

SMU reporta ganancias por US\$ 37 millones entre enero y septiembre

Al tercer trimestre los ingresos de la compañía totalizaron \$2.137.384 millones (US\$ 2.382 millones), un 0,7% más que los generados entre enero y septiembre de 2023. En el tercer trimestre crecieron 2,8%. Las utilidades bajaron 31,7% entre julio y septiembre, debido principalmente a un retroceso en el Ebitda.

PULSO

—La cadena de supermercados SMU reportó este lunes sus resultados financieros correspondientes a los primeros nueve meses del año, en los que registró ganancias por \$33.190 millones (unos US\$ 37 millones al tipo de cambio del cierre del período, de \$ 897,68). La cifra representa una baja de 35,2% en relación a igual período del año previo.

Al tercer trimestre los ingresos de la compañía totalizaron \$2.137.384 millones (US\$ 2.382 millones), superiores en 0,7% a los \$2.123.536 millones generados entre enero y septiembre de 2023.

En el tercer trimestre, en tanto, las utilidades bajaron 31,7% a \$7.468 millones mientras que las ventas de la compañía, subieron 2,8% frente a igual período del año anterior y sumaron \$734.600 millones, impulsado por un crecimiento de 3,6% en el formato Unimarc.

“Los clientes han respondido favorablemente a la actividad promocional que implementamos durante el segundo trimestre y que continuó en este tercer trimestre, de poner foco en productos básicos de alta sensibilidad al precio para los consumidores, mejorando la competitividad a través de precios más atractivos”, señaló Marcelo Gálvez, gerente general de SMU, empresa controlada por la familia Saieh, dueña también de Copesa, empresa que edita La Tercera, mediante un comunicado.

Asimismo, las ventas online de la compañía, a través de las plataformas propias y alianzas con last milers, crecieron 28%, tanto en los primeros nueve meses como en el tercer trimestre de 2024.

El Ebitda (ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización) acumulado a septiembre alcanzó a \$ 165.481 millones, menor en un 14,2% con respecto al mismo período del año anterior, explicado principalmente por un cambio en el mix de ventas, con un mayor peso de productos básicos, afectando el margen bruto de la compañía, sumado a presiones en los gastos operacionales, dijo la empresa.

“En lo que llevamos del cuarto trimestre, hemos logrado una mejora en nuestro margen bruto, producto de mayor eficiencia comercial y esperamos que esta tendencia se mantenga, para así tener una recuperación no solo en la venta sino también en el margen bruto y margen Ebitda”, puntualizó Gálvez.



En sus estados financieros, SMU reporta una participación en la industria supermercadista del 16,9%, considerando los últimos 12 meses medidos al 30 de septiembre de 2024.

PLAN ESTRATÉGICO 2023-2025

Entre julio y septiembre de este año, la compañía inauguró nueve locales, correspondientes a cinco Unimarc, dos Super 10, y un Alvi, en Chile, y un Maxiahorro en Perú. Esto representa un máximo histórico de aperturas en un trimestre, avanzando así en el crecimiento omnicanal.

“Al sumar las aperturas del primer semestre 2024 y de todo el año 2023, llevamos 28 nuevas tiendas en el marco de este plan, las cuales contribuyen al crecimiento de las ventas, y en promedio han tenido un desempeño por sobre el esperado en materia de ventas y Ebitda”, señaló el gerente general de SMU.

A septiembre, SMU suma 428 locales en sus dos países de operación: 398 en Chile y 30 en Perú. Hace justo un año, la cifra total era de

414. En total, las superficies de venta pasaron de 496 mil metros cuadrados a 504 mil de un año a otro. En Chile, el grupo opera 296 locales Unimarc y 102 mayoristas.

Las ventas por metro cuadrado alcanzaron a \$ 466.477 para los primeros nueve meses de 2024, un 1,1% menor que hace un año, pero en el tercer trimestre de 2024 subieron un 1,4% en relación a igual lapso de 2023, hasta \$ 480.984.

Por otra parte, en materia de experiencia del cliente, la compañía ha continuado con el desarrollo de marcas propias, lanzando más de 100 nuevos productos en lo que va del año, potenciando el surtido y facilitándoles el ahorro a sus clientes.

Mientras que en el ámbito de la eficiencia y la productividad se han implementado iniciativas que han ayudado a mitigar el impacto de la inflación, el mayor salario mínimo y el incremento en las tarifas eléctricas en los gastos operacionales. Por ejemplo, el proyecto Tienda Sostenible contempla el monitoreo y

control automático de clima e iluminación, permitiendo ahorrar energía, con una reducción de entre 5%-10% de consumo en los locales implementados este año.

La compañía también se encuentra en proceso de licitación para aumentar el número de instalaciones con tarifa eléctrica de cliente libre, pasando de un 15% a un 30% del consumo en Chile.

Finalmente, en el marco del eje de organización comprometida y sostenible, en septiembre se publicó el resultado de SMU en el S&P Corporate Sustainability Assessment 2024, donde el puntaje subió desde 62 a 68, situando a la compañía en el top 5% de las empresas evaluadas a la fecha (Puntaje y percentil al 17 de septiembre de 2024. El puntaje tiene una escala de 0 a 100). “Este resultado nos deja muy satisfechos, porque refleja los avances en nuestra gestión de la sostenibilidad. Tuvimos mejoras en las tres dimensiones evaluadas: gobernanza y económica; ambiental; y social”, afirmó Marcelo Gálvez. ●