

# Modaes

Empresa

## Argentina y Chile penalizan a las departamentales de Falabella: caída del 2% en el primer semestre

El negocio estrella del grupo chileno redujo sus ventas por primera vez en el año, anotando una cifra de negocio de 1.3 billones de pesos (1.774 millones de dólares) entre enero y junio.

María Bertero  
29 ago 2019 - 00:00



¿Falabella se contagia de sus rivales estadounidenses? El grupo chileno ha visto caer las ventas de sus tiendas departamentales por primera vez en el segundo semestre del ejercicio 2019. Lejos de culpar al avance del ecommerce, la compañía ha visto penalizados sus ingresos por la complejidad económica de dos mercados en los que opera: Argentina y Chile.

En concreto, **las tiendas departamentales de Falabella en su territorio trasandino se desplomaron un 26,5%**, hasta 100.617 millones de pesos chilenos (138,9 millones de

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/argentina-y-chile-penalizan-a-las-departamentales-de-falabella-caida-del-2-en-el-primer-semester>

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

dólares). El grupo adjudicó el descenso a la debilidad del peso argentino respecto a su moneda local, sumado al descenso del consumo. A pesar del descenso, la compañía logró moderar la caída en el país austral, tras el desplome del 36,5% que sufrieron sus departamentales en el primer trimestre.

**Falabella también situó a la baja los ingresos en su mercado local, con un descenso interanual del 1,8%**, hasta 719.295 millones de pesos (993,5 millones de dólares). Las tiendas por departamento de Chile tropezaron en el segundo trimestre un 4,6%, generando el resultado negativo en el acumulado del año.

**Colombia y Perú volvieron a ser los mercados que impulsaron las ventas de las tiendas por departamento de Falabella**, aunque la empresa creció en ambos mercados a un sólo dígito. Entre enero y junio, los ingresos del grupo en el mercado colombiano se impulsaron un 6,1%, hasta 172.289 millones de pesos (237,9 millones de dólares), mientras que en Perú fueron de 292.177 millones de pesos (403,5 millones de dólares), un 5% más.

Con todo, **las tiendas departamentales de Falabella facturaron 1.284.378 millones de pesos (1.774 millones de dólares) entre enero y junio**, lo que supuso un retroceso del 2% respecto al primer semestre del ejercicio anterior.

Tras haber salvado la caída en el primer trimestre, la compañía redujo un 3,5% los ingresos de sus tiendas por departamento en el periodo comprendido entre abril y junio, hasta 680.761 millones de pesos (940,3 millones de dólares).

## **Las tiendas por departamento de Falabella facturaron menos de mil millones de dólares en el segundo trimestre**

Pese haber anotado un resultado global negativo, el negocio estrella de Falabella mantuvo su buena racha en el canal online, ya que **las tiendas departamentales fueron las que coparon el grueso de las ventas de ecommerce del conglomerado chileno**, con una penetración del 23,7% en el segundo trimestre, superando a las tiendas de mejoramiento para el hogar y supermercados.

---

# Modaes

---

Falabella cerró el primer semestre con una descenso del 30% de su utilidad, que se situó en 168.741 millones de pesos chilenos (233,9 millones de dólares). Las ventas totales del grupo, que también cuenta con supermercados y tiendas de mejoramiento para el hogar, fueron de 4.586.347 millones de pesos (6.358,4 millones de dólares), un 2,4% más que en los seis primeros meses de 2018.