

Según reportes corporativos de Cencosud, Falabella y SMU al 1er trimestre: *Retailers* eliminan más de 6 mil puestos de trabajo en sus negocios

Especialistas señalan que si las cifras financieras no mejoran, el sector continuaría aplicando ajustes en búsqueda de mayores eficiencias y ahorros de costos.

N. BIRCHMEIER RIVERA

En su última entrega de resultados corporativos, el grupo Cencosud dio luces del difícil panorama que afrontan los actores del *retail* este año y que han llevado a algunos operadores del sector a ajustar sus planillas de trabajadores.

Tras reportar una caída de 30% en sus utilidades entre enero y marzo de 2026, Rodrigo Larraín, CEO de Cencosud, señaló que estos resultados se enmarcaron dentro de una "menor dinámica de consumo en Chile, en un contexto de mayor incertidumbre global, presiones inflacionarias en algunos de nuestros mercados y un entorno altamente competitivo, donde la intensidad promocional se ha mantenido elevada".

El ejecutivo afirmó que activaron una serie de acciones enfocadas en eficiencias y mayor disciplina de costos. Agregó que "simplificamos también nuestra estructura organizacional" en la compañía.

En ese sentido, Cencosud detalló al regulador una reducción



ELISA VERDEJO

En conjunto, las planillas de Cencosud, Falabella y SMU contabilizan 6.155 trabajadores menos en comparación con el primer trimestre de 2025 al considerar sus operaciones en la región.

de su dotación de trabajadores en relación con la planilla reportada en 2025. Al cierre de marzo, contaban con 115.750 trabajadores distribuidos entre sus filiales en Chile, Argentina, Colombia, Brasil, Perú, Estados Unidos y Uruguay. La firma no desglosa el número de empleados en cada uno de estos mercados.

La cifra representa 1.420 colaboradores menos que los 117.170

reportados al primer trimestre de 2025.

Pero no sería la única empresa que aplicó ajustes a sus dotaciones dentro de sus operaciones regionales.

Los otros casos

El Grupo Falabella reportó un total de 76.004 trabajadores, al considerar sus filiales de Chile,

Perú, Colombia, Argentina, Uruguay y Brasil. Esta cifra implica 3.376 empleados menos que lo registrado en el mismo lapso de 2025 (79.380).

En tanto, SMU registró 21.747 trabajadores en sus operaciones en Chile y Perú al término de marzo, lo que significa 1.359 empleados menos versus 2025.

En conjunto, estas tres empresas minoristas eliminaron 6.155 puestos de trabajo en dicho período.

Foco en eficiencia

Christian Oros, director de Consumer Insights de Altevo, señaló que esta tendencia apunta a que las "tiendas están cada vez más enfocadas en ser eficientes, y eso afecta la ratio de cantidad de vendedores y personal de apoyo en función en los locales. También influye la incorporación de tecnología, sobre todo en procesos operativos, como las cajas de autoatención, logísticos y de reposición que han reemplazado puestos de trabajo".

Oros enfatizó que "si los números y las ventas se siguen apretando, no sería extraño que las empresas continúen buscando mayores eficiencias y ahorros de costos en todos sus procesos, no solo a nivel operativo".

SMU: suben ingresos

"Partimos el año con buenas noticias en todos nuestros formatos", indicó ayer el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, al describir mayores ingresos en Unimarc y otras líneas en Chile y Perú en el primer trimestre.

En 12 meses, los ingresos subieron 2,1% y el Ebitda saltó 9,6%.

Eso sí, las utilidades de SMU llegaron a \$420 millones en el período, 90% menos que hace un año. La firma indicó en un comunicado

que ese desempeño se explica "esencialmente por la línea de impuestos, la que tuvo una variación negativa de aproximadamente \$5.000 millones, producto de la menor inflación del período 2026 y su impacto en los impuestos diferidos de la compañía". Gálvez dijo que el resultado del período "incluye efectos extraordinarios negativos de \$9.000 millones, explicado por un plan de reestructuración con un costo de \$12.500 millones".