

Cencosud, Falabella y Ripley reportaron mejoras en sus negocios minoristas al tercer trimestre:

Con medidas de eficiencia, grandes *retailers* mejoran resultados pese a alicaída economía

En medio de una desaceleración económica, disposiciones como el control de inventarios y mercadería impulsaron los resultados de las grandes compañías del sector en el mercado local.

N. BIRCHMEIER

Una recuperación a contracrrente ha experimentado el comercio este año, mientras la economía chilena sufre un estancamiento.

Según el último dato del Imacec de septiembre entregado por el Banco Central a inicios de noviembre, la actividad económica registró una variación nula en 12 meses, lo que llevó a recalcularse las expectativas de crecimiento para este año. Pese a este escenario, el comercio registró un aumento de 2,9% en términos anuales al mismo mes, principalmente gracias a las ventas minoristas y, en menor medida, a las mayoristas.

Este repunte del sector minorista también se ha reflejado en los balances corporativos de *retailers* como Cencosud, Falabella y Ripley. Estos actores han reportado recientemente mejores niveles de ventas y resultados operacionales durante el tercer trimestre de 2024, respaldados por sus planes de eficiencia y de manejo de inventarios, así como también, la reducción de campañas promocionales en los últimos meses.

Cencosud, dueña de la cadena Paris, reportó ingresos por \$234.792 millones en el tercer trimestre del año. Esta cifra representó un alza de 5,6% en su división de tiendas departamentales, versus igual período de 2023.

Por su parte, Falabella Retail en Chile registró un avance de



Pese al estancamiento de la economía chilena, el sector minorista ha reflejado un avance en el año. Empresas como Cencosud, Falabella y Ripley han reportado un incremento en sus ventas en el *retail*, según detallaron en sus balances corporativos.

2,7%, tras alcanzar ventas por \$416.792 millones en el tercer cuarto del año. A su vez, Ripley obtuvo ingresos por \$201.141 millones, lo que representó un aumento interanual de 5,1%.

Eduardo Ramírez, analista de BICE Inversiones, afirmó que en el período se observó una recuperación de estos *retailers*. "Creemos que la recuperación de resultados se puede ver de forma más notoria en el *retail* discrecional (Falabella y Ripley). Particularmente, en Chile, se mantuvo la tendencia de mejora en los negocios de tiendas por

departamento y en banco", dijo. No obstante, Ramírez advirtió que no se deben descuidar otras líneas de negocio de estas compañías, como es mejoramiento del hogar, para continuar observando una recuperación en el sector minorista. "Es un segmento en que potencialmente estamos viendo un cambio de tendencia en primera línea (ventas), pero que será relevante seguir monitoreando su desempeño en el futuro", indicó.

Entre las líneas ejecutivas de estos *retailers* coinciden en que si bien históricamente el tercer tri-

mestre no es un buen período para el comercio, debido a las liquidaciones de la temporada de invierno, este año lograron obtener mejores números, dados los esfuerzos en eficiencia y en mantener niveles de inventarios sanos, siendo "cautos en la compra de mercadería".

En conferencia con analistas, Alejandro González, CEO de Falabella, señaló ayer que en la compañía también están viendo frutos en su cambio de foco sobre los productos ofrecidos en sus locales. "En ciertas categorías pudimos enfocarnos en *fast*

fashion, como hemos estado compartiendo en los últimos trimestres, especialmente con este nuevo modelo de últimos lanzamientos en Falabella", aseguró el ejecutivo. "Eso se tradujo en una mejora del margen, y con esto pudimos superar los cierres de las tiendas", enfatizó.

Aterrizando expectativas

De todos modos, los analistas tienen expectativas más conservadoras para el comercio en los próximos períodos.

"Hay que tener cuidado con las cifras comerciales. Cuando la economía está creciendo, septiembre es un buen mes para el comercio (la gente gasta más en supermercados y los agualdos ayudan). Sin embargo, podría volver a caer, sobre todo considerando que la economía no está en un camino de crecimiento sólido sino leve", dijo Juan Nagel, académico de la Universidad de los Andes.

"Pienso que el comercio mostrará una leve recuperación este año, acorde con el crecimiento tímido de la economía, pero no podemos esperar cifras excelentes para el sector. Recordemos que las tasas de interés siguen siendo más escasas que lo que era antes del 2019", afirmó.

Nagel también indicó que si

bien se espera que "las tasas de interés bajen, dinamizando el comercio", algunos "eventos externos podrían frenar la baja en las tasas". "Habría que estar atento a lo que ocurre con el dólar norteamericano, con las tasas de interés del mundo y con los precios de la energía", indicó.

En este sentido, la mejora de los márgenes reportada en los últimos trimestres debería comenzar a desacelerarse, afirmó Ramírez, de BICE Inversiones.

"La mejora en márgenes debería ser un poco menor durante el cuarto trimestre de 2024 que lo visto en los trimestres anteriores. Esto se explicaría por un tema de base comparable, sin embargo, deberíamos ver mejoras a/a, que potencialmente estarían explicadas por factores como una mejor gestión comercial, mejor manejo de inventario, menor actividad de promocionalidad, entre otros", sostuvo.

Sin embargo, en BICE Inversiones manifestaron que el negocio de mejoramiento del hogar podría apuntalar los resultados de los grandes actores minoristas.

"Negocios como el de mejoramiento del hogar puede ser un catalizador adicional para 2025, de la mano de una potencial recuperación de la construcción en Chile. También, esperamos para el próximo año mejores dinámicas en los negocios internacionales, en la medida que vaya mejorando el consumo, considerando un escenario de inflación más controlado", finalizó Ramírez.

NEGOCIO
En el mercado esperan una desaceleración del negocio no esencial de cara a los próximos trimestres.