

Empresa

Prueba de fuego para los titanes de las departamentales tras contraer su beneficio hasta septiembre

Los cinco mayores grupos de Latinoamérica anotaron en total un beneficio neto de 1.072,7 millones de dólares en los nueve primeros meses del ejercicio, un 4,2% menos que en el mismo periodo del año anterior.

María Bertero
3 dic 2018 - 00:00

Prueba de fuego para los titanes de las departamentales tras contraer su beneficio hast

Los gigantes latinoamericanos del retail se enfrentan a un último trimestre de infarto. Los cinco mayores grupos del sector acumulan una caída de su beneficio del 4,2% en los nueve primeros meses. **El descenso estuvo protagonizado por Cencosud y Falabella**, los únicos dos grupos de tiendas departamentales que situaron su utilidad a la baja entre enero y septiembre. **¿Podrá la campaña de Navidad salvar el ejercicio para los titanes del sector?**

Mientras sus rivales europeos y estadounidenses reordenan su parque de tiendas, los pesos pesados del retail latinoamericano han acelerado su expansión en la Red y mejorado su estrategia omnicanal. Sin embargo, las inversiones en materia de ecommerce y la caída del consumo en algunos mercados impactaron en los resultados del último trimestre.

Tras haber finalizado el primer semestre con un aumento del 4,7% de su beneficio, Cencosud, Falabella, Liverpool, El Palacio de Hierro y Ripley, acumularon una utilidad de 1.072,7 millones de dólares en los nueve primeros meses del año.

Los retailers chilenos fueron los que más resintieron sus resultados en el último tramo del ejercicio, especialmente Cencosud, cuyo beneficio se desplomó un 66%, hasta 40.719 millones de pesos chilenos (60,7 millones de dólares). Pero también su rival Falabella situó a la baja sus ganancias en el periodo comprendido entre enero y septiembre, con un descenso interanual del 3,3%.

En este sentido, el invierno poco frío en Sudamérica y la caída del turismo argentino de compras en Chile tuvieron que ver con los malos resultados de ambos grupos. Las ventas de Cencosud también se situaron a la baja, anotando una caída del 6,3% hasta septiembre, mientras que Falabella incrementó sus ingresos un 3,6%.

Ripley, sin embargo, fue la única compañía chilena de tiendas departamentales que mantuvo al alza sus ventas y su resultado en los nueve primeros meses, con incrementos interanuales del 2,2% y el 10,4%, respectivamente.

Falabella y Cencosud hundieron el resultado de los cinco mayores grupos de retail de Latinoamérica

Los retailers mexicanos encaran la recta final del ejercicio con mejor ánimo. En el caso de Liverpool, el grupo acumula un crecimiento a doble dígito, al mismo tiempo en que su utilidad creció un 11% entre enero y septiembre.

En el caso de El Palacio de Hierro, las tiendas departamentales de Grupo Bal dispararon su beneficio un 137,9%, hasta 70,8 millones de dólares. La compañía también mantuvo al alza sus ventas en los nueve primeros meses, con un ascenso interanual del 4%.

El último trimestre será clave para los gigantes latinoamericanos del retail para poder rentabilizar sus resultados a cierre del ejercicio. Las jornadas de descuentos como Black Friday, El Buen Fin o el Cybermonday y la campaña de Navidad serán una buena prueba para reactivar el consumo en los principales mercados de consumo de Latinoamérica.