

MARTES 10 DE FEBRERO DE 2026 / DIARIO FINANCIERO

EMPRESAS

5

■ El holding bajó la cortina de 55 locales en el último trimestre de 2025, más del doble que en el mismo período de 2024. El ejercicio completo terminó con un total de 77 tiendas cerradas.

POR LAURA GUZMÁN

El pasado jueves, Cencosud dio a conocer sus resultados financieros al cierre de 2025. Y más allá de las buenas cifras con las que terminó el ejercicio, hubo un dato que llamó la atención del mercado y que incluso fue abordado por los analistas en el *conference call* respectivo.

Se trata del proceso de ajuste que vivió la red de tiendas del conglomerado. En total, Cencosud bajó la cortina de 55 locales en el último trimestre de 2025, más del doble de los 22 cierres registrados en el mismo período de 2024 y muy por encima de los tres anotados en 2023. De esta forma, el ejercicio completo del año 2025 terminó con un total de 77 tiendas cerradas.

Según explicó la compañía en su análisis de resultados, el mayor impacto se concentró en Brasil, donde bajaron la cortina de 34 farmacias y un Bretas durante el trimestre. En Argentina, en tanto, se concretó el cese de 13 locales Veja y una tienda Disco, además de tres Blaisten y un Easy. En Estados Unidos, el grupo eliminó dos The Fresh Market.

En la reunión con analistas, el CFO de Cencosud, Andrés Neely, explicó que estos movimientos responden a la estrategia de asignación de capital del grupo, donde una de las áreas clave es la revisión permanente de la cartera de tiendas y ubicaciones.

El ejecutivo detalló que, dado que no habían existido cierres de tiendas durante años, detectaron locales que no venían funcionando bien desde hace mucho tiempo, lo



Cencosud explica las razones detrás del mayor cierre de tiendas de los últimos años

que finalmente los llevó a tomar la decisión de cerrarlos.

Al detallar los casos específicos, Neely señaló que en Argentina existía cierta superposición de tiendas, por lo que optaron por cesar la operación de algunas de ellas. En el caso de Brasil, explicó que había locales "muy alejados" de sus centros de operación, con costos logísticos muy elevados y malos resultados.

Respecto de Estados Unidos, el CFO indicó que "se trata más bien de

una excepción". El ejecutivo explicó que tenían dos tiendas -en Illinois y Massachusetts- que no estaban rindiendo de forma constante desde la recesión de 2022, motivo por el cual decidieron cerrarlas.

No obstante, la compañía resolvió abrir otro local en Illinois, con el objetivo de no perder la presencia de The Fresh Market en ese estado.

"Esto es dinámico (...) seguiremos buscando el mejor rendimiento. Por supuesto, cerrar tiendas es el último

recurso que utilizamos. Pero es parte de las herramientas que tenemos para mejorar nuestra asignación de capital y nuestra rentabilidad en general", enfatizó el CFO.

Pausa en Spid en Chile

Otra materia que abordaron con los analistas fue la salida del formato de tiendas de conveniencia Spid en Colombia. En ese contexto, y respecto del desempeño de este formato en otros mercados, Neely

La compañía detalló que el cierre respondió a la detección de locales con bajo desempeño arrastrado por algunos años.

explicó que en Chile, por ahora, se pausó la apertura de nuevas tiendas.

"Primero queríamos consolidar todo el crecimiento que se produjo en ese formato. Es un formato que parece prometedor. Y, de nuevo, esto es dinámico. A medida que avancemos, daremos prioridad a los proyectos más rentables. Spid es uno de los formatos que tenemos que está funcionando mejor y que formaría parte de las opciones que tenemos para seguir creciendo, en particular en Chile", recalcó.

En el caso de Argentina, el CFO explicó que, hace un tiempo, los Spid pasaron bajo el paraguas de Veja Express, indicando que hoy también están funcionando bien.

Plan de inversiones 2026

El gerente de finanzas también detalló cómo se distribuirá el plan de inversiones de Cencosud para 2026, de US\$ 600 millones.

Entre el 35% y el 40% del total se destinará a la apertura de nuevas tiendas -20 específicamente-, "lo que respaldará nuestros planes de expansión en todos los formatos y geografías".

Aproximadamente entre el 15% y el 20% se dedicará a renovaciones de tiendas, mantenimiento y otras inversiones recurrentes; mientras que entre el 30% y el 35% se asignará al negocio de centros comerciales, ya que el grupo buscará seguir avanzando en su cartera de expansiones y desarrollos de uso mixto.

Por último, entre el 10% y el 15% se invertirá en su ecosistema minorista: capacidades digitales, iniciativas de fidelización y proyectos centrados en la productividad.