

Modaes

Empresa

Cencosud, cuesta abajo: gana un 42% menos y contrae sus ventas un 6,7% en 2018

El grupo ha finalizado el año con una cifra de negocio de 9.755,1 billones de pesos (14.302 millones de dólares). Las tiendas departamentales Paris encogieron sus ventas un 1,2%.

Modaes
29 mar 2019 - 00:00

Cencosud, cuesta abajo: gana un 42% menos y contrae sus ventas un 6,7% en 2018

Cencosud cierra un ejercicio para el olvido. El gigante chileno del retail, dueño de las tiendas departamentales Paris, ha finalizado 2018 con sus ventas a la baja, mientras la utilidad cayó a doble dígito.

Entre enero y diciembre, **las ventas de Cencosud fueron de 9.755.154 millones de pesos chilenos (14.302 millones de dólares)**, un 6,7% menos que en el ejercicio 2017. La empresa también contrajo su cifra de negocio en el cuarto trimestre, con un descenso interanual del 7,7%, hasta 2.630.179 millones de pesos (3.856,1 millones de dólares).

La ganancia de Cencosud en el acumulado anual ascendió a 257.241 millones de pesos (377,1 millones de dólares), lo que supuso un desplome del 41,6% respecto a 2017. La compañía atribuyó el resultado negativo a las presiones macroeconómicas en Argentina y la dinámica promocional en Chile.

Sin embargo, la empresa de Horst Paulmann destacó el buen desempeño de sus tiendas por departamento en el mercado peruano. **Paris, que opera únicamente en Chile y Perú, anotó unas ventas de 370.040 millones de pesos chilenos (542,5 millones de dólares), un 1,2% menos** que en el año anterior.

En el país inca, Paris disparó sus ingresos un 23,8%, hasta 31.759 millones de pesos (46,5 millones de dólares). En cambio, Chile penalizó las ventas de las tiendas por

departamento de Cencosud en 2018, con un descenso interanual del 3%, hasta 338.280 millones de pesos (495,9 millones de dólares). A cierre del ejercicio, Paris contaba con 92 establecimientos, 81 de ellos en Chile y los once restantes en Perú. La compañía abrió una tienda en su mercado local durante 2018.

El negocio de los centros comerciales de Cencosud también tambaleó en el último año. Los *malls* del grupo, que comenzarán a cotizar en bolsa el próximo abril, anotaron unos ingresos de 70.114 millones de pesos (102,7 millones de dólares), un 1,4% menos que el año pasado.

Paris contrajo sus ventas 1,2% en 2018, mientras que los centros comerciales de Cencosud facturaron un 1,4% menos

El descenso estuvo protagonizado por Argentina, donde las ventas de los centros comerciales de Cencosud cayeron un 6,3%. En su mercado local, el grupo chileno se mantuvo estable, mientras que en Perú y Colombia la compañía elevó su facturación un 5% y un 1,5%, respectivamente.

A cierre del cuarto trimestre de 2018, Cencosud operaba con 61 centros comerciales, siete más que en el mismo periodo del año anterior. A pesar de haber aumentado su número de *malls*, el grupo contrajo su superficie de ventas, con 689.905 metros cuadrados de superficie comercial, frente a los 790.268 metros cuadrados que contaba en 2017.