

Modaes

Empresa

2018, el año en que Falabella 'se armó' en ecommerce para competir con Amazon

Desde la compra de Linio a la apertura del primer centro logístico de alta tecnología para el retail en Latinoamérica, el gigante chileno de tiendas por departamento ha vuelto sacar provecho de su *expertise* para hacer frente a sus competidores.

María Bertero
10 dic 2018 - 00:00

2018, el año en que Falabella 'se armó' de lleno en ecommerce

Nuevo consejero delegado, desembarco en México y la compra de Linio. Falabella cierra uno de sus ejercicios más intensos de la última década. El gigante chileno de las tiendas departamentales ha reforzado su negocio en varios frentes, con expansión física, adquisiciones y entrada en nuevos mercados.

Si 2017 fue el año de la expansión física del grupo, el último año estuvo marcado por la apuesta de lleno por el canal online. A pesar de que Falabella ha estado preparándose desde hace varios años para fortalecer este modo de distribución, **en 2018 la compañía chilena aceleró su estrategia omnicanal y se hizo el *pure player* Linio.**

A principios de año, **Falabella anunció sus futuras inversiones, las cuales contemplaban 78 millones de dólares para mejorar su red logística** y casi mil millones de dólares para abrir un nuevo centro de distribución en Chile.

Falabella cambió en junio de consejero delegado, tras la salida de Sandro Solari

Pero al cuarto mes del año, los planes de Falabella comenzaron a virar su rumbo. **En abril, Sandro Solari anunció su salida de la empresa de su familia, tras 23 años en el grupo**

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/2018-el-ano-en-que-falabella-se-armo-de-lleno-en-ecommerce>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

. Su renuncia supuso el ascenso del argentino Gastón Bottazzini, quien se desempeñaba como gerente financiero de la compañía chilena, a consejero delegado. Un mes más tarde, aún bajo el mandato de Solari, **Falabella dio un paso más en su negocio de retail al hacerse con la franquicia de Ikea** para varios países de Sudamérica.

Más allá de su tradicional operación con tiendas departamentales, Falabella reforzó también otras áreas de retail. El ejercicio **2018 fue también el año en que el grupo chileno desembarcó en México**, con la apertura de su primera tienda Sodimac, su formato de tiendas de mejoramiento para el hogar.

En junio llegó Bottazzini a la gerencia general de Falabella y en la segunda mitad del año el gigante del retail aceleró su expansión online. Con la inminente llegada de Amazon al mercado chileno, **el grupo sacó la chequera para comprar Linio por 138 millones de dólares**. La plataforma mexicana de ecommerce, que buscaba comprador hacía algunos años, permitirá a **Falabella entrar en algunos mercados en los que aún no tiene presencia ni física ni online**, además de engordar su portafolio de marcas, especialmente las de moda.

Falabella se unió al gigante Google para mejorar sus sistemas de pago en tienda

Con la compra de Linio, Falabella también aumentó su capital en ochocientos millones de dólares, tanto como para financiar la operación como para mejorar su red logística, la puesta en marcha de Ikea en Sudamérica y el aumento en la participación de Sodimac en Brasil.

A los pocos días a de anunciar la compra, ambos operadores comenzaron a sumar fuerzas. Linio habilitó el sistema de pago con la tarjeta CMR de Falabella. Además, la plataforma de ecommerce fichó a Alejandro Osores Namihas como director en Perú.

De cara a 2019, Falabella ya tendrá disponible toda la oferta de sus tiendas por departamento, así como de la cadena Sodimac en la plataforma Linio. El grupo chileno engordará las referencias de la tienda online con la entrada de productos electrónicos provenientes de China.

Las ventas online de Falabella representan el 7% de la cifra de negocio anual del grupo

Modaes

Más allá de las operaciones que ya realizó y tiene previsto llevar a cabo más adelante junto a Linio, Falabella ha dado otros pasos en materia de innovación y apuesta por el canal online. La frutilla del postre de este año para el retailer chileno fue la apertura de su nuevo almacén logístico, el primer centro de distribución de alta tecnología en Sudamérica.

La nave cuenta con una superficie de 47.000 metros cuadrados y permite almacenar hasta ocho millones de artículos. **La nueva instalación le permitirá a Falabella mejorar sus tiempos de entrega**, con treinta veces más capacidad de empaque y despachos.

Las ventas online del grupo ya copan el 7% de los ingresos totales de la compañía ligada a la familia Solari. Al igual que sus rivales, Falabella pretende que su plataforma de ecommerce sea una de sus tiendas más rentables.

Falabella llevará toda la oferta de sus tiendas por departamento a Linio en 2019

Otra de las innovaciones que puso en marcha el retailer chileno este año fue la introducción de Google Pay, siendo la primera operación de este servicio de pagos en el país andino. Las tiendas departamentales, los supermercados Tottus y los establecimientos Sodimac ya cuentan con Google Pay, que permite a los usuarios pagar a través del teléfono celular.

Falabella finalizó los nueve primeros meses del ejercicio con un crecimiento interanual del 3,7%, hasta 6.676.719 millones de pesos chilenos (9.685,7 millones de dólares). La utilidad, en cambio, se situó en 317.830 millones de pesos (461 millones de dólares) entre enero y septiembre, un 3,4% menos que en el mismo periodo del año anterior.