Modaes

Empresa

Falabella mantiene el impulso en el primer trimestre: gana un 11,8% más y crece un 3,8%

El grupo chileno también fue víctima de los tipos de cambio en el arranque del año. La facturación de la compañía fue de 2.131.801 millones de pesos (3.157,6 millones de dólares), que excluyendo el efecto divisa hubiese significado un aumento del 4,9%.

Modaes
17 may 2017 - 00:00

Falabella mantiene su rentabilidad en el primer trimestre: gana un 11,8% más y crece un 3,8%

Falabella mantiene la racha positiva en el primer trimestre. El grupo chileno, el mayor retailer latinoamericano del sector, finalizó el primer trimestre de su ejercicio con un alza del 11,8% de sus utilidades netas, hasta 115.664 millones de pesos chilenos (171,3 millones de dólares).

La compañía de tiendas por departamento también engordó su cifra de negocio en los primeros tres meses del año. La facturación de **Falabella** se situó en 2.131.801 millones de pesos (3.157,6 millones de dólares), lo que representó un incremento interanual del 3,8%, levemente superior a lo que preveían los analistas.

El grupo sostiene que el crecimiento del primer trimestre se vio contrarrestado al aumento del IVA en Colombia y a las consecuencias del fenómeno del Niño en Perú. Además, sin tener en cuenta los tipos de cambio de las monedas argentinas y peruanas respecto al peso chileno, los ingresos de **Falabella** se hubieran aumentado un 4,9% entre enero y marzo.

El resultado bruto de explotación (ebitda) de la compañía chilena en los tres primeros meses del año fue de 284.793 millones de pesos (421,8 millones de dólares), un 12% más que el mismo periodo del año anterior.

En los primeros tres meses del año, **Falabella** anunció su plan de aperturas que

Modaes

realizará entre 2017 y 2020 en el cual se contempla la puesta en marcha de 114 tiendas y nueve centros comerciales en Sudamérica.

Al cierre del primer trimestre de 2017, la compañía chilena contaba con un total de 475 establecimientos: 190 en Chile, 145 en Perú 63 en Colombia, 19 en Argentina y 55 en Brasil y tres en Uruguay, donde sólo opera con sus cadenas de mejoramiento para el hogar.