

Empresa

Falabella cambia el rumbo en el segundo trimestre con un alza del 2,5% de su beneficio neto

Falabella mejora el resultado neto entre abril y junio tras tropezar en el arranque del año, y sube una marcha en su ritmo de crecimiento.

Modaes
31 ago 2016 - 00:00



Falabella reconduce el beneficio. El grupo chileno de tiendas por departamento mejora sus ganancias netas en el segundo trimestre de su ejercicio fiscal, que se elevan un 2,5% respecto al mismo periodo del año anterior. Entre abril y junio, la compañía registró un beneficio neto de 118.308 millones de pesos (174,4 millones de dólares), frente a los 115.422 millones de pesos (170,2 millones de dólares) de 2015.

Modaes

La compañía mejora así su resultado neto en el segundo trimestre después de haberlo contraído en el primer trimestre, con un retroceso del 1,7%. Sin embargo, en facturación, **Falabella** mantuvo el ritmo de crecimiento y, entre abril y junio, registró un avance del 5,6%, por encima del registrado en los tres primeros meses del año, cuando elevó sus ventas un 4,9%.

En el segundo trimestre, **Falabella** facturó 2.120.045 millones de pesos (3.126 millones de dólares) frente a los 2.006.694 millones de pesos (2.959 millones de dólares) de un año atrás.

Falabella incrementó sus ventas por superficie comparable un 3,9% en el segundo trimestre de 2016

A lo largo de los últimos doce meses, la compañía chilena puso en marcha 24 establecimientos y cerró ocho. Por superficie comparable, las ventas de **Falabella** se incrementaron en el segundo trimestre un 3,9%. Este ascenso en la cifra de negocio contrarrestó el impacto de la depreciación de las divisas en Argentina y Colombia.

El mercado chileno, por su parte, continúa generando el grueso del negocio del grupo. En su país local, **Falabella** elevó su facturación un 8,8% en este periodo.

A principios de año, **Falabella** anunció su plan de crecimiento hasta 2019, que contempla inversiones por 4.038 millones de dólares. Según ha explicado la compañía, un 44% de estos recursos se destinará a la apertura de 131 nuevas tiendas y diez centros comerciales, un 30% se invertirá en infraestructura logística para reforzar el crecimiento omnicanal y mejorar la productividad y un 26% se destinará a ampliaciones y remodelaciones de tiendas y centros comerciales ya existentes.