



Ventas de Cencosud caen, pero empresa destaca el rendimiento en Chile y EEUU

La firma declinó referirse al triunfo de Trump en EEUU, donde se acerca a los 170 locales con The Fresh Market.

POR MARTIN BAEZA

El grupo Cencosud reportó una caída de un 1,4% en sus ingresos, que alcanzaron los \$3.770.679 millones durante el tercer trimestre del año. Esta cifra está afectada por la hiperinflación en Argentina, de manera que al excluir ese impacto las ventas registraron un crecimiento de 4,1%.

Efecto contrario ocurre en cuanto a las utilidades, ya que las ganancias de la controladora ascendieron a \$74.576 millones entre julio y septiembre, un 166,5% más altas que el año anterior. Excluyendo la hiperinflación, las utilidades crecieron un 6,5%.

En el acumulado, durante los primeros nueve meses, Cencosud registró

crecimientos de un 6,8% en ingresos y de un 4,2% en sus utilidades.

Con todo, en su análisis razonado, la firma ligada a la familia Paulmann destacó el desempeño de los negocios en Chile, dado que reportó incrementos interanuales en todos los segmentos. En una conferencia posterior a la publicación de los resultados, el gerente de Finanzas de Cencosud, Andrés Neely, puso énfasis en Mejoramiento del Hogar -donde la compañía opera a través de Easy-, que registró un crecimiento de un 7,7% en sus ventas, dando vuelta una tendencia de nueve trimestres consecutivos con caídas interanuales.

Por otro lado, la empresa también aludió al crecimiento interanual

de un 14,5% en las ventas de sus operaciones en EEUU -la cadena de supermercados The Fresh Market, que se encamina a alcanzar los 170 locales-, "impulsado por una mayor venta online (+34,7%) y la devaluación del peso chileno". No obstante, su presencia en Norteamérica, en la conferencia, el retailer descartó referirse al triunfo de Donald Trump en las elecciones presidenciales, señalando que era muy reciente y faltaba analizar.

Argentina y los desafíos regionales

En su informe entregado al regulador, la empresa también señaló que su Ebitda ajustado cayó un 4,9%

(excluyendo hiperinflación), lo que atribuyó mayormente a la contracción económica en Argentina. Dejando de lado ese país, el Ebitda consolidado de Cencosud aumentó un 17,1% año contra año.

Respecto de la situación en ese mercado, la gerenta de Relación con Inversionistas y Sostenibilidad, Mari-sol Fernández, sostuvo que "llevamos más de 30 años en Argentina, siempre ha sido un mercado rentable y somos líderes allá". Neely complementó que "vimos este trimestre una leve recuperación del comercio y el consumo en Argentina (...) las importaciones se vienen recuperando, lo cual sin duda reafirma nuestro optimismo y visión de largo plazo".

Sobre la caída en el Ebitda, la compañía también dijo que, en menor medida, se refleja "la competencia en Brasil, un contexto desafiante en Colombia y gastos extraordinarios de pre-apertura de nuevas tiendas en Estados Unidos y por el impacto del huracán Helene".

En una carta que acompañó los resultados, el CEO de Cencosud, Rodrigo Larrain, resumió el panorama geográfico: "Argentina atraviesa un período desafiante, pero mantenemos confianza en el futuro. Perú presenta sólidos niveles de rentabilidad y ofreciendo interesantes oportunidades de crecimiento. Brasil, por otra parte, en un contexto altamente dinámico y competitivo, estamos avanzando en iniciativas y oportunidades identificadas para mejorar nuestro desempeño y Colombia en un contexto desafiante donde estamos reformulando nuestra propuesta, empezamos a ver los primeros indicios de mejora".

Y agregó que: "A pesar del contexto económico que enfrentamos en los distintos países, seguimos muy entusiasmados y enfocados en las oportunidades que vemos en los diversos mercados. Estamos refinando nuestros planes e iniciativas estratégicas para acelerar nuestro crecimiento y rentabilidad, optimizar el uso de capital y generar las capacidades y ecosistema que nos permitan seguir liderando e innovando en la industria".

