

Modaes

Empresa

Cencosud inicia el año con mal pie y desploma su beneficio un 37% hasta marzo

El retailer chileno, propietario de las tiendas departamentales Paris, elevó su facturación un 1,7% en el primer trimestre, hasta 2.523.563 millones de pesos chilenos (3.745,3 millones de dólares).

Modaes
26 may 2017 - 00:00

Cencosud inicia el año con mal pie y desploma su beneficio un 37% hasta marzo
Cencosud tropieza en el arranque del año. El retailer chileno, propiedad de **Horst Paulmann**, ha finalizado el primer trimestre de su ejercicio con un descenso del 37% de sus utilidades netas, hasta 68.077 millones de pesos chilenos (101 millones de dólares).

Si bien el beneficio de la compañía evolucionó a la baja, la caída es menor de lo que habían previsto los analistas, que en la semana anticiparon un desplome del 48% de las ganancias de **Cencosud**.

A pesar de la caída, la compañía mantuvo al alza sus ingresos en el primer trimestre del año. El grupo, propietario de las tiendas departamentales **Paris**, facturó entre enero y marzo 2.523.563 millones de pesos (3.745,3 millones de dólares), un 1,7% más que el mismo periodo del año anterior.

Las tiendas departamentales Paris elevaron su facturación un 6,3% en Chile y Perú

Por mercados, Brasil fue el país de mayor crecimiento para **Cencosud**, ya que incrementó sus ventas un 6,7%, hasta 404.273 millones de pesos (599,9 millones de dólares). Sin embargo, teniendo en cuenta los tipos de cambio, los ingresos de la compañía cayeron un 8%.

Chile continúa siendo el principal mercado para el grupo de **Horst Paulmann**, con una facturación de 1.051.487 millones de pesos (1.560,5 millones de dólares), un 2,1%

Modaes

más que el primer trimestre de 2016.

En Argentina, **Cencosud** elevó sus ventas un 1,2%, hasta 629.636 millones de pesos (934,4 millones de dólares). Perú y Colombia fueron los dos mercados en el que la compañía chilena contrajo su facturación, con descenso del 3,3% y del 2,3%, respectivamente.

En el primer trimestre, Cencosud abrió las puertas de un nuevo centro comercial en Chile

El grupo atribuye dichos descensos a la depreciación del sol frente al peso chileno y a las inundaciones que sufrió Perú a principios de año. Mientras que la caída en Colombia se vio afectada por el aumento del IVA y la reducción de la confianza de los consumidores.

Pese a las caídas, el negocio de tiendas departamentales de **Cencosud** evolucionó favorablemente en el primer trimestre. **Paris** elevó su facturación un 6,3%, hasta 262.800 millones de pesos (390 millones de dólares).

En Chile, las tiendas departamentales vendieron 247.384 millones de pesos (367 millones de dólares), un 5,9% más que el mismo periodo del año anterior. El mayor crecimiento se registró en Perú, con un incremento del 12,5% de sus ingresos, hasta 15.416 millones de pesos (22,8 millones de dólares).

Por último, los centros comerciales de la compañía chilena también elevaron sus ingresos en los primeros tres meses del año, con un alza del 10%, hasta 59.483 millones de pesos (88,2 millones de dólares). En enero, **Cencosud** puso en marcha el complejo **Portal Valdivia** en Chile.