

CMPC eleva utilidades hasta los US\$481 millones a septiembre, gracias al mejor precio promedio de la celulosa

El resultado acumulado en el año de la firma perteneciente al grupo Matte mostró mejoras en celulosa y biopacking, pero una reducción en las ventas de algunos productos tissue.

VÍCTOR GUILLOU

Un ligero aumento en las ganancias registró Empresas CMPC, *holding* forestal del grupo Matte. Según informó a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), durante los primeros nueve meses del año la firma acumula ganancias por US\$481 millones, resultado que marca un alza de 10% frente a las utilidades por US\$435 millones vistos en el mismo período del año previo. Según se desprende del análisis razonado con el que la firma acompañó los resultados, el alza en la ganancia está asociada a una mejor generación de Ebitda.

Entre enero y septiembre, el indicador financiero mostró un alza de 9% hasta los US\$1.209 millones, elevando el margen Ebitda hasta el 20,8%.

Según detalló la firma en el documento, la mejora reflejó los "mayores resultados en el negocio de celulosa, gracias a mayores volúmenes y contención de costos y gastos".

"Los volúmenes de ventas a terceros del negocio forestal mostraron crecimiento frente al trimestre previo, el cual se vio afectado por el paro portuario en Coronel, Chile, durante los meses de abril y mayo. Así, en el tercer trimestre, los volúmenes de venta aumentaron 15% en la comparación trimestral, principalmente por madera aserrada y madera pulpable", señala el documento.

Esos sí, en comparación al año anterior, los volúmenes de venta se redujeron en 8%, "lo que se explica principalmente por las menores ventas de madera aserrable, *plywood* y otros. Esto fue compensado parcialmente por mayores ventas de madera pulpable, madera aserrada y madera remanufacturada", detalló la firma.

Los ingresos por ventas de la principal unidad de negocios ascendieron hasta los US\$2.385 millones, marcando una caída de 9% anual, pero explicando US\$500 millones de los US\$1.497 millones en ganancia

bruta del *holding*.

En el tercer trimestre, las ventas del segmento totalizaron US\$857 millones, mayores en 14% al segundo trimestre, y 15% al mismo cuarto del año 2023. El resultado reflejó "mayores volúmenes de venta que fueron parcialmente compensados por menores precios de la celulosa en los mercados internacionales" en la comparación trimestral, pero "un mayor precio promedio, compensado en parte por un menor volumen de venta" en la comparación a doce meses.

En el resultado acumulado también se observó una baja tanto en *Biopackaging*, como en Softys, firma enfocada en productos tissue y de cuidado personal. En la primera área de negocios, los ingresos acumulados a septiembre sumaron US\$831 millones, marcando un descenso de 7%. Sin embargo, en la comparación trimestral, se vio una leve mejora.

Entre un año y otro, los volúmenes de venta aumentaron 5%, hasta las 660 miles de toneladas.

"En el comparativo, se observa que hubo mayores ventas de cartulinas, otros papeles, cajas de cartón corrugado y bandejas de pulpa moldeada. Lo anterior fue acompañado de bajas en sacos de papel", detalló la empresa en su análisis razonado.

En tanto, las ventas de Softys registraron un descenso de 1% hasta los US\$2.603 millones, principalmente afectada por el desempeño de papel tissue, que mostró una baja de 11% hasta los US\$1.495. Pese a lo anterior, el Ebitda del segmento mejoró 15% hasta los US\$406 millones.

Los volúmenes totales del segmento subieron 7% hasta las 8.817 millones de unidades. Los productos de protección femenina muestran una caída acumulada anual de 2%, "dando cuenta también del bajo dinamismo del consumo en la región", comentó la firma. ●