

Empresa

Cencosud vuelve a beneficios en el tercer trimestre, pero crece un 6% menos

El gigante chileno obtuvo un resultado neto de 34.950 millones de pesos chilenos (51,5 millones de dólares).

Modaes
23 nov 2016 - 00:00



Cencosud deja atrás sus números rojos. Tras haber perdido 29.901 millones de pesos chilenos (44,1 millones de dólares) entre julio y septiembre de 2015, el retailer chileno repunta sus resultados y crece hasta 34.950 millones de pesos (51,5 millones de dólares). El resultado operacional (ebitda) de la compañía chilena aumentó un 26,7% en el tercer trimestre, hasta 123.697 millones de pesos (182,5 millones de dólares).

En comparación con las previsiones de los analistas, el desempeño del retailer es menor al previsto, ya que habían anunciado que el grupo ganaría hasta 39.924 millones de pesos chilenos (60,6 millones de dólares).

Sin embargo, los ingresos del grupo de **Horst Paulmann** se vieron reducidos en el tercer trimestre. Entre julio y septiembre **Cencosud** facturó 2,4 billones de pesos (3.683,4 millones de dólares), un 6,6% menos que el mismo periodo del año anterior.

Pese al bajo rendimiento, las tiendas departamentales de la compañía cerraron el tercer trimestre en positivo. La cadena **Paris**, con la que el grupo opera en Perú y Chile, aumentó sus ingresos un 8,4% y un 7,3%, respectivamente.

Cencosud ha cerrado veinte establecimientos en el marco de la reestructuración de tiendas de bajo rendimiento

El negocio de los centros comerciales de **Cencosud** facturó un 2,5% menos que el tercer trimestre del año anterior. Por mercados, la compañía aumentó su cifra de negocio en Perú, Chile y Colombia, mientras que la redujo un 24% en Argentina.

En el tercer trimestre de su ejercicio, la compañía chilena levantó la persiana de dos tiendas por departamento **Paris**, una en su mercado local y otra en Perú. A su vez, el grupo puso en marcha dos supermercados de sus cadenas **Jumbo** y **Vean**, ambos en Argentina. La compañía se encuentra reestructurando su negocio de tiendas no rentables, de las cuales ya lleva cerradas veinte.

El pasado 4 de noviembre, **Cencosud** concretó la venta de Teleticket, agencia de venta de entrada de espectáculos, con la que operaba en Perú. El grupo chileno Punto Ticket se hizo con las acciones del negocio por cinco millones de dólares.