



SMU mejora Ebitda y venta de locales impulsa ganancias en el segundo trimestre

La cadena de supermercados aumentó en 8% su Ebitda, alza que atribuyó a su foco en rentabilidad y disciplina en gastos, pese a las menores ventas. Entre abril y junio, la empresa elevó sus ganancias en 126%, a \$ 14.952 millones, en parte explicado por la venta de opciones de compra de siete tiendas.

PAULINA ORTEGA

SMU reportó sus resultados financieros correspondientes al segundo trimestre del 2025. La firma supermercadista reportó utilidades de \$14.952 millones entre abril y junio de este año, lo que significó más que duplicar las ganancias del mismo periodo del 2024. Así, subió 126,2% versus los \$6.609 millones del año pasado.

La firma, controlada por la familia Saieh, dueña también de Copesa, empresa que edita La Tercera, en los primeros seis meses del año sumó ganancias de \$19.162 millones, lo que es una baja de 25%.

La compañía explicó a través de un comunicado que los resultados del segundo cuarto del año fueron impulsados por “una ganancia no operacional de la venta de opciones de compra de siete tiendas que contaban con un contrato de leasing, y que seguirá operando bajo contratos de arriendo de largo plazo, optimizando su posición financiera, haciendo mejor uso de sus activos y focalizándose en su negocio core que le da mayor rentabilidad”.

Esto significó un impacto positivo de \$13.443 millones antes de impuestos y mejoró el resultado no operacional en \$14.117 millones en el trimestre.

Los ingresos de actividades ordinarias de SMU llegaron a \$678.275 millones en el trimestre y \$1.384.985 millones en el semestre, una caída de 1,9% y 1,3%, respectivamente.

“El principal motivo de la disminución

en ingresos es la definición estratégica de la compañía de priorizar la rentabilidad, optimizando su actividad 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 del año 2024 incluye una estrategia de ventas que no es comparable con la de este año”, explicó SMU.

A raíz de esta estrategia, el costo de ventas se redujo un 5% en el trimestre. Mientras, el margen bruto aumentó de 30,1% a 32,4%.

El Ebitda de la compañía en el segundo trimestre llegó hasta los \$50.637 millones, lo que es un alza de 8%. El gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, dijo que aquello “es consecuencia de nuestro foco en rentabilidad y disciplina en gastos, lo que se ve reflejado por el aumento de un 5,5% en la ganancia bruta del trimestre, pese a las menores ventas”. En el semestre, el Ebitda suma \$104.829 millones, un 8% menos que el igual lapso de 2024.

“En relación con nuestra estrategia, seguimos avanzando con el plan de crecimiento orgánico, inaugurando cinco locales nuevos –tres de Unimarc y dos de Maxiahorro– en lo que va del tercer trimestre, alcanzando 40 aperturas desde 2023 a la fecha. En promedio estos locales están superando el plan de ventas y con un muy buen desempeño operacional, en términos de indicadores como venta por metro cuadrado, venta por jornada equivalente y margen ebitda”, agregó Marcelo Gálvez. ●