-FR-260a.2	Análisis del proceso de identificación y gestión de los productos e ingredientes relacionados con las preocupaciones nutricionales y de salud de los consumidores, incluyendo (1) esfuerzos por identificar las preocupaciones, los productos y los ingredientes relacionados con esas preocupaciones, y los riesgos y oportunidades resultantes, (2) la forma en que se gestionan y comunican las preocupaciones y los riesgos identificados, (3) el uso de programas de certificación que aborden las preocupaciones y preferencias de los consumidores sobre los	<p>(1) Cada uno de los formatos de SMU define y ajusta el surtido de productos en función de las preferencias y necesidades de sus clientes, basado en el profundo conocimiento que posee, a partir de sus programas de fidelización, además de estudios y encuestas. De esta manera, identifica nuevas tendencias y cambios en preferencias de sus clientes, incluyendo aspectos de salud y nutrición, además de los ingredientes de los productos que consumen, y que pueden representar oportunidades de realizar modificaciones en el surtido de productos u otros aspectos de la experiencia de compra.</p> <p>(2) La gerencia corporativa de marketing y clientes es el área responsable de entender las necesidades de los clientes, y asesora a los diferentes formatos, proporcionando estudios y análisis que permitan generar planes de acción. A partir de esta información, cada formato aborda las nuevas tendencias de la manera que mejor se adecua a sus clientes.</p> <p>(3) SMU exige que sus proveedores de marcas propias y marcas controladas cuenten con certificaciones bajo los estándares de la Iniciativa Global de Inocuidad Alimentaria, en el caso de</p>

ingredientes, aditivos y posibles alérgenos, (4) cualquier queja significativa, como las que puedan acabar con la presentación de demandas, concerniente a las preocupaciones nutricionales y de salud asociadas a productos o ingredientes, así como cualquier esfuerzo para mitigar los riesgos relacionados en el futuro

proveedores de alimentos, o bajo estándares de gestión de calidad ISO 9000 o equivalentes para proveedores de productos non-food. De no contar con estas certificaciones, se deben someter a auditorías de calidad realizadas por empresas independientes.

- (4) Durante el año 2025, la Asociación de Consumidores de la Quinta Región (ACOQUINTA) interpuso demanda colectiva contra Rendic Hermanos conocida por el 3° Juzgado Civil de Santiago, bajo el rol C-2909-2025, fundada en la presunta vulneración de los derechos de los consumidores que adquirieron productos de origen agrícolas que presuntamente se encontraban sobre el límite máximo de residuos de pesticidas establecido en la normativa sanitaria, en específico las Resoluciones exentas del Ministerio de Salud, específicamente respecto del Pimiento Rojo Frutos de la Tierra. No obstante, y ante la defensa esgrimida por Rendic Hermanos S.A., se declaró la incompetencia del tribunal para conocer el asunto, encontrándose la resolución confirmada por la Corte de Apelaciones de Santiago, recurrida de Casación ante la Corte Suprema.

Asimismo, la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile (CONADECUS) interpuso demanda colectiva contra Rendic Hermanos y otras, conocida por el 15° Juzgado Civil de Santiago, bajo el rol C-13001-2025, fundada en la supuesta comercialización de conservas que fueron ofrecidas como jurel, cuando, en realidad, el contenido habría sido caballa u otra especie de pescado. Actualmente se encuentra en tramitación, en la etapa de discusión de la referida demanda.

Etiquetado y Marketing de Productos		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-270a.1	Número de incidentes de no conformidad de los códigos reglamentarios o del sector para el etiquetado o el marketing	Durante el año 2025 hubo seis sumarios sanitarios por incumplimiento de ley de etiquetado, procesos en los cuales se presentaron los descargos correspondientes encontrándose pendientes de resolverse por la autoridad sanitaria al cierre del año.
FB-FR-270a.2	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las prácticas de etiquetado o de marketing	No aplica. No ha habido ningún procedimiento judicial en esta materia.
FB-FR-270a.3	Ingresos de los productos etiquetados como (1) que contienen organismos modificados genéticamente (OMG) y (2) que no contienen OMG	La Compañía se encuentra en proceso de levantamiento de esta información.

Prácticas Laborales		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-310a.1	(1) Salario medio por hora y (2) porcentaje de empleados de tiendas y centros de distribución que ganan el salario mínimo, por región	(1) Salario medio por hora, colaboradores de tiendas y centros de distribución, SMU Chile: CLP 6.248 Salario medio por hora, colaboradores de tiendas y centros de distribución, SMU Perú: PEN 2.282 (2) % empleados que ganan salario mínimo, SMU Chile: 0% % empleados que ganan salario mínimo, SMU Perú: 0%

MEMORIA INTEGRADA 2025

Los salarios en SMU tanto en Chile como Perú incluyen el sueldo base (el que debe ser al menos equivalente al ingreso mínimo mensual, definido en cada país) además de gratificaciones mensuales y/o anuales y otras asignaciones fijas, como son la movilización, colación, vales de alimentación (Perú), entre otros. Por lo tanto, ningún empleado gana el salario mínimo. Las escalas de rentas de la Compañía se actualizan semestralmente según variación IPC que se aplica en los meses de junio y diciembre de cada año.

FB-FR-310a.2	Porcentaje de la fuerza laboral activa cubierta por los convenios colectivos de trabajo	70,5%
FB-FR-310a.3	(1) Número de interrupciones del trabajo y (2) total de días de inactividad	La Compañía no tuvo interrupciones del trabajo ni, por consiguiente, días de inactividad, durante el año 2025.
FB-FR-310a.4	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con: (1) las infracciones de la legislación laboral y (2) la discriminación laboral	<p>(1) \$1.713 millones. Este monto contempla sentencias ejecutoriadas, equivalentes jurisdiccionales (conciliaciones, avenimientos y transacciones) y multas laborales ejecutoriadas cursadas por la Dirección del Trabajo. Los principales motivos incluyen despido injustificado, accidentes del trabajo, documentación laboral, comunicación de factores de riesgos y gestión de turnos laborales.</p> <p>(2) Durante el año 2025, la Compañía no fue condenada por acciones de tutela laboral. Sin embargo, se registró una pérdida monetaria de \$103 millones como resultado del pago de equivalentes jurisdiccionales tales como conciliaciones, avenimientos y transacciones, correspondientes a 14 acciones en materia de discriminación en el empleo.</p> <p>Para evitar nuevos incidentes, la Compañía busca prevenir las conductas asociadas a través de capacitaciones.</p>

Gestión de los impactos ambientales y sociales en la cadena de suministro		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-430a.1	Ingresos de productos certificados por terceros según los estándares de suministro sostenible ambiental o social	Las ventas de productos certificados por terceros según los estándares de suministro sostenible ambiental o social en 2025 ascendieron a \$147.131 millones.
FB-FR-430a.2	Porcentaje de ingresos procedentes de (1) huevos de gallinas no enjauladas; (2) carne de cerdo producida sin el uso de jaulas de gestación	<p>(1) El porcentaje correspondiente a ingresos procedentes de huevos de gallinas no enjauladas es del 4,6% de la venta total de huevos.</p> <p>(2) La Compañía está intentando recopilar esta información con sus proveedores.</p>
FB-FR-430a.3	<p>Análisis de la estrategia para gestionar los riesgos ambientales y sociales en la cadena de suministro, incluido el bienestar animal.</p> <p>Entre las estrategias pertinentes que se pueden examinar se encuentran, entre otras, la selección de proveedores, la diversificación de proveedores, los programas de formación para proveedores sobre buenas prácticas de gestión ambiental, la participación de los proveedores en cuestiones laborales y de derechos humanos, el mantenimiento de un código de conducta de la cadena de suministro, las auditorías de la cadena de suministro y las certificaciones.</p> <p>El análisis de bienestar animal incluirá, entre otros aspectos: (1) Objetivos de la entidad en relación con los estándares sobre bienestar animal y sus progresos para alcanzarlos; (2) Requisitos para los proveedores en relación con los estándares sobre bienestar animal; (3) Forma de encarar, si</p>	<p>Las relaciones entre SMU y sus proveedores se rigen por políticas y procedimientos que buscan promover la transparencia, el trato justo y las buenas prácticas. Incluyen el Código de Ética y Conducta de Negocios y las políticas de prevención de delitos, derechos humanos, abastecimiento responsable y bienestar animal, entre otras políticas y procedimientos específicos dependiendo de la naturaleza de cada proveedor.</p> <p>Para definir si se inicia o mantiene una relación contractual o comercial, SMU evalúa a los proveedores actuales y potenciales en función de criterios que dependen de la naturaleza del producto o servicio a contratar. Estos criterios pueden incluir, entre otros, factores relacionados con el sistema de control interno del proveedor, eficiencia energética, cumplimiento de normativa laboral, anticorrupción, inclusión social y agricultura sostenible.</p>

MEMORIA INTEGRADA 2025

la hay, los estándares sobre bienestar animal en los contratos con los proveedores.

La entidad describirá el uso que hace de las certificaciones de bienestar animal.

Como parte de su gestión de riesgos en la cadena de suministro, SMU ha implementado de manera progresiva un proceso de debida diligencia en DDHH en las distintas operaciones de la Compañía. Este proceso incluye riesgos de derechos humanos en la cadena de suministro, y desde el año 2024 los riesgos identificados fueron incorporados en la gestión de riesgos habitual de la Compañía. Al ser la debida diligencia en DDHH un proceso continuo, durante 2025, se continuó con la revisión y ajuste de riesgos y controles, reforzando su monitoreo y fortaleciendo los procedimientos de gestión. Ese mismo año, y como parte del proceso de doble materialidad para la memoria integrada de la Compañía, se llevó a cabo un exhaustivo levantamiento de información desde los grupos de interés, siendo los riesgos en derechos humanos, y dentro de ellos los de la cadena de suministro, un insumo para la identificación y evaluación de impactos corporativos.

Con respecto al bienestar animal, de acuerdo con su política de bienestar animal, SMU rechaza prácticas que se aparten del respeto por el bienestar animal y exige a sus proveedores que cumplan con los debidos permisos y normativa legal en esta materia. Asimismo, la Compañía se encuentra levantando información y buenas prácticas, incluyendo certificaciones, con sus proveedores de productos de origen animal para aumentar la visibilidad de factores relacionados con el bienestar animal y que éstos sean considerados en los procesos de compra, cumpliendo así con las condiciones sanitarias y éticas asociadas a estos productos.

FB-FR-310a.4	La entidad examinará sus estrategias para reducir los efectos ambientales de los embalajes, como la optimización del peso y el volumen del embalaje para una aplicación determinada o la utilización de materiales alternativos, incluidos aquellos que son renovables, reciclados, reciclables o compostables.	De acuerdo con su Política de Gestión Ambiental, SMU busca reducir su impacto a través del reciclaje, valorización y reutilización de sus residuos, y está permanentemente evaluando nuevas prácticas para mejorar su gestión. Adicionalmente, la Compañía promueva el reciclaje con sus clientes y colaboradores. En esta línea, busca aumentar la reciclabilidad de los productos de marcas propias de SMU.
--------------	---	---

MEMORIA INTEGRADA 2025

Parámetros de Actividad		
Código SASB	Parámetro	Respuesta
FB-FR-000.A	Número de (1) puntos de venta al por menor y (2) centros de distribución	(1) 447 (2) 11
FB-FR-000.B	Superficie total de (1) espacio de venta al por menor y (2) centros de distribución	(1) 524.000 m2 (2) 179.000 m2
FB-FR-000.C	Número de vehículos en la flota comercial	No aplica. Los vehículos utilizados en las operaciones de SMU son de propiedad de y operados por terceros.
FB-FR-000.D	Toneladas por milla recorrida	No aplica. Los vehículos utilizados en las operaciones de SMU son de propiedad de y operados por terceros.

