

# Modaes

Empresa

## Falabella, a doble velocidad en cinco años: eleva sus ventas un 12% pero gana casi la mitad

El gigante chileno de tiendas departamentales ha pasado de facturar 8.376.593 millones de pesos chilenos en 2015 a 9.410.775 millones de pesos (11.603 millones de dólares) en 2019.

C. Juárez  
26 feb 2020 - 00:00



Falabella, a doble velocidad en los últimos cinco años. El grupo de tiendas departamentales, séptimo mayor del mundo por cifra de negocio, ha evolucionado de forma desigual en los cinco últimos años, incrementado sus ventas, pero hundiendo su utilidad neta.

**En 2019, el grupo chileno registró una cifra de negocio de 9.410.775 millones de pesos chilenos (11.603 millones de dólares), lo que supuso un crecimiento interanual del 1,9%. Comparado con cinco años atrás, el incremento de la facturación del grupo es del 12,3%. En 2015, Falabella registró unos ingresos de 8.376.593 millones de pesos chilenos.**

Mientras que el grupo ha aumentado su cifra de negocio durante los últimos cinco

---

# Modaes

---

años, su utilidad neta ha evolucionado de forma contraria. Desde 2015, la compañía de tiendas por departamento ha encogido sus ganancias un 48,2%.

La evolución de la compañía no ha sido lineal en los últimos cinco años. La empresa ha evolucionado de forma desigual, con ascensos del 7,5% en 2016 y subidas moderadas, como del 1,8% en 2018. En 2017, además, la compañía estancó sus ventas.

**En 2015, Falabella anotó un resultado de 570.536 millones de pesos chilenos.** Al año siguiente, la empresa elevó las ganancias un 18,8%. Sin embargo, ese fue el único año en el que el grupo aumentó su resultado.

Desde entonces, la compañía ha ido encogiendo su utilidad año a año. Tras ganar 678.031 millones de pesos chilenos en 2016, Falabella registró una utilidad de 558.904 millones de pesos en 2017, lo que supuso un retroceso del 17,6%.

**Al año siguiente, la empresa encogió su resultado un 14,4%.** En 2019, la compañía también ha situado su negocio a la baja, registrando una caída del 38,2%. La compañía ha explicado que la caída del beneficio en el último ejercicio se ha debido principalmente a la crisis de Chile, que se desencadenó el pasado 18 de octubre.

En paralelo, **la compañía ha ido aumentando su red comercial en los últimos cinco años.**

En 2015, el grupo de tiendas departamentales contaba con 459 establecimientos repartidos en Chile, Perú, Colombia y Argentina. En 2019, la compañía cerró el ejercicio con 511 tiendas, 52 más que cinco años atrás.

Durante los últimos cinco años, **la estrategia de Falabella se ha centrado en la omnicanalidad.** Desde 2015, el grupo ha ido potenciando su canal de ecommerce enfocado en su estrategia de digitalización. Este plan llegó a su culmen en 2018, cuando el grupo adquirió el *Marketplace* Linio por 138 millones de dólares.

Además, en los últimos cinco años, la empresa también se ha enfrentado a cambios de gestión en su cúpula. En 2018, el presidente de la compañía durante los últimos veintitrés años, Sandro Solari, abandonó el cargo. En su lugar, Gastón Bottazzini, entonces gerente general corporativo del grupo, asumió el puesto.