

Empresa

Falabella acelera el cierre de sus tiendas en Argentina tras no encontrar comprador

El retailer chileno no encuentra el socio estratégico que andaba buscando y decide cerrar sus tiendas en el país sudamericano para centrarse en el negocio online.

Modaes
8 feb 2021 - 19:10



Crónica de una muerte anunciada. El grupo chileno de grandes almacenes Falabella, acelera el cierre de sus tiendas en Argentina tras no encontrar comprador en el país.

En septiembre del año pasado, la empresa chilena ya había puesto en venta las cuatro tiendas que aún tiene en propiedad en Buenos Aires. Además, **anunció que se encontraba en un proceso de búsqueda de socios que pudieran estar interesados en las restantes franquicias del grupo.**

La empresa ha atribuido la decisión a la pandemia, que ha acelerado el proceso de digitalización del retail, afectando a los resultados globales de la compañía. **Falabella ha echado el cierre a sus tiendas las provincias de Mendoza, San Juan y Córdoba.**

Sin embargo, la empresa de retail chilena ha dejado una puerta abierta a la entrada de nuevo capital. **Falabella se encuentra evaluando opciones de rentabilización de las operaciones de sus filiales en Argentina, que podrían incluir el ingreso de un socio estratégico** para las mismas, explica en un comunicado la empresa.

El grupo chileno, que llegó a tener diez locales en Argentina desde su entrada en el país en los años noventa, mantendrá de momento una tienda en la calle Florida, otra en el centro comercial Unicenter y una más en la ciudad de Rosario. Además, de su negocio de venta online.

La decisión de cerrar las tiendas se produce tras el fracaso para encontrar comprador.

El grupo tiene previsto para el año post-Covid **un plan de inversiones de 800 millones de dólares**. Algo más de la mitad se destinarán a aumentar las capacidades tecnológicas de la compañía y otra partida importante a mejorar su estrategia digital.

El consejero delegado de la compañía, Bottazzini, anunció que “nuestros planes en Argentina desde ya hace un tiempo son conservadores; hemos llevado a cabo ya un par de ajustes en el último par de años de tiendas que decidimos que ya no cumplían un rol y se cerraron, y ahí nos quedamos”.

El negocio de Falabella en Argentina **durante los tres primeros trimestres de 2020 cayó un 25,9%, principalmente por las restricciones provocadas por la pandemia**. Sin embargo, el cuarto trimestre experimentó una subida del 2,8%, comparado con el mismo periodo del año anterior, consecuencia de la reactivación del consumo en el tramo final del año.

Falabella es un retailer de origen chileno, perteneciente al grupo del mismo nombre, cuyo propietario mayoritario es la familia Solari. En la actualidad, además de Chile, cuenta con sucursales en Perú, Argentina y Colombia. El número total de trabajadores de la compañía es de algo más de 95.000.

Modaes

Falabella cerró el tercer trimestre del ejercicio 2020 con unos ingresos de 2.485.979 millones de pesos (2.775 millones de euros). La ganancia bruta, por su parte, se redujo un 6,6%, hasta 743.404 millones de pesos (830 millones de euros), mientras que la ganancia neta ascendió a 47.889 millones de pesos (53,5 millones de euros), tras entrar en pérdidas en el segundo trimestre.