

Cencosud, Falabella y Ripley eliminan más de 45 mil puestos de trabajo en América Latina desde su peak en 2015

LEONARDO CÁRDENAS

Durante el primer semestre de 2024 las tres grandes cadenas de *retail* chilenas y también con presencia en América Latina: Cencosud, Falabella y Ripley, emplearon a 217.940 personas, según sus últimos reportes financieros enviados a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF). Estas empresas comparten varios elementos clave: operan tiendas por departamentos, tienen operaciones tanto a nivel local como internacional y han sido actores históricos en el comercio chileno.

Cencosud, fundada por Horst Paulmann, inició su expansión internacional en 1988 con la apertura de su primer supermercado Jumbo en Argentina. Entre 1993 y 1995, Falabella, controlada por las familias Del Río, Solari y Cuneo, expandió sus operaciones a Argentina, Perú y Colombia. Finalmente Ripley, fundada por los hermanos Alberto y Marcelo Calderón, inauguró su primera tienda en Lima, Perú, en 1997.

Tras consolidar su presencia regional, estas compañías, vinculadas también al negocio financiero, incursionaron en el comercio electrónico, compitiendo con gigantes globales como Mercado Libre, Amazon y AliExpress. Sin embargo, tras conquistar parte del mercado latinoamericano, los tres *retailers* implementaron ajustes en sus dotaciones para optimizar la eficiencia operativa.

Así es como desde junio de 2015 -cuando alcanzaron su mayor número- a junio de este año, entre todos ellos eliminaron en total 46.261 puestos de trabajo, según sus reportes financieros. Ripley lideró la reducción con una caída de 27%, bajando de 25.043 empleados a 18.374. Por su parte, Falabella disminuyó su plantilla en un 17%, pasando de 94.940 a 78.684 trabajadores, mientras que Cencosud redujo su dotación un 16%, de 144.218 a 120.882 colaboradores.

Cencosud y Falabella operan en múltiples formatos, como supermercados, tiendas por departamentos, mejoramiento del hogar, centros comerciales y servicios financieros. Ripley, en cambio, compite en Chile y Perú únicamente en el negocio financiero y tiendas por departamentos. Cabe destacar que en el cálculo de su dotación total Cencosud no incluye a los trabajadores de su *joint venture* financiero CAT, con Scotiabank.

Falabella opera en Colombia, México, Perú, Chile, Brasil, Uruguay y Argentina. En tanto, Cencosud lo hace en Colombia, Brasil, Uruguay, Chile, Estados Unidos, Perú y Argentina. En el caso de Ripley, sólo está en Chile y Perú.

Claudio Pizarro, socio de CIS Consultores,

En el primer semestre de este año, Cencosud, Falabella y Ripley emplearon a 217.940 personas, pero desde 2015 han reducido en 46.261 los puestos de trabajo, liderados por Ripley, con un 27% menos de empleados. Falabella indicó que los ajustes responden a la búsqueda de mayor eficiencia en un entorno desafiante, mientras que Cencosud destacó la optimización de procesos y el impacto de eventos como su *joint venture* con Scotiabank y el cierre de tiendas. Ripley declinó comentar.



señaló que el principal desafío para estos *retailers* es la automatización de procesos, lo que incrementa la productividad y mejora la experiencia de compra. "La integración del comercio electrónico con las tiendas físicas, en un ecosistema omnicanal, será cada vez más relevante, lo que reducirá gradualmente la dotación de personal", afirmó. Pizarro comparó esta tendencia con la de los bancos, que están digitalizando operaciones y reduciendo sucursales, priorizando la interacción en línea.

"El *e-commerce* es solo uno de los factores a considerar en términos de dotaciones. En general, el enfoque está en la rentabilidad de cada empresa y en la creciente implementación de tecnología. Todo indica que los ajustes continuarán, a medida que los modelos se adaptan a una demanda más acotada, a los cambios en los hábitos de los clientes, a la definición del número de puntos de venta, a la incorporación de tecnología y a la integración multicanal, es decir, la fusión entre lo físico

y la venta remota. Esto debería conducir a modelos que garanticen rentabilidades más satisfactorias que las actuales. Y todo ello conlleva seguir ajustando las dotaciones", planteó Miguel Meyer, director de Master Asesorías.

EL ANÁLISIS DE DOS DE ELLAS

Consultado al respecto por **Pulso**, grupo Falabella respondió que "en línea con nuestra estrategia de ser una organización cada vez más efectiva, estamos constantemente adaptando nuestra operación y estructura organizacional, con el objetivo de tener la agilidad necesaria para evolucionar en escenarios dinámicos. Esto cobra especial relevancia para las empresas de retail en un contexto de consumo desafiado como el actual".

"Adicionalmente, a nivel grupo, hemos construido soluciones para mejorar la experiencia del cliente incorporando las tecnologías, herramientas y procesos que existen al día de hoy, que nos permiten operar de manera más

eficiente", añadió.

A su vez, Cencosud explicó que "es parte de una industria ágil y en constante evolución, y está permanentemente optimizando y haciendo más eficientes sus procesos con el propósito de potenciar su propuesta de cara a sus clientes y ser cada vez más competitivo en el largo plazo. En ese sentido, desde 2015 a la fecha han sucedido eventos que explican la evolución en dotación de colaboradores".

"Por ejemplo, tras el *joint venture* que en 2015 dio origen a la tarjeta Cencosud-Scotiabank, todos los colaboradores de Chile y Perú que trabajaban hasta entonces en el mundo de Tarjetas Cencosud dejaron de ser registrados como parte de la nómina de la compañía. A ellos, se agregan los cierres de Paris en Perú y Johnson en Chile, sumado al cierre o apertura de locales en los distintos países donde Cencosud opera, iniciativas que son parte del propio desarrollo del negocio", concluyó.

Ripley, en tanto, declinó responder las consultas en relación a este artículo. ●