



JULIO CASTRO

SMU aumenta ganancias tras priorizar negocios más rentables

La cadena de supermercados SMU, ligada a la familia Saieh, decidió reenfocar su estrategia en 2025 hacia aquellas actividades de mayor rentabilidad. Según los resultados del ejercicio, el plan les habría resultado, porque pese a bajar 2,4% sus ingresos en el año, las ganancias fueron en el sentido contrario y subieron casi 30%, sumando \$ 63.123 millones.

Sin embargo, en su análisis razonado, la firma reportó un aumento en sus gastos operacionales, que crecieron 5,6% en el 2025 respecto al ejercicio anterior, “explicado principalmente por alzas extraordinarias en costos laborales y tarifas eléctricas, afectando las cuentas de gastos de personal y gastos de servicios”.

Las alzas extraordinarias en gastos operacionales afectaron el Ebitda, que disminuyó 6,1% en el año y alcanzó \$ 217.721 millones.

La disminución en las ventas en el año 2025 se debe a “definiciones estratégicas de la compañía, las cuales buscan posicionarla para crecer de forma rentable y sostenible en el futuro”, reseñó SMU.

Su foco en 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”, precisó.*