



Ingresos de Cencosud experimentan alza y firma busca privilegiar marcas propias

■ En el período, la firma logró revertir las pérdidas del primer trimestre del año anterior.

Cencosud, ligada a la familia Paulmann, registró un alza del 2,4% en sus ingresos, alcanzando los \$ 4.031.583 millones.

En tanto, las ganancias de la firma llegaron a \$ 108.774 millones, revirtiendo la pérdida de \$ 22.620 millones registrada en igual trimestre del año anterior.

“Este desempeño estuvo apalancado por el crecimiento de ingresos en Chile, Estados Unidos, Argentina y Perú, así como por un avance relevante en el canal digital, que sumó

más de 7 millones de tickets y creció 8,8% en sus ventas, en comparación al año anterior”, indicó la compañía.

La firma recalcó que EEUU y Perú destacaron como los mercados con mayor dinamismo en el segmento de ventas online, con crecimientos de 30% y 44% respectivamente. Chile también resaltó con un crecimiento de las ventas de comercio electrónico de 7,5%.

Respecto a la estrategia que implementará la firma a futuro, el gerente general, Rodrigo Larraín, explicó que –de acuerdo al contexto internacional actual– como empresa buscarán privilegiar incrementar el surtido local de productos y marcas propias, las cuales representan un 17,3% de las ventas totales.