

Modaes

Empresa

Falabella desploma su utilidad un 38% en el primer trimestre pese a crecer un 3%

El gigante chileno atribuyó el flojo desempeño a la caída de turistas en Chile y los altos niveles de promociones en el negocio de retail durante los primeros tres meses.

Modaes
15 may 2019 - 00:00

Falabella desploma su utilidad un 38% en el primer trimestre pese a crecer un 3%

Falabella encoje su resultado a doble dígito. El grupo chileno de tiendas por departamento ha cerrado el primer trimestre con una caída del 37,9% de sus utilidades, mientras que sus ingresos se elevaron un 2,9% respecto al mismo periodo del año anterior.

Entre enero y marzo, Falabella anotó un beneficio de 70.455 millones de pesos chilenos (101,6 millones de dólares), frente a las ganancias de 113.416 millones de pesos (163,5 millones de dólares) del primer trimestre de 2018. **Este es el peor arranque del año para Falabella desde 2010**, cuando la utilidad del grupo chileno se situó en 66.848 millones de pesos (96,4 millones de dólares).

El resultado bruto de explotación (ebitda) también se situó a la baja, con un descenso interanual del 5,7% en el primer trimestre del ejercicio, hasta 279.239 millones de pesos chilenos (402,7 millones de dólares).

Modaes

Por otro lado, el grupo de tiendas departamentales mantuvo al alza sus ingresos. Las ventas de Falabella se elevaron un 2,9% en los primeros tres meses, hasta 2.252.227 millones de pesos (3.248,2 millones de dólares). A pesar de la subida, **la compañía atribuyó el flojo desempeño a la caída de turistas en Chile y a las agresivas políticas de promoción**, afectando especialmente su negocio de retail.

Falabella aceleró su estrategia omnicanal el año pasado, coincidiendo con la compra de la plataforma de ecommerce Linio. **En el primer trimestre, las vetas del canal online del grupo chileno fueron de 135.632 millones de pesos (195,6 millones de dólares)**, con una penetración del 7,5%. De todos los segmentos en los que el grupo opera en el canal online, las tiendas departamentales fueron las de mayores ingresos, con una cifra de negocio de 107.672 millones de pesos (155,2 millones de dólares).

A cierre del primer trimestre, Falabella contaba con 504 tiendas físicas en siete mercados latinoamericanos, con un total de 3.048.763 metros cuadrados de superficie comercial. El grupo ha estado reordenando su parque de establecimientos, especialmente de su negocio de tiendas por departamento, cerrando los almacenes menos rentables y focalizándose en optimizar sus metros cuadrados.