

Modaes

Empresa

Las departamentales de Falabella frenan en el tercer trimestre y reducen sus ventas un 50%

Hasta septiembre de 2016, Falabella operaba en Latinoamérica con 467 establecimientos, 106 de ellos bajo el formato de tiendas departamentales.

María Bertero
16 nov 2016 - 00:00



Falabella enfría sus ventas en grandes almacenes. En el tercer trimestre de su ejercicio, los ingresos de las tiendas departamentales de la compañía chilena descendieron un 49,7%, hasta 614.850 millones de pesos chilenos (918,4 millones de dólares). El grupo contrajo sus ventas en todos los mercados en los que opera salvo en su mercado local, donde aumentó su facturación un 9,9%, hasta 330.304 millones de pesos chilenos (493,4 millones de dólares).

Argentina fue el país donde **Falabella** más redujo sus ventas en tiendas

1/3

<https://www.modaes.com/empresa/falabella-reduce-su-negocio-de-moda-en-el-tercer-trimestre-gana-un-50-menos-y-suma-solo-dos-marcas>

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

departamentales. En el tercer trimestre, los ingresos del grupo se encogieron hasta 70.302 millones de pesos (105 millones de dólares), un 32,3% menos que los 103.898 millones de pesos (155,2 millones de dólares) del mismo periodo del año anterior. La compañía opera en el mercado argentino con once establecimientos, además de ocho tiendas de mejoramiento del hogar.

En Colombia, el retailer también contrajo su cifra de negocio, hasta 70.011 millones de pesos chilenos (104,5 millones de dólares), un 3,2% menos que el tercer trimestre de 2015. Por otra parte, las tiendas departamentales de **Falabella** en Perú facturaron un 1,8% menos de julio a septiembre, hasta 144.233 millones de pesos (215,4 millones de dólares).

En cambio, las ventas por superficie comparable en los grandes almacenes cerraron el tercer trimestre a doble velocidad. En Chile y Argentina, Falabella elevó sus ingresos un 13,3% y un 16,9%, mientras que en Colombia y Perú los disminuyó un 10,1% y 2%, respectivamente.

A cierre de septiembre de 2016, **Falabella** operaba en Latinoamérica con 467 establecimientos, 106 de ellos bajo el formato de tiendas departamentales. El resto del negocio de la compañía se distribuye en supermercados y tiendas de mejoramiento del hogar, en países como Brasil, Uruguay.

En el tercer trimestre, el grupo chileno subió la persiana de sólo dos tiendas, ambas ubicadas en Colombia. La primera se puso en marcha en el centro comercial **Plaza Central** de Bogotá y la segunda en **Diverplaza**, también en la capital colombiana. En el mismo periodo, **Falabella** abrió dos supermercados y dos hiperbodegas de su cadena Precio Uno.

Falabella opera con tiendas por departamento en Chile, Perú, Colombia y Argentina

Modaes

El negocio de los centros comerciales de **Falabella** se mantuvo sin variación en el tercer trimestre. La compañía chilena cuenta con 1.897.000 metros cuadrados de superficie arrendable, repartidos en 38 centros comerciales. En Chile, el grupo gestiona 25 complejos, mientras que en Perú y Colombia suma trece.

Pese al descenso de su negocio de moda, **Falabella** duplicó su beneficio un 122,4% en el tercer trimestre, hasta 2,04 billones de pesos chilenos (3.053,6 millones de dólares). Aunque menor, la cifra de negocio del grupo también se mantuvo al alza en este periodo.

Entre julio y septiembre, **Falabella** creció un 1,9%, hasta los 2,04 billones de pesos chilenos (3.053,6 millones de dólares). Los ingresos del negocio no bancario del grupo se situaron en 1,87 billones de pesos (2.792,7 millones de dólares), un 1,5% más que el mismo periodo del año anterior.