

## Cencosud elevará inversiones hasta los US\$ 610 millones con foco en EEUU

El grupo Cencosud -controlado por la familia Paulmann- anunció que su plan de inversiones para este 2025 será de US\$ 610 millones, un incremento de 16% respecto del año pasado.

El plan incluye la apertura de 24 nuevos supermercados en los distintos países donde opera, que sumarán 44.000 m<sup>2</sup> de sala de venta, destacando 12 nuevas tiendas en Estados Unidos a través de sus supermercados de especialidad The Fresh Market.

Además, se contempla una nueva tienda de mejoramiento del hogar y la ampliación y

■ **“Cencosud se encuentra en una posición privilegiada para afrontar desafíos y cambios”, dijo su CEO.**

remodelación de siete centros comerciales, ampliando el GLA (superficie comercial arrendable) en 66.000 m<sup>2</sup>.

Desde el Sky Costanera, la compañía realizó este miércoles su presentación anual a inversionistas y analistas del mercado, en la que dio cuenta

de su plan de inversiones para este año. La actividad contó con la presencia de bancos de inversión, representantes de AFP e inversionistas nacionales y extranjeros.

Para este año, la compañía proyectó ingresos por US\$ 17.950 millones y un Ebitda ajustado de US\$ 1.870 millones, lo que representa un margen Ebitda de 10,4%, impulsado por márgenes de doble dígito en mercados clave como Chile, EEUU, Perú y Argentina, así como mejoras esperadas en el desempeño en Colombia y Brasil, dijo la empresa.

Durante su presentación a inversionistas, Rodrigo Larraín, CEO de Cencosud, enfatizó que la compañía se dirige hacia un “nuevo capítulo de un viaje construido sobre un legado de 60 años de espíritu emprendedor, crecimiento, una profunda pasión por el cliente y un gran equipo humano de más de 100 mil colaboradores”.

“Cencosud se encuentra en una posición privilegiada para afrontar los desafíos y cambios que están ocurriendo tanto a nivel tecnológico, como en los hábitos e intereses de los consumidores,



e impulsar el crecimiento y la rentabilidad a partir de las oportunidades del mercado”, dijo.

Además, dio cuenta de los pilares estratégicos en los que se enmarca su plan de inversiones: crecimiento y rentabilidad, experiencia e innovación, ecosistema retail y sostenibilidad.

En el pilar de crecimiento

y rentabilidad, la empresa destacó el rol de las marcas propias, su propuesta de retail media y el e-commerce como motor de crecimiento. Mientras que, en experiencia e innovación, se recalcó importantes mejoras operacionales, las que, se señaló, pretenden aumentar la eficiencia y calidad de sus productos y servicios.