



SMU cierra el ejercicio 2024 con utilidades por US\$ 49 millones

La cadena de supermercados subió en 0,9% sus ventas. Las ganancias bajaron 45% en el año. La firma agregó 20 tiendas en 2024 y cerró con 433 entre Chile y Perú.

SOFÍA ARAVENA

—SMU, la cadena de supermercados que opera la marca Unimarc, cerró 2024 con ganancias por \$48.750 millones (US\$ 49 millones), con un descenso de 45,1% respecto del año anterior. En el cuarto trimestre, las utilidades ascendieron a \$15.560 millones (US\$ 15,6 millones, con el tipo de cambio del cierre del año), lo que implicó una baja de 56,8% respecto del mismo periodo de 2023. La compañía explicó que el descenso del cuarto trimestre obedeció principalmente por el efecto no recurrente del recupero de un seguro en el cuarto trimestre de 2023, que generó una ganancia de \$12.794 millones en ese periodo.

En cuanto a los ingresos trimestrales, estos fueron por \$749.781 millones, con un alza de 1,5% respecto al mismo periodo de 2023, y para todo el año, las ventas sumaron \$2.887.165 millones, con un incremento de 0,9% respecto al año anterior.

“En nuestro permanente afán por ayudar a nuestros clientes a optimizar su presupuesto familiar, durante 2024 implementamos un cambio en la estrategia promocional, poniendo foco en productos básicos de alta sensibilidad al precio para los consumidores, mejorando así la competitividad y la venta, pero con un impacto negativo en el margen bruto del segundo y tercer trimestre. Durante el cuarto trimestre, mantuvimos esta estrategia promocional, contribuyendo al crecimiento de 1,5% en los ingresos, pero además recuperamos el margen, a través de mejoras en la eficiencia comercial y de la optimización del surtido promocional”, dijo en un comunicado el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez.

SMU es controlada por la familia Saieh, propietaria además de Copesa, empresa que edita La Tercera.

El Ebitda trimestral totalizó los \$66.472 millones, mientras que en todo el 2024 ascendió a \$231.953 millones. El margen Ebitda alcanzó a 8,9% de las ventas en el cuarto trimestre y un 8% en el año completo. “De esta forma, nos posicionamos para seguir avanzando hacia nuestro objetivo de largo plazo, de 9%, en los próximos años”, agregó Gálvez.

En 2024, la empresa inauguró 20 locales en sus distintos formatos, tanto en Chile como en Perú. Al cierre de 2024, SMU cuenta con 400 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, 10 más que los 390 locales al cierre de 2023, y un total de 486.271 metros cuadrados. En Perú, tiene 33 locales (19.433 metros cuadrados). Así, cerró 2024 con 433 tiendas.

La compañía destacó también una recuperación en el margen bruto, tras caídas en los dos trimestres anteriores. En el cuarto trimestre, la cifra subió a 31,5%, comparado con el 30,8% registrado en el mismo periodo de 2023.

“Hemos continuado avanzando en nuestro plan de aperturas, que es parte del eje de crecimiento omnicanal de la estrategia 2023-2025 de SMU y que contempla la apertura 58 tiendas en tres años. Asimismo, las ventas online, realizadas tanto a través de las plataformas propias de SMU, así como también a través de alianzas estratégicas con last millers, crecieron en 21% en el año 2024, pasando a representar un 4% de participación de las ventas de locales con operaciones online, y un avance con respecto al 2,8% alcanzado en 2023”, agregó Gálvez. 📍

