

Modaes

Empresa

Falabella llega al último bastión y desembarca en México

El gigante chileno del retail se ha consolidado como la empresa latinoamericana del sector con mayor presencia internacional al abrir hoy su primera tienda en el mercado mexicano.

Modaes
31 jul 2018 - 00:00

Falabella llega al último bastión y desembarca en México

Image not found of type unknown

Falabella llega finalmente a México. El desembarco, que empezó a tomar forma a principios de 2016, se ha materializado hoy con la puesta en marcha de la primera tienda Sodimac en el país azteca. De esta manera, **el grupo chileno se consolida como el retailer latinoamericano con mayor presencia el extranjero.**

México ha sido hasta ahora un territorio inexplorado por rivales como Cencosud o Ripley. En un mercado dominado en su mayoría por Liverpool (con sus tiendas homónimas, Fábricas de Francia y Suburbia), **Falabella no se ha animado a abrir tiendas por departamento, sino que la entrada en el mercado azteca se realizó con su cadena de establecimientos de mejoramiento para el hogar.**

La tienda de Sodimac se encuentra en el municipio Cuatitlán Izcalli, en la Zona Metropolitana de Ciudad de México y tiene una superficie de 10.700 metros cuadrados, según *Diario Financiero*. Actualmente, la cadena de mejoramiento para el hogar de Falabella opera con 250 establecimientos en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú y Uruguay.

Falabella opera con 250 tiendas Sodimac en seis mercados de Sudamérica

Los planes del grupo chileno pasan por abrir una veintena de tiendas Sodimac en México. En 2016, Falabella se asoció con la mexicana Soriana para concretar su desembarco en el país azteca, donde comenzó a operar con su negocio bancario el año pasado. Entre Soriana y la compañía ligada a la familia Solari acordaron una inversión inicial

Modaes

de 600 millones de dólares para los primeros cinco años de operaciones del grupo chileno en México.

El negocio global de Falabella creció un 2,8% en el primer trimestre del ejercicio, hasta 2.1881.435 millones de pesos chilenos (3.475,9 millones de dólares). El beneficio del grupo, en cambio, fue a la baja con unas ganancias de 11.1416 millones de pesos (180,1 millones de dólares), un 1,9% menos que los tres primeros meses del año anterior.