

Empresa

Falabella podría reducir su beneficio por el frenazo de la economía en Latinoamérica

Modaes
5 nov 2014 - 18:10

La ralentización de la economía podría afectar a **Falabella**. El grupo chileno, que es el mayor operador de grandes almacenes de Latinoamérica, podría concluir el ejercicio con unas cifras peor de las previstas por el impacto del frenazo en la evolución de la economía en mercados clave como Perú o Chile.

Falabella, que cuenta con 94 grandes almacenes en Chile, Perú, Colombia y Argentina, podría concluir el ejercicio con una caída del 32% en su resultado bruto de explotación (ebitda), según analistas consultados por *WWD*. La previsión de la compañía es incrementar un 14% su cifra de negocio este año, en comparación con el aumento del 15% de media de la facturación que ha registrado **Falabella** desde 2009.

El grupo chileno concluyó el ejercicio 2013 con un incremento del 17,7% en su ebitda, hasta 1.500 millones de dólares, mientras que el beneficio neto se elevó un 19,4%, hasta 758 millones de dólares.

En el ejercicio actual, la empresa podría verse afectada por la caída del 50% del PIB chileno prevista para 2014, así como por el incremento de su política de descuentos para reducir inventario y la debilidad del peso frente a otras divisas extranjeras.

El negocio de **Falabella** también se está viendo afectado en Perú, donde la caída de la exportación del sector minero a China y al continente asiático en general está impactando en el desarrollo económico del país.

Modaes

Falabella, cuya capitalización bursátil se sitúa en 16.800 millones de dólares, anunció en febrero su plan de destinar 4.400 millones de dólares a la apertura de 157 tiendas y 15 centros comerciales en Latinoamérica hasta 2017. La compañía, que no especificó la localización de los nuevos puntos de venta, sí que confirmó que el grueso de los complejos comerciales se pondría en marcha en Perú y Colombia.

El grupo ha explicado que, pese a la ralentización de la economía en los países en los que opera, no tiene previsto alterar su plan de desarrollo a largo plazo, aunque sí que alterará la apertura de nuevas tiendas a corto plazo.