

# Modaes

Empresa

## Falabella compra Linio por 138 millones de dólares

El grupo chileno se ha hecho con la plataforma de ecommerce que opera en ocho mercados latinoamericanos. Además, el grupo de tiendas departamentales ha realizado un aumento de capital de 800 millones de dólares.

Modaes  
2 ago 2018 - 00:00

Falabella compra Linio por 138 millones de dólares

¿Hacer frente a la llegada de Amazon? Falabella ya tiene la mitad del recorrido hecho. El gigante chileno de tiendas por departamento, número uno en Latinoamérica por cifra de negocio, ha dado un nuevo golpe sobre la mesa con la compra de Linio.

**El importe de la transacción asciende a 138 millones de dólares, un millón más que la cifra en la que está valorada Linio.** “Con esta adquisición avanzamos en el objetivo de ser una empresa líder en ecommerce”, señala Gastón Bottazzini, gerente general de Falabella.

El directivo, que asumió su cargo a principios de junio tras la salida de Sandro Solari, ha informado que “**Linio va a potenciar las ventas de Falabella, Sodimac y Tottus**, convirtiéndose en una vitrina común para los productos de las empresas del grupo”.

**Falabella prevé aumentar su capital en 84,3 millones de acciones, lo que equivale a 8.000 millones de dólares**

# Modaes

Asimismo, desde el h3lding chileno insisten en que cada plataforma de sus actuales marcas seguir3 agrandando su propia tienda online. **Con la compra de Linio, Falabella logra aumentar su portafolio de productos**, especialmente en el segmento de moda y calzado, en el que est3 especializado la compa3a de ecommerce.

En paralelo, el grupo de tiendas departamentales asegur3 que **Linio mantendr3 tanto su marca e identidad propia como su plantilla laboral**. "Vamos a aportarles nuestros conocimientos en log3stica, red de tiendas, acceso a proveedores y surtido de productos", a3ade Bottazzini. Para ello, **Falabella ha designado a Gonzalo Somoza, gerente corporativo de la divisi3n de retail del grupo, como mentor en la integraci3n de Linio con la empresa chilena**.

**Para financiar la adquisici3n, Falabella convocar3 a una junta de accionistas para proponer un aumento de capital de 84,3 millones de acciones**, equivalentes a 800 millones de d3lares. La compa3a suscribir3 cien millones de d3lares, mientras que el restante podr3 ser colocado entre los accionistas minoritarios y el mercado.

## Linio opera en ocho mercados de Latinoam3rica y ha comenzado a abrir sus primeras tiendas f3sicas

Adem3s de la compra de Linio, Falabella ha pactado anteriormente otras adquisiciones. El pasado mayo, **el grupo chileno se hizo con la franquicia de Ikea para Chile, Per3 y Colombia, cuyas operaciones tambi3n ser3n financiadas con el aumento de capital**. A su vez, la compa3a acaba de tomar el control de su filial brasile3a Construdecor.

**Con una facturaci3n anual de 137 millones de d3lares, Linio est3 presente en ocho mercados de Latinoam3rica** y cuenta con oficinas en Estados Unidos y China. Tal y como avanz3 Modaes, el grupo de ecommerce di3 sus primeros pasos en el canal f3sico con la puesta en marcha sus primeros establecimientos, concretamente en el mercado ecuatoriano.

**Adem3s de centrar sus esfuerzos en ganar una talla en el canal online, Falabella no ha parado de extender su imperio con nuevas aperturas**. Esta semana, el grupo abri3 las puertas de su primer punto de venta en M3xico, mercado de Latinoam3rica que le faltaba por conquistar. La entrada se ha materializado con su cadena de tiendas para el mejoramiento para el hogar Sodimac.

## Falabella creci3 un 36% en el canal online en el

---

# Modaes

---

## ejercicio 2017

Sin embargo, el canal online ha sido una de las obsesiones de Falabella en los últimos dos años, que ya copa el 6,5% del total de su negocio de retail. El grupo aumentó sus ventas en la Red un 36% en el ejercicio 2017, hasta 769 millones de dólares. En 2017, la compañía lanzó el nuevo sitio web de Falabella y finalizó el rediseño de la plataforma de ecommerce de Sodimac.

En su última memoria anual, el retailer chileno comunicó que parte de las inversiones millonarias que realizan cada año son destinadas a fortalecer el canal digital, especialmente en mejorar su omnicanidad, automatizar los procesos, mejorar la gestión de las existencias y agilizar las entregas, mejorará el servicio a los clientes.