

Empresa

Falabella, caída histórica: desploma un 60% su beneficio en el tercer trimestre

El gigante chileno del retail obtuvo un resultado neto de 85.341 millones de pesos chilenos (135 millones de dólares), un 59,4% menos en el mismo periodo del año anterior.

Modaes
15 nov 2017 - 00:00

Falabella, caída histórica: desploma un 60% su beneficio en el tercer trimestre

Falabella derrumba sus utilidades en la recta final del año. El gigante chileno del retail ha finalizado el tercer trimestre de su ejercicio con una caída del 59,4% de su beneficio, hasta 85.341 millones de pesos chilenos (135 millones de dólares).

El descenso es mayor de lo que preveían los analistas la semana pasada. Falabella atribuye el desplome a la disolución de las operaciones de la sociedad conjunta de Mall Plaza en Perú, que se llevó a cabo en el tercer trimestre de 2016.

A pesar de la caída, Falabella mantuvo al alza sus ventas en el tercer trimestre. La compañía elevó su facturación un 3,7% entre julio y septiembre, hasta 2.119.880 millones de pesos (3.358,2 millones de dólares).

Falabella incrementó sus ventas un 3,7% en el tercer trimestre, hasta 2.119.880 millones de pesos (3.358,2 millones de dólares)

En el acumulado del año, el grupo chileno anotó una cifra de negocio de 6.453.678 millones de pesos (10.223,6 millones de dólares), un 3,8% más que en los nueve primeros meses de 2016. El beneficio, en cambio, se situó a la baja, con una caída del 23,7%, hasta 328.956 millones de pesos (521 millones de dólares) entre enero y septiembre.

Modaes

El negocio de tiendas departamentales de Falabella se incrementó en tres mercados en los que el grupo opera con este formato. La subida estuvo liderada por Colombia, cuyos establecimientos facturaron 75.620 millones de pesos (119,7 millones de dólares), un 8% más que en el tercer trimestre del año anterior.

En Argentina, las ventas de Falabella crecieron un 6,3% entre julio y septiembre, hasta 74.719 millones de pesos (118,3 millones de dólares). En cambio, **en su mercado local, las tiendas departamentales del grupo obtuvieron una cifra de negocio de 346.123 millones de pesos (548,3 millones de dólares), un 4,8% más que en el mismo periodo del año anterior.**

Las tiendas departamentales de Falabella incrementaron sus ventas en Chile, Colombia y Argentina

Perú fue el único mercado en el que las tiendas departamentales de Falabella encogieron sus ventas. El grupo anotó unos ingresos de 140.102 millones de pesos (221,9 millones de dólares), un 2,9% menos en el tercer trimestre de 2016.

En el tercer trimestre de su ejercicio, Falabella subió la persiana de cuatro o nuevas tiendas y un centro comercial. En septiembre, el grupo abrió las puertas del complejo Mall Plaza los Dominicos en Santiago de Chile, donde también puso en marcha una tienda departamental de su cadena homónima, un supermercado Tottus y una tienda de mejoramiento para el hogar Sodimac.

A cierre del tercer trimestre, Falabella operaba en Latinoamérica con 483 tiendas, 16 más que las que tenía en el mismo periodo del año anterior, sumando un total de 2,9 millones de metros cuadrados de superficie comercial.

El negocio inmobiliario del grupo también creció entre julio y septiembre, con un total de 41 centros comerciales, frente a los 38 complejos con los que la compañía operaba a cierre del tercer trimestre de 2016. Falabella opera con este formato en Chile, Perú y Colombia.