

# Modaes

Empresa

## Ganancias a doble dígito pero ventas planas: cara y cruz de las departamentales en el primer trimestre

En los primeros tres meses, los cinco mayores grupos del sector anotaron una facturación conjunta de 8.745,7 millones de dólares, mientras que la utilidad se disparó un 26,3% por el impulso de Cencosud y El Palacio de Hierro.

María Bertero  
31 may 2019 - 00:00



1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/ganancias-a-doble-digito-pero-ventas-planas-cara-y-cruz-de-las-departamentales-en-el-primer-trimestre>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

# Modaes

Las tiendas departamentales de Latinoamérica inician el año a doble velocidad. Mientras los mayores retailers de Chile se vieron penalizados por la caída del consumo en su mercado local, los gigantes mexicanos de las tiendas por departamento salvan el ritmo en el primer trimestre. **El conjunto de la facturación de Falabella, Cencosud, Liverpool, Ripley y El Palacio de Hierro se mantuvo en plano en los tres primeros meses del año**, pero los cinco retailers lograron disparar el beneficio total un 26,3% respecto al mismo periodo del año anterior.

**En el primer trimestre el sector anotó unos ingresos de 8.745,7 millones de dólares** (teniendo en cuenta el tipo de cambio a 31 de mayo de 2019). Del total, **Falabella fue el que más aportó a la facturación global de los cinco mayores grupos**, con unas ventas de 3.183,6 millones de dólares.

Le siguió de cerca su rival chileno Cencosud con una cifra de negocio de 3.180,9 millones de dólares. La diferencia fue que el grupo de Horst Paulmann contrajo sus ventas respecto al mismo periodo del año anterior, siendo la única compañía que no creció en el arranque del ejercicio.

**La mexicana Liverpool anotó la mayor alza en el primer trimestre**, con un incremento de sus ventas del 8,7%, seguida por El Palacio de Hierro, que registró un avance de su facturación del 7,6%. Los tres grupos chilenos de tiendas por departamento fueron los del desempeño más flojo en el inicio del año, producto de un menor dinamismo de la economía del país andino, el aumento de las promociones en el sector y la caída de turistas en el país.

Pese al estancamiento conjunto, **los cinco mayores grupos de tiendas departamentales de Latinoamérica anotaron una utilidad total de 401,9 millones de dólares**, lo que supuso un incremento del 26,3% frente al periodo comprendido entre enero y marzo de 2018. En este caso, Cencosud triplicó sus ganancias y fue la compañía que anotó el beneficio más alto en el primer trimestre, con un resultado de 216,6 millones de dólares.

Por el lado de las empresas mexicanas, El Palacio de Hierro engordó su beneficio a doble dígito, mientras que Liverpool ganó un 3,9% más. En cambio, Falabella y Ripley anotaron un resultado neto negativo, con caídas del 37,8% y el 32,6%, respectivamente. **La empresa ligada a la familia Calderón fue la que menos aportó a las ganancias totales de las cinco compañías**, con una utilidad de sólo 9,6 millones de

---

# Modaes

---

dólares.

## **Falabella lideró los ingresos de los cinco mayores grupos de tiendas por departamento de Latinoamérica**

**La apuesta por el ecommerce y la omnicanalidad se ha vuelto casi una obsesión para los cinco grupos.** En la presentación trimestral de sus resultados todos detallaron el avance en porcentaje del comercio electrónico, aunque sin especificar datos totales.

El canal online de las tiendas departamentales de Falabella copa el 18% de ese segmento, mientras que los ingresos de todos sus negocios en la Red de Cencosud y Ripley se elevaron un 28,4% y un 43,5%, respectivamente.