

# Modaes

Empresa

## Falabella: más 'click' para potenciar un negocio de 1.000 millones de dólares

El negocio en la Red copó el 9,7% de los ingresos totales del retail del grupo chileno sólo contando la cifra de negocio del último trimestre.

María Bertero  
28 feb 2019 - 00:00

Falabella: más 'click' para potenciar un negocio de 1.000 millones de dólares

Falabella acelera en la Red tras la compra de Linio. El gigante chileno del retail, que venía impulsado su canal online en los últimos años, subió una marcha en el último ejercicio al comprar la plataforma de ecommerce Linio. **Construir una nutrida oferta de valor en cada plataforma, con el consumidor en el centro y que este no tenga restricciones entre cada plataforma** es el nuevo objetivo omnicanal de Falabella.

Con la incorporación del *pure player* a los resultados de Falabella, **las ventas online del grupo chileno sumaron 685.859 millones de pesos chilenos (1.056,2 millones de dólares) en 2018**. Del total transaccionado, 598.091 millones de pesos (921 millones de dólares) correspondieron a las plataformas del grupo chileno, mientras que los restantes 87.767 millones de pesos (135 millones de dólares) provinieron de los ingresos de Linio.

En el cuarto trimestre, las ventas de la empresa en la Red crecieron un 24,8%, hasta 203.028 millones de pesos (292 millones de dólares). **Dicha cifra representó el 9,7% del total de las ventas de retail de Falabella en los últimos tres meses de 2018.**

**Falabella seguirá brindando distintas herramientas de pago y compra para sus consumidores en el canal online**

1 / 3

<https://www.modaes.com/empresa/falabella-mas-click-para-potenciar-un-negocio-de-1000-millones-de-dolares>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

# Modaes

---

Gastón Bottazzini, consejero delegado del hóliding, aseguró que Linio tuvo un crecimiento favorable en el primer ejercicio junto a Falabella. Recientemente, la plataforma de ecommerce cerró sus operaciones en Ecuador y Panamá para centrarse en sus mercados más rentables. En este sentido, **Linio enfocará su expansión en Chile, Perú y Colombia y se mantendrá en *stand by* en México y Argentina**, ya que los considera como mercados “menos prioritarios”.

**Generar sinergias entre el canal online y el offline es una de las piedras angulares sobre las que Falabella desarrollará su crecimiento** en el mediano plazo. Desde la compra de Linio, el grupo chileno ha estado aprovechando la simbiosis entre el *pure player* y su negocio, tanto de ecommerce como en tiendas físicas.

A finales del año pasado, Falabella conectó la tarjeta CMR con Linio, para que los clientes de su negocio financiero puedan comprar en la plataforma de ecommerce. Innovar en el sistema de pagos fue otro de los objetivos del titán chileno. La compañía implementó el servicio del *click&collect* en todas sus cadenas de retail e implantó el sistema de pagos con Google Pay y Quick Pay.

## **Falabella abrirá en Perú un nuevo almacén logístico para dar servicio a todas las cadenas del grupo en el mercado inca**

“Queremos que el consumidor sea quien decida cuál de todas nuestras plataformas de ecommerce le es mejor para comprar”, aseguró Bottazzini. **El objetivo de Falabella es brindar distintas herramientas a sus consumidores y ser flexible en las formas de pago.**

“Buscamos construir una plataforma online que nos permita innovar de forma simultánea en toda la región”. Si bien el grupo ha implantado varias de estas innovaciones en su mercado local, la empresa chilena desarrollará el mismo sistema omnicanal en todos los mercados en los que está presente y con todos sus formatos.

**Falabella también destacó la importancia de mejorar su red logística** y, especialmente, los tiempos de entrega de los pedidos online. En este sentido, el grupo sacará ventaja del *know how* de un *pure player* como Linio. A finales del año pasado, la compañía chilena puso en marcha un almacén logístico de última tecnología en Santiago, que brinda servicio a sus tiendas departamentales. Ahora, **Falabella última la apertura de un centro de distribución en Perú para todos sus formatos de tienda**

---

# Modaes

---

| .