



Utilidades de SMU aumentaron 29% en 2025

La cadena supermercadista que opera Unimarc ganó US\$ 70 millones en 2025, impulsada por operaciones de venta y leaseback de locales. En el cuarto trimestre, las ganancias bajaron 27%.

PAULINA ORTEGA

La compañía supermercadista SMU – matriz de Unimarc, Alvi y Super10– reportó este lunes una mejora en sus utilidades, con un incremento de 29% en el 2025 versus el ejercicio 2024, impulsada por efectos no operacionales. Las ganancias de la compañía llegaron hasta los \$63.123 millones (US\$ 70 millones). En el cuarto trimestre, las ganancias bajaron un 27,1%, a \$ 11.347 millones, por un menor resultado no operacional.

Según detalló la compañía, la utilidad del año incluye “la ganancia de las operaciones de venta y leaseback que realizó SMU durante los primeros nueve meses del año, permitiendo optimizar su posición financiera haciendo un uso más eficiente de los activos que tenían en leasing”.

“Durante 2025, tomamos decisiones estratégicas que apuntan al crecimiento rentable y sostenible de SMU en el futuro, pero que afectaron negativamente a las ventas del período. Un avance muy relevante fue la consolidación de nuestra estrategia multiformato en Chile, a través de la aceleración de las conversiones de tiendas Mayorista 10 a los formatos Super10 y Alvi”, estableció el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez.

“Inicialmente, las ventas de las tiendas convertidas disminuyeron, porque el proceso implicó intervenciones y cambios de surtido, afectando temporalmente la experiencia del cliente. Este efecto transitorio ha sido necesario para ofrecer innovadoras propuestas de valor, bajo las nuevas banderas, para nuestros clientes, las cuales nos permitirán competir mejor y, en consecuencia, mejorar nuestros ingresos”, añadió Gálvez.

Los ingresos de la compañía en el último cuarto del año llegaron a \$744.394 millones (US\$821 millones), una baja 0,7% en el período. “Sin embargo, se destaca una importante mejora en el formato Uni-

marc, cuyos ingresos crecieron un 1,9% en el cuarto trimestre, con un aumento de 0,9% en las ventas de locales equivalentes”, destacó la compañía, ligada a la familia Saieh, dueña también de Copesa, empresa que edita La Tercera.

En el año, los ingresos llegaron a \$2.819.055 millones (US\$3.108 millones), 2,4% menos que en 2024.

SMU precisó que durante el período la firma trabajó en priorizar la rentabilidad, lo que significó “optimizar la 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”. El margen bruto mostró una mejora sostenida, con un incremento de 150 puntos base en el año, alcanzando 32,2%.

El Ebitda de SMU llegó a \$217.721 millones (US\$240 millones), menor en un 6,1% versus el 2024.

“Nuestro plan estratégico 2026-2028 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. En estos primeros meses de 2026, ya hemos implementado iniciativas, incluyendo mejoras de surtido y promociones diseñadas para hacerles la vida más fácil a nuestros diferentes segmentos de clientes”, dijo Gálvez.

“Asimismo, hemos avanzado de acuerdo con el plan de crecimiento orgánico, con cuatro aperturas en lo que va del año: dos del formato Unimarc, en Chile, y dos del formato Maxiahorro, en Perú. Nuestro plan contempla un total de 60 aperturas, incluyendo 16 en 2026. El capex del plan es de \$370 mil millones, incluyendo aproximadamente \$120 mil millones para este año”, finalizó el ejecutivo. ●