

Empresa

Cencosud se recupera: triplica su beneficio en el primer trimestre pese a contraer sus ventas

El grupo chileno, dueño de las tiendas Paris y Johnson, incrementó sus ingresos un 7,1% en los primeros tres meses, hasta 2.250.301 millones de pesos chilenos (2.638,99 millones de dólares).

Modaes
31 may 2019 - 00:00



Cencosud se recupera. El gigante chileno del retail, que desplomó su utilidad un 42% en 2018, recuperó su rentabilidad en el primer trimestre del ejercicio 2019. El grupo triplicó sus ganancias, hasta situarlas en 177.361 millones de pesos (272,5 millones de dólares), frente a los 52.453 millones de pesos (80,5 millones de dólares) del mismo periodo del año anterior.

El aumento estuvo motivado por la venta del 51% de los servicios financieros de Cencosud en Perú, la adopción de la norma NIIC16 y por mejoras en sus

supermercados y tiendas de mejoramiento del hogar en Colombia, Argentina y Brasil.

Sin embargo, la compañía de Horst Paulmann volvió a contraer sus ingresos, penalizado por los tipos de cambio del peso chileno frente al argentino. En concreto, Cencosud anotó un descenso interanual del 7,1% en el primer trimestre, hasta 2.250.301 millones de pesos (3.457,8 millones de dólares).

Cencosud contrajo las ventas de sus tiendas por departamento un 5,5% en el primer trimestre

En cambio, en el canal online, el retailer chileno anotó mejores resultados. Las ventas de ecommerce de Cencosud se elevaron un 28,4% en el primer trimestre, con una penetración del 2,9%. Los ingresos online de las tiendas por departamento crecieron un 15,5% entre enero y marzo, siendo las que menos crecieron entre los modelos de negocio de la compañía.

En el primer trimestre, las tiendas departamentales de Cencosud facturaron 249.668 millones de pesos chilenos (383,6 millones de dólares), un 5,5% menos que en el mismo periodo del año anterior. En su mercado local, el grupo cayó un 7,2%, hasta 228.624 millones de pesos (351,3 millones de dólares), mientras que en Perú crecieron un 19%, hasta 21.045 millones de pesos (32,3 millones de dólares). A cierre de los primeros tres meses del ejercicio 2019, Cencosud contaba con 91 tiendas departamentales en ambos países, con una superficie de 447.326 metros cuadrados.

En la previa de la salida a bolsa de sus centros comerciales, los *malls* de la compañía facturaron 59.092 millones de pesos (90,8 millones de dólares), un 0,4% menos que en el mismo periodo del año anterior. La empresa creció en todos los mercados en los que opera con este formato, excepto Argentina, donde contrajo sus ingresos un 25,4% y en Colombia, donde los estancó un 0,8%.